

**Diseño e implementación de un plan de mejoramiento en el producto
y marketing digital para el emprendimiento de rosas eternas**

BY LS

Leidy Katherine Salas Velásquez

Asesora

Natalia Molina

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería ECBTI

Ingeniería Industrial

2023

Nota de aceptación:

Firma presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Colombia, de 2023

Dedicatoria

Este trabajo lo dedico principalmente a Dios, quien me dio la vida y me permitió llegar a este punto que es tan importante como el título de mi carrera. Dedicado a mi padre, quien fue el pilar más importante en cada paso y siempre me brindó su amor, cariño y apoyo incondicional, siempre estuvo dispuesto a escucharme y guiarme para formar la persona que soy hoy en día, mi éxito se lo debo a él quien me enseñó a apreciar hasta las cosas más pequeñas de la vida y me ayudó a superar cada obstáculo que he enfrentado en mi camino con sus palabras y su cariño.

Deseo siempre tener el amor y el apoyo incondicional de mi padre.

Agradecimientos

Principalmente doy gracias a Dios por cada bendición y por permitirme llegar hasta acá por cada una de las experiencias obtenidas a lo largo del desarrollo de este proyecto de grado tesis; a la Ingeniera Natalia Molina por ser una persona muy importante para este proyecto por su apoyo y sus consejos, por estar disponible siempre que la he necesitado.

Este proyecto de grado ha sido un gran reto y una gran bendición y estoy agradecida con mi padre por creer en mí y ser mi mayor motor para seguir adelante, por siempre desear y anhelar lo mejor para mi vida, porque gracias a él es que me encuentro cumpliendo esta meta, por estar presente en cada una de mis etapas en cada uno de mis logros, gracias a mi abuela Edith que está en el cielo que siempre me enseñó que podría con todo lo que me propusiera, sé que desde el cielo me guía y me acompaña en cada paso que doy.

Tabla de Contenido

Introducción	15
Planteamiento del problema.....	16
Justificación	18
Objetivos.....	19
Objetivo General.....	19
Objetivos Específicos	19
Metodología	20
Fundamentación Teórica del Proyecto.....	22
Marco Conceptual	22
Cliente.....	22
Atención al Cliente	22
Innovación	22
Emprendimiento	23
Marketing Digital	23
Producto.....	23
Redes Sociales	24
Descripción General De La Empresa	24
Logo.....	24
Historia	25

Georreferenciación	25
Misión.....	26
Visión.....	26
Producto ofertado por la empresa.....	26
Descripciones del producto	26
Redes Sociales.....	27
Instagram	27
Facebook.....	28
WhatsApp	28
Tiktok.....	29
Market Place de Facebook.....	30
Redes Sociales y Whatsapp Business Como Canales de Ventas Online.....	30
Arquetipo Principal de la Empresa Rosas Eternas BY LS.....	31
Detalle del Perfil de la Empresa a Nivel Demográfico	31
Detalle del Perfil de la Empresa a Nivel Geográfico.....	31
Información y Revisión del Perfil de Clase de Comportamiento	31
Descripción de las Expectativas Con las Que Cuenta el Cliente.....	31
Descripción de la Experiencia del Cliente Antes de Realizar el Proceso de Compra	31
Descripción de la Experiencia Durante el Proceso de Compra.	32
Descripción de la Experiencia Tras Realizar el Proceso de Compra.	32

Análisis de la Competencia, Entorno para la Mejora de Procesos y Producto de la Empresa	
Flores Eternas BY LS	33
Mapeo de Competencias	33
¿Quién Consideramos que es la Competencia Indirecta y que Aspectos de la Misma Debemos Analizar?.....	33
¿Quién se Considera que es la Competencia Directa y que Aspectos de Estos Debemos Analizar?.....	34
Análisis Redes Sociales	36
Investigación De Mercado	38
Alcance del Estudio	38
Muestra	38
Tabulación y Análisis de Resultados.....	39
Preguntas Especificas	40
Resultados del Estudio.....	45
Matriz de DOFA Para Análisis Estratégico	47
Análisis Factores Internos de la Empresa	47
Debilidades	48
Fortalezas.....	48
Análisis Factores Externos de la Empresa	48
Amenazas.....	48

Oportunidades.....	49
Procedimiento de Implementación del Prototipo de Rosas de Tela.....	49
Propósito del procedimiento.....	49
Materiales e implementos requeridos:.....	50
Descripción Textual del Procedimiento	50
Diagrama de Flujo Proceso de Elaboración de Rosas en Cinta de Tela.....	54
Procedimiento de Implementación de Caja Circular Rosas de Tela	54
Propósito del procedimiento.....	54
Materiales e Implementos Requeridos	54
Descripción Textual del Procedimiento	55
Diagrama de Flujo Proceso de Elaboración de Caja Circular para las Rosas.	58
Procedimiento de Implementación de Caja Cuadrada de Rosas de Tela:.....	59
Propósito del Procedimiento.....	59
Materiales e Implementos Requeridos	59
Descripción textual del procedimiento.....	59
Diagrama de Flujo Proceso de Elaboración de Caja Cuadrada de Rosas en Cinta de Tela. .	64
Cálculo de Costos de Producción y Utilidad Esperada de la Empresa Flores Eternas BY LS.....	65
Elementos de Costo o Componentes de un Producto.....	65
Materia Prima	65
Materiales Para la Realización de Rosas	65

Materiales Para la Realización de Cajas	66
Mano de Obra.....	66
Mano de Obra Directa	66
Mano de Obra Directa para la Realización de las Rosas	66
Mano de Obra Directa para la Realización de las Cajas.....	67
Mano de Obra Indirecta.....	67
Costos Indirectos de Fabricación	67
Variaciones	67
Elementos de Materia Prima	68
Variación de Precio	68
Variación de Cantidad	69
Elemento de Mano de Obra (MO).....	69
Variación de tiempo.....	69
Elementos de Costos Indirectos de Fabricación (CIF).....	70
Identificación de Costos	71
Costos Directos e Indirectos	71
Costos Fijos, Variables y Mixtos.....	71
Capital Presupuestado Para el Inicio del Emprendimiento	72
Presupuesto para Realización de Caja Circular de 10 Rosas.....	72
Detalle de los Elementos Necesarios para la Realización de la Caja y las Rosas.	73

Implementación de Marketing Digital	74
Matriz E-X-I-T-O	74
Innovación en la creación de nuevos productos.	81
Conclusiones	85
Referencias Bibliográficas	86

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Logo de la empresa Rosas Eternas BY LS</i>	24
Figura 2 <i>Geolocalización de la empresa</i>	25
Figura 3 <i>Producto premium de la empresa</i>	26
Figura 4 <i>Pantallazo de la red social Instagram de la empresa</i>	27
Figura 5 <i>Pantallazo de la red social Facebook de la empresa</i>	28
Figura 6 <i>Pantallazo de la red social WhatsApp de la empresa</i>	28
Figura 7 <i>Pantallazo de la red social TikTok de la empresa</i>	29
Figura 8 <i>Pantallazo de Marketplace de facebook de la empresa</i>	30
Figura 9 <i>Competencia indirecta de la empresa</i>	34
Figura 10 <i>Competencia directa de la empresa</i>	35
Figura 11 <i>Análisis red Social empresa TOIRA BY PS</i>	37
Figura 12 <i>Análisis red Social empresa Always.Rosas</i>	37
Figura 13 <i>Análisis red social empresa Rosas Eternas By LS</i>	38
Figura 14 <i>Ciudad de las personas encuestadas</i>	39
Figura 15 <i>Frecuencia en la que las personas compran detalles</i>	40
Figura 16 <i>Conocimiento de las personas acerca de las rosas eternas</i>	40
Figura 17 <i>Percepción de las rosas eternas como detalles para cualquier ocasión</i>	41
Figura 18 <i>Presupuesto que estaría dispuesto a pagar por este detalle</i>	41
Figura 19 <i>Presupuesto que estaría dispuesto a pagar por este detalle</i>	42
Figura 20 <i>Presupuesto que estaría dispuesto a pagar por este detalle</i>	42
Figura 21 <i>Presupuesto que estaría dispuesto a pagar por este detalle</i>	43

Figura 22 <i>Incurción de rosas con fragancia</i>	43
Figura 23 <i>Que otras funcionalidades encuentran del producto</i>	44
Figura 24 <i>Recomendación para la realización de las cajas</i>	45
Figura 25 <i>Debilidades y fortalezas de la empresa</i>	47
Figura 26 <i>Amenazas de la empresa</i>	48
Figura 27 <i>Oportunidades de la empresa</i>	49
Figura 28 <i>Primer paso de armado de la rosa</i>	50
Figura 29 <i>Segundo paso de armado de la rosa</i>	51
Figura 30 <i>Tercer paso de armado de la rosa</i>	51
Figura 31 <i>Cuarto paso de armado de la rosa</i>	52
Figura 32 <i>Recolección de los petalos (12-15) para el armado de la rosa</i>	52
Figura 33 <i>Diseño final de la flor</i>	53
Figura 34 <i>Diagrama de flujo del proceso de la elaboración de las rosas</i>	54
Figura 35 <i>Toma de diámetro para la realización de caja circular y paredes</i>	55
Figura 36 <i>Dibujo de las paredes de la caja</i>	56
Figura 37 <i>Recorte de las paredes de la caja</i>	56
Figura 38 <i>Parte de las cajas antes de su pegado</i>	57
Figura 39 <i>Diseño de la caja final antes de forrado</i>	57
Figura 40 <i>Caja final con forrado y rosas</i>	58
Figura 41 <i>Diagrama de flujo de proceso de elaboración de caja circular</i>	58
Figura 42 <i>Medidas para realización de caja cuadrada</i>	59
Figura 43 <i>Corte de caja con el diseño ya dibujado</i>	60
Figura 44 <i>Molde de caja con todos sus lados</i>	60

Figura 45 <i>Pegado de las esquinas de la caja cuadrada</i>	61
Figura 46 <i>Inicio de forrado de caja cuadrada</i>	61
Figura 47 <i>Diseño de la caja final después del forrado</i>	62
Figura 48 <i>Pegado de marca publicitaria de la empresa</i>	62
Figura 49 <i>Ingreso de oasis dentro de la caja</i>	63
Figura 50 <i>Diseño final de caja cuadrada terminada</i>	63
Figura 51 <i>Diagrama de flujo de proceso de elaboración de caja cuadrada</i>	64
Figura 52 <i>Caja de 10 rosas forrados tipo mármol</i>	72
Figura 53 <i>Matriz de ÉXITO</i>	75
Figura 54 <i>Publicación en Marketplace de Facebook</i>	80
Figura 55 <i>Métricas alcanzadas en Facebook</i>	80
Figura 56 <i>Producto innovador de la empresa oso en flores</i>	82
Figura 57 <i>Producto innovador de la empresa oso en perlas</i>	82
Figura 58 <i>Unidades vendidas en el primer trimestre 2023</i>	83
Figura 59 <i>Unidades vendidas en el segundo trimestre 2023</i>	83
Figura 60 <i>Grafico comparativo de ventas año 2022 y 2023</i>	84

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Percepción externa de la competencia</i>	35
Tabla 2 <i>Análisis red social Instagram de la empresa</i>	36
Tabla 3 <i>Variaciones de costos</i>	68
Tabla 4 <i>Capital presupuestado para la empresa</i>	72
Tabla 5 <i>Presupuesto y detalle de cada elemento para la realización de las cajas y rosas</i>	73
Tabla 6 <i>Objetivo del proyecto</i>	76
Tabla 7 <i>Mercado objetivo</i>	76
Tabla 8 <i>Dar a conocer los productos</i>	77
Tabla 9 <i>Presentación del producto</i>	77
Tabla 10 <i>Proceso de venta</i>	77
Tabla 11 <i>Estrategia de Facebook</i>	78
Tabla 12 <i>Estrategia de Instagram</i>	79
Tabla 13 <i>Presupuesto de publicidad de Facebook</i>	79

Introducción

En el actual trabajo de grado se realiza para el título de Ingeniera 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 Rosas Eternas BY LS.

La finalidad de este proyecto es lograr el mejoramiento continuo y el plan de marketing digital para la empresa Rosas Eternas BY LS, Para lograr lo anterior se desarrollan cada una de las fases mencionadas en este proyecto.

La primera fase del proyecto consiste en la fundamentación, descripción general de la empresa junto con su misión y visión, descripción de sus redes sociales, el arquetipo que tiene la empresa junto con sus competencias directas e indirectas y el diseño de los productos teniendo en cuenta las percepciones del cliente.

En la segunda fase del proyecto consiste en realizar la documentación de los procesos detallados de las cajas con sus mejoras, se realizará un análisis estratégico por medio de DOFA donde conoceremos los factores internos de la empresa como lo son las Debilidades y las fortalezas, también conoceremos los factores externos de la empresa como lo son las Amenazas y las oportunidades por las cuales tendrá que pasar la empresa.

En la tercera fase consiste en la investigación de mercado donde realizamos una encuesta a 122 personas para conocer las percepciones de los posibles clientes, para saber si conocen acerca de nuestro producto y saber si les gustaría conocer más de este.

La cuarta fase del proyecto consiste en la implementación del plan de marketing digital, donde encontramos página web, estrategias comerciales con ayuda del marketing digital y mejoras en los procesos productivos de la empresa.

Planteamiento del Problema

“Rosas eternas BY LS” es una empresa pequeña creada a partir del gusto de realizar manualidades y detalles para cualquier ocasión y como una oportunidad de generar nuevos ingresos sustentables en el tiempo. Se espera tener utilidades con base en la venta de productos hechos a mano, detalles especiales con diversidad de colores de rosas perfumadas realizadas en cinta de tela.

Desde el mes de marzo del correspondiente año, la empresa inicio como un hobby en una tienda virtual comercializando detalles de Rosas Eternas, las ventas no han sido lo esperado debido a que no se ha estructurado un plan de marketing digital ya que no se cuenta con el conocimiento y la experiencia en el mercado para llegar a clientes por medio de las redes sociales y otros medios, también encontramos falencias en la realización de las cajas debido a que no se tiene el conocimiento total ni la técnica correcta para que las cajas queden perfectas, se espera que en el estudio de proceso del producto se empiecen a crear estrategias para la correcta realización de los productos.

La empresa tiene como misión y visión ofrecerle al cliente siempre un producto de excelente calidad, por esta razón “Rosas eternas BY LS” estudiara los inconvenientes que se tiene como lo son falta de estrategias de venta, escases en técnicas de marketing digital, las falencias en la realización de las cajas, al analizar estos inconvenientes, establecieron que su principal problema es la falta de un mejoramiento en el producto y técnicas de marketing digital para la empresa “Rosas eternas BY LS”

Por otro lado, es importante destacar que el diseño y el plan de mejoramiento en el producto se enfoca no solamente en la parte comercial sino en su diseño físico, por tal motivo se

investigará esa mejora en su imagen y diseño de marca para llamar la atención de nueva clientela.

La empresa no ha logrado obtener las ideas necesarias para las ventas en la publicidad digital debido a que es un elemento indispensable en la actualidad para las ventas a través de redes sociales, los medios digitales permiten una gran expansión a nuevos mercados, realizar nuevas técnicas para poder competir con grandes empresas, actualmente la empresa vende \$100.000 mensualmente buscando mejorar las ventas en un 10% para así crecer.

Teniendo en cuenta lo anterior la pregunta generadora de esta investigación sería:

¿Qué estrategias de mejoras y de marketing digital se podrían diseñar para hacer crecer la empresa “ROSAS ETERNAS BY LS”?

Justificación

La ciudad de Ibagué actualmente se posiciona como la segunda ciudad con mayor índice de desempleo en Colombia (El nuevo Día, 2022), por esta razón es cada vez más el número de personas que optan por tener un emprendimiento de cualquier producto que pueda ayudarlos con el sustento de sus hogares. Alrededor del mundo a menudo las personas usan sus redes sociales para buscar productos, parejas, para aprender cosas, etc.

Para desarrollar una propuesta sólida de marketing digital es necesario conocer la competitividad y el entorno en el que va a realizar, buscando diferentes formas de presencia por redes sociales, para buscar que llegue a más clientes y desarrollar la estrategia de manera correcta. El marketing digital ayudara a la empresa “ROSAS ETERNAS BY LS” presentando su producto en el momento que se considere correcto después de arreglar las falencias en las cajas, donde se fortalecerá la comunicación entre los clientes y la empresa para que más adelante sea más sencillo plantear la expansión a nuevos mercados ya que el marketing digital no tiene límites, siendo de suma importancia realizar campañas y publicidad orientado con el marketing para obtener el resultado que se espera.

Los detalles ayudan a tener un regalo en las ocasiones especiales y que así las personas se sientan especiales con un detalle eterno realizado con la empresa.

Objetivos

Objetivo General

Incrementar las ventas de la empresa “Rosas Eternas BY LS” a través de la mejora de sus productos y estrategias de marketing digital.

Objetivos Específicos

Analizar los productos, procesos y entorno de la empresa “Rosas eternas BY LS” para implementar oportunidades aplicando técnicas de investigación de mercado para la percepción del cliente.

Calcular costos de producción y de la utilidad esperada para la comercialización de las rosas.

Implementar estrategias de investigación de mercados y de marketing digital para mejorar las ventas.

Metodología

La metodología de investigación del estudio es mixta, ya que realizamos una mezcla de cualitativa y cuantitativa, buscando así mismo para desarrollar una estrategia de marketing digital para poderlo aplicar en la Empresa Rosas Eternas BY LS, con el fin de dar un gran paso hacia este medio digital. Asimismo, verificar la capacidad de generar acción en dicho medio con la implementación de estrategias de producto, sitio web y redes sociales para la nueva era digital.

De esta forma, el proyecto podrá gestionar la aplicación de actividades en las redes sociales como los son las campañas de publicidad, aplicando las nuevas tecnologías de la comunicación, que nos brindan la plataforma y competir en igualdad de condiciones con empresas que pueden ser nuestra competencia directa más grandes de Ibagué.

El proyecto consta de las siguientes fases:

Fase I: Fundamentación y reconocimiento de los diseños de los productos, la descripción general de la empresa contando con la misión y visión de ella y teniendo en cuenta cada una de sus redes sociales, teniendo en cuenta el arquetipo de la empresa y sus competencias directas e indirectas.

Fase II: Documentación de los procesos del armado de cajas donde tendremos en cuenta las falencias de las cajas y sus mejoras continuas dentro de esto mismo, cuenta también con un análisis estratégico por medio de DOFA donde los factores internos de la empresa como lo son las Debilidades y las fortalezas, también conoceremos los factores externos de la empresa como lo son las Amenazas y las oportunidades por las cuales tendrá que pasar la empresa.

Fase III: Consiste en la investigación de mercado que será realizado por medio de una encuesta realizadas a 122, esta fase es de suma importancia debido a que nos permite realizar

encuestas para conocer las percepciones de las personas y posibles clientes, conociendo que es lo que más le pueden gustar a nuestros posibles clientes.

Fase IV: Diseño de plan de marketing digital para la empresa Rosas Eternas BY LS, para lograr realizar el plan de marketing digital es necesario buscar un enfoque destinado hacia las ventas, logrando un diseño de página Web, buscando así mismo los recursos necesarios para tener una buena competencia en el mercado de Ibagué y Colombia si es posible, debido a que la empresa Rosas Eternas By Ls no cuenta con un punto físico teniendo así que crear una página web para crear su tienda Online, contando con la implementación de estrategias comerciales buscando así mismo puntos de venta y un catálogo de productos, con ayuda de su publicidad orgánica y pagada.

Fundamentación Teórica del Proyecto

Las búsquedas a través de los buscadores académicos de Google e internet no han encontrado artículos para este tipo de productos principalmente, el mercado de Eternal Rose en Colombia aún no tiene artículos de este tipo, con esto en mente es importante que busquemos otro trabajo de definición ya que estamos en digital. trabajo de marketing sobre los resultados de proyectos de interés algunos de los cuales serán citados

Marco Conceptual

Cliente

(American Marketing Association, 2003). Define un "cliente" como un individuo, empresa u organización que adquiere o compra voluntariamente productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otros, o para una empresa u organización, por lo tanto, es la creación, producción, fabricación y venta de productos y servicios razón principal.

Atención al Cliente

(Serna, H, 2006). Define que el servicio al cliente es un conjunto de una empresa diseña una estrategia para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de los clientes externos que sus competidores, de esta definición, inferimos que el servicio al cliente es fundamental para el crecimiento de una empresa.

Innovación

Según (COM, 1995) define que la innovación es la renovación y expansión de productos, servicios y el alcance del mercado relacionado; el establecimiento de nuevos métodos de producción, suministro y distribución; en la gestión, organización del trabajo y Condiciones de trabajo y competencias de la mano de obra.

Según (Dalle, L, 2006) define que la innovación es el desarrollo creativo que proviene de un estímulo externo (en este caso la tecnología) que conduce a un producto/servicio comercializable.

Emprendimiento

El francés define el emprendimiento como “un agente que compra los medios de producción a un precio determinado y la combina de manera ordenada para obtener un nuevo producto” (Cantillon, R, siglo XVII). Según (Timmons, 1989) el emprendimiento significa emprender acciones creativas y humanas para crear algo de valor a partir de casi nada. Se trata de perseverar en la búsqueda de oportunidades, independientemente de los recursos disponibles o no.

Marketing Digital

El marketing digital comprende las actividades de comunicación a través de canales digitales encaminadas a difundir y comercializar productos y servicios, generar nuevos clientes y fidelizar a otros, pensando siempre en mejorar y ampliar el negocio. (Ferreira, D).

El marketing digital es un ecosistema que nos da un control total sobre la estrategia de medios digitales de nuestros clientes finales. Nos da la oportunidad de ser más tácticos y rentables en el logro de los objetivos de la empresa. (Castañeda, J).

Producto

Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que incluyen empaque, color, precio, calidad y marca, así como el servicio y la reputación del vendedor; un producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea. (Stanton, Etzel y Walker)

Según (Kotler, P y Keller, KL, 2006), Un producto es todo lo que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o necesidad.

Redes Sociales

Una red social se define como un servicio que permite a los individuos establecer relaciones públicas o perfiles semipúblicos en un sistema compartimentado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten conexiones y ven, recorren su lista de conexiones y la lista de conexiones realizadas por otros dentro del sistema (BOYD, D. M. & ELLISON, N. B., 2007).

Según (Bartolomé, A, 2008), Las redes sociales reflejan lo que alguna vez mostraron los gráficos sociales: una serie de puntos que representan individuos (especialmente personas), conectados por líneas que representan relaciones.

Descripción General de la Empresa

Nombre

Rosas Eternas BY LS

Logo

Figura 1

Logotipo de la Empresa Rosas Eternas BY LS.



Fuente. Rosas Eternas BY LS.

Historia

Rosas Eternas BY LS, surgió desde el mes de marzo del 2022, la empresa inicio como un hobby en una tienda virtual comercializando detalles de Rosas Eternas debido a la falta de oportunidades laborales en la ciudad de Ibagué. Siendo esta una empresa fortaleciendo la economía colombiana, logrando ser una de las primeras impulsadoras de rosas eternas en el departamento del Tolima.

Sector en el que se desenvuelve: sector secundario.

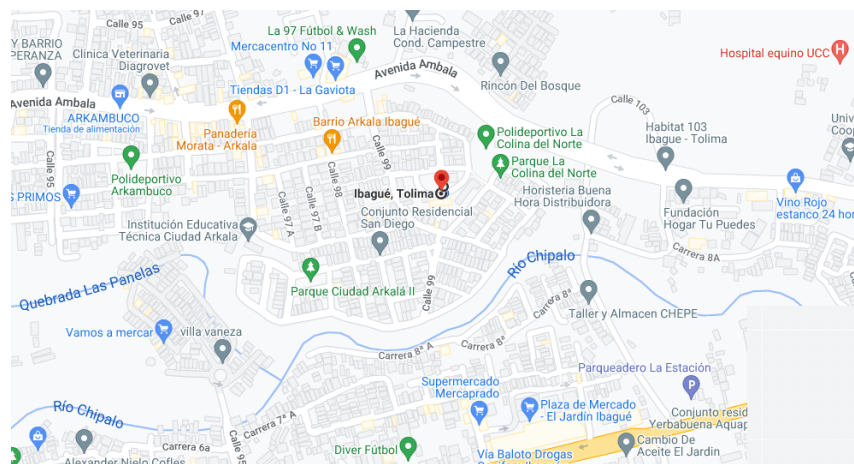
Sedes: No cuenta con sedes hasta ahora.

Georreferenciación

Ubicación: Se encuentra situada en el departamento del Tolima, en la ciudad de Ibagué su producción de rosas eternas se encuentra en el barrio Colinas del Norte.

Figura 2

Geolocalización de la empresa Rosas Eternas BY LS.



Fuente. Ubicación aproximada de la empresa Rosas Eternas BY LS

<https://www.google.com/maps/place/conjunto+cerrado+mirador+de+la+colina+del+norte/@4.4502551,-75.177311,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0xbdb0d7992cf1f1!8m2!3d4.4463189!4d-75.1750365>

Misión

Producción y comercialización de Rosas eternas con calidad y productos innovadores.

Visión

En el año 2033 ser la empresa más conocida en la comercialización de los detalles de rosas eternas y el líder en su mercado, aplicando nuevas técnicas para el mejoramiento continuo de nuestros procesos, comprometidos con el medio ambiente.

Producto Ofertado por la Empresa

Figura 3

Imagen del Producto Ofertado por la Empresa.



Fuente. Producto premium del catálogo de la empresa.

Descripciones del Producto

Los productos Rosas Eternas BY LS se han caracterizado por ser un producto de rosas eternas y con sus innovaciones; obteniendo productos de calidad, color y durabilidad. Uno de los objetivos de la empresa es brindar detalles eternos para cualquier ocasión dándoles una sensación de delicadeza y amor. Lo más importante de nuestros productos es que cuenta con creatividad, personalización y calidad, lo cual ayuda a que nuestros clientes tengan el detalle por un largo

tiempo si no es que se podría decir que para siempre debido a que sus rosas no se marchitan; pensando siempre en ellos buscamos innovar de manera recurrente; nuestros productos son desarrollados todos 100% a mano, sin necesidad de agregar nada más al producto, siendo un detalle eterno la empresa hace una gran diferencia en el mercado de detalles.

Redes Sociales

La empresa Rosas Eternas BY LS cuenta con un mecanismo de marketing digital muy tradicional.

Instagram

Figura 4

Pantallazo Red Social Instagram de la Empresa Rosas Eternas BY LS.



Fuente. Red social Instagram de la empresa Rosas Eternas BY LS.

<https://instagram.com/rosaseternasbyls?igshid=N2ZiY2E3YmU=>

Facebook

Figura 5

Pantallazo Red Social Facebook de la Empresa Rosas Eternas BY LS.



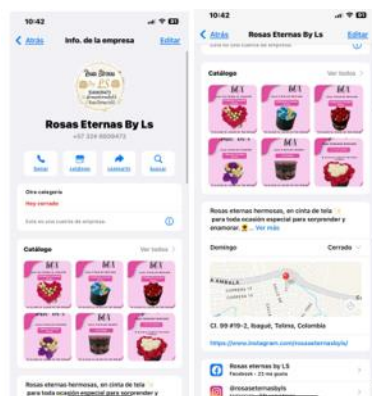
Fuente. Red social Facebook de la empresa Rosas Eternas BY LS

<https://www.facebook.com/rosasbyls?mibextid=LQQJ4d>

WhatsApp

Figura 6

Pantallazo Red Social WhatsApp de la Empresa Rosas Eternas BY LS.



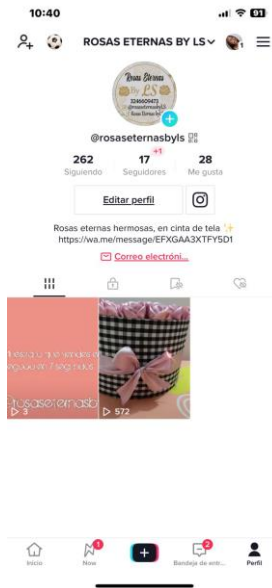
Fuente. Red social WhatsApp de la empresa Rosas Eternas BY LS

https://api.whatsapp.com/message/EFXGAA3XTFY5D1?autoload=1&app_absent=0

Tiktok

Figura 7

Pantallazo Red Social TikTok de la Empresa Rosas Eternas BY LS.



Fuente. Red social Tiktok de la empresa Rosas Eternas BY LS

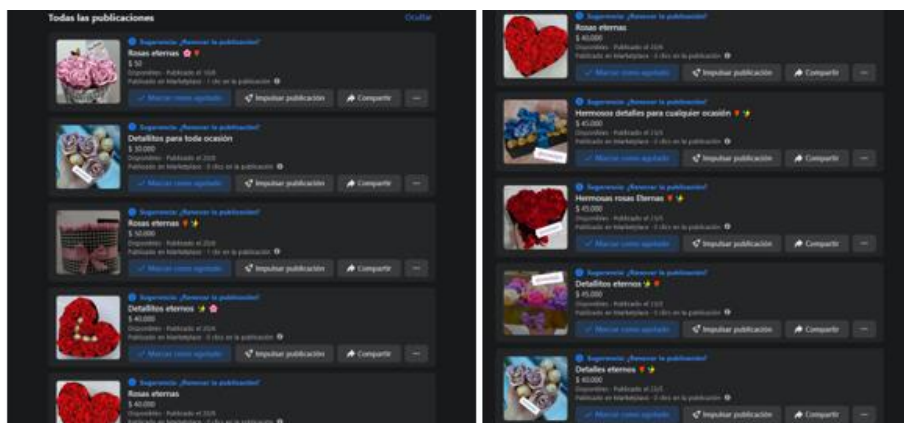
<https://www.tiktok.com/@rosaseternasbyls>

La empresa Rosas Eternas BY LS en este momento no cuenta con una gran cantidad de seguidores en sus redes sociales debido a que el mecanismo de publicación que se realiza es mayormente por Facebook por medio de Marketplace y grupos de venta de artículos sin pagar publicidad, por Instagram, pero sin pagar la publicidad.

Market Place de Facebook.

Figura 8

Pantallazo Red social Facebook de Marketplace.



Fuente. Marketplace de Facebook se busca la palabra Rosas Eternas o detalles eternos y se pueden observar diferentes tipos de publicidad que ha realizado la empresa,

<https://www.facebook.com/marketplace/ibague/search?query=Detalles%20eternos>

Con esta imagen podemos evidenciar las publicidades realizadas por el personal de las Rosas Eternas BY LS logrando llegar al consumidor de una manera orgánica sin necesidad de realizar algún gasto por pauta publicitaria.

Redes Sociales y WhatsApp Business como Canales de Ventas Online

La empresa Rosas Eternas BY LS desde sus inicios solamente contaba con las ventas por parte de Facebook con la creación de publicidades por medio de Marketplace, de esta manera se creó la red social de Instagram donde en esta página cuenta con la descripción del negocio, donde su principal objetivo son los clientes interesados en la compra de detalles para cualquier ocasión; Su forma de venta fue orgánica debido a que fueron publicaciones por medio de Marketplace y grupos de venta con más de 5 mil personas de la ciudad sin necesidad de realizar pauta publicitaria. WhatsApp Business fue creado también por la empresa Rosas Eternas BY LS

con la finalidad de poder crear un catálogo y obtener una mejor presentación de la empresa contando con respuestas inmediatas a cualquier hora.

Arquetipo Principal de la Empresa Rosas Eternas BY LS

Detalle del Perfil de la Empresa a Nivel Demográfico

Todo tipo de persona.

Salones de belleza y Spa.

Salones de evento.

Arreglo de novia.

Arreglos Funerarios.

Detalle del Perfil de la Empresa a Nivel Geográfico

Todo el territorio colombiano.

Información y Revisión del Perfil de Clase de Comportamiento

Cualquier persona que desee adquirir nuestros productos para diferentes ocasiones como detalles para fechas importantes, arreglo de novia, decoración de centros de belleza y Spa, arreglos funerarios, entre otros.

Descripción de las Expectativas del Cliente

Expectativas.

Detalle duradero por varios años.

Precios justos.

Detalle personalizado.

Descripción de la Experiencia del Cliente Antes de Realizar el Proceso de Compra

Encontrar por redes sociales alguna publicación que le llame la atención.

Buscar referencias y buenos comentarios de la empresa.

Descripción de la Experiencia Durante el Proceso de Compra.

El cliente adquiere un detalle eterno para cualquier ocasión demostrando sus sentimientos en el detalle.

Presentación del catálogo de los productos que cuenta la empresa.

Mostar diseños realizados para una mejor convicción para adquirir nuestros productos.

Descripción de la Experiencia Tras Realizar el Proceso de Compra.

Seguimiento del envío del producto.

Realización de la encuesta de satisfacción del cliente.

Análisis de la Competencia, Entorno para la Mejora de Procesos y Producto de la Empresa

Flores Eternas BY LS

Mapeo de Competencias

El mapeo de competencias es de suma importancia ya que con esto podemos saber en qué posición se encuentra la empresa, sus ventajas y desventajas y los principales puntos obtenidos fueron:

Posicionamiento de la empresa dentro del mercado.

Fijación de precios y descuentos que podemos ofrecer.

Diseñar logo para obtener unos empaques atractivos.

Reconocer quienes son sus compradores potenciales.

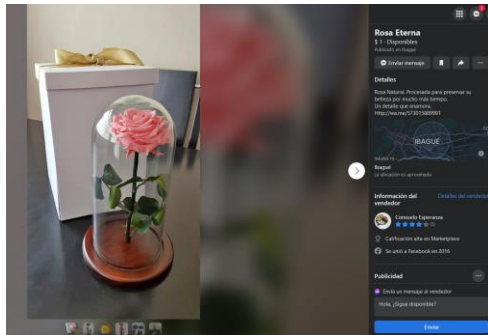
Evitar repetir errores ya cometidos.

¿Quién Consideramos que es la Competencia Indirecta y que Aspectos de Esta Debemos Analizar?

Nuestra competencia indirecta, son las empresas dedicadas a la venta de arreglos donde realizan productos como lo son los arreglos de rosas naturales, detalles con peluches, cualquier tipo de detalles a mano (dibujos, cartas, pancartas, etc.). Los aspectos más importantes que hemos analizado son las rosas encapsuladas que son rosas naturales que son eternas que lleva un químico, lo cual no contamos con los recursos para lograr competir con el mismo tipo de rosa.

Figura 9

Competencia Indirecta.



Fuente. Se busco por medio de Marketplace de Facebook por la palabra Rosa Eterna, poniendo como ejemplo de la competencia indirecta ya que estos productos se comercializan mayormente de manera digital,

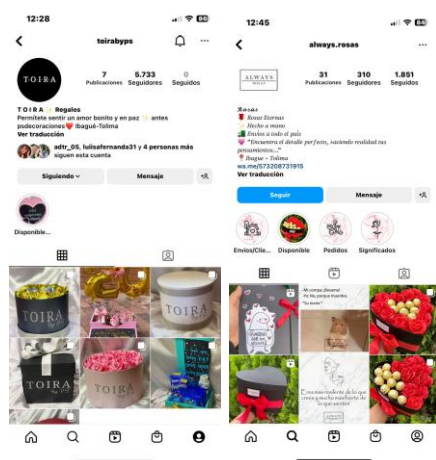
https://www.facebook.com/marketplace/item/699982137840300?hoisted=false&ref=search&referral_code=null&referral_story_type=post&tracking=browse_serp%3A73dfa30f-d1d5-4413-bbd6-0bc64ad324c3

¿Quién se Considera que es la Competencia Directa y que Aspectos de Estos Debemos Analizar?

Nuestra competencia directa se logró investigando por la red social Instagram, donde se encontró una empresa que desarrolla los mismo tipos de detalles que nosotros llamada TORIA el cual se basa en la realización de detalles eternos con diferentes detalles realizados de manera manual, donde podemos observar cómo ha crecido su empresa y ha ido incursionando cada vez en diferentes tipos de emprendimientos siempre basados en detalles manuales; podemos observar que su manera de vender han sido los clientes que ha tenido desde el año que empezó su emprendimiento trayendo cosas novedosas de los Estados Unidos.

Figura 10

Competencia Directa.



Fuente. Se busca por la red Social Instagram las competencias directas como lo es TOIRA y ALWAYS.ROSAS donde todas sus ventas se realizan de manera virtual por medio de sus redes sociales, <https://instagram.com/toirabyps?igshid=YmMyMTA2M2Y=> y <https://www.instagram.com/always.rosas/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>

Tabla 1

Percepción Externa de la Competencia.

EMPRESAS	UBICACIÓN	PRODUCTOS	PRECIOS	CANALES	FORMAS DE PAGO	TIEMPO DE ENTREGA
Rosas Eternas By Ls	Ibagué	Arreglos de rosas eternas (caja circular con 20 rosas)	\$ 60.000	Facebook, Instagram, WhatsApp, Tiktok	Transferencias por nequi y daviplata, en la ciudad de Ibagué pago contra entrega.	Ibagué despues de realizar el pedido 2 días hábiles, Fuera de la ciudad 2 días realización del pedido + tiempo de envío
Toira	Ibague	Arreglos de rosas eternas, entre otros detalles (caja circular con 20 rosas)	\$ 75.000		Transferencias por nequi y daviplata, en la ciudad de Ibagué cancela la mitad al realizar el pedido y la mitad antes de la entrega.	Ibagué despues de realizar el pedido 5 días hábiles, Fuera de la ciudad 5 días realización del pedido + tiempo de envío
Always.Rosas	Ibagué	Arreglos de rosas eternas (caja circular con 20 rosas)	\$ 60.000	Instagram, WhatsApp	Transferencias por nequi y daviplata, en la ciudad de Ibagué cancela la mitad al realizar el pedido y la mitad antes de la entrega.	Ibagué despues de realizar el pedido 2 días hábiles, Fuera de la ciudad 2 días realización del pedido + tiempo de envío

Fuente. Elaboración propia basada en la investigación de la percepción externa de la competencia para así lograr con el cumplimiento del estudio.

Con la anterior tabla logramos observar que una de las competencias llamada TOIRA maneja tienda online por medio de su Instagram, no cuenta con un catálogo debido a que no maneja WhatsApp Business, sus productos son algo costosos por que cuenta con todos los implementos para realizar sus productos contando con la maquina especial para hacer los mensajes en las hojas adhesivas plateadas, doradas, entre otros colores, la empresa no cuenta con envíos a nivel nacional. Las 3 empresas cuentan con variedad de diferentes diseños del producto, la empresa Rosas Eternas BY LS cuenta con gran variedad y un catálogo de diseños ofreciendo así una mejor atención para sus clientes, teniendo en cuenta que la empresa solo comercializa y fabrica estos tipos de productos y lleva aproximadamente 9 meses en el mercado.

Análisis Redes Sociales

Tabla 2

Análisis Red Social Instagram.

Red social instagram	Rosas Eternas By Ls	Toira	Always.Rosas
seguidores	771	5733	310
Frecuencia de publicidad	1 vez a la semana	1 vez cada semana	1 vez a la semana
Tipo de publicidad	Informal	Informal	Informal

Fuente. Elaboración propia basado en la comparación de la red social Instagram con su competencia directa.

En la red social de Instagram de la empresa Rosas Eternas BY LS, podemos analizar varios factores de las empresas; primero en la empresa Toira cuenta con más de 5 mil seguidores en esta red social debido a que lleva varios años ya en el mercado (cambio de emprendimiento), uno de los factores de su cantidad de seguidores puede tratarse de la compra de seguidores debido a que sus publicaciones no pasan de 50 me gusta.

Figura 11

Pantallazo Interacción Red social TORIA.



Fuente. Toira cuenta con un porcentaje bajo de interacciones teniendo en cuenta sus más de 5 mil seguidores, <https://www.instagram.com/toirabyps/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>

Figura 12

Pantallazo Interacción Red Social Always.Rosas.



Fuente. Always.Rosas Cuenta con un porcentaje de interacción bajo debido a que lleva poco tiempo en el mercado, <https://instagram.com/always.rosas?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Figura 13

Pantallazo Interacción Red Social Rosas Eternas BY LS.



Fuente. La empresa Rosas Eternas BY LS cuenta con un bajo nivel de interacción debido a que sus seguidores eran de su cuenta personal anterior,

<https://instagram.com/rosaseternasbyls?igshid=N2ZiY2E3YmU=>

Investigación de Mercado

Alcance del Estudio

El método de investigación de estudio es mixto siendo una mezcla entre cualitativa y cuantitativa, la idea principal es evidenciar la importancia de la realización de las estrategias de marketing digital para así poder ser aplicado a la empresa Rosas Eternas BY LS, con la finalidad de dar grandes pasos en el mundo de la tecnología; para así demostrar las nuevas estrategias obtenidas para enfrentar la nueva era digital.

Muestra

En primera medida debemos definir la población o muestra que deseamos estudiar. Por ende, la población o muestra a la que será dirigida será a todo tipo de persona mayor de edad que

tengan Celular, Tablet o Pc, para la aplicación del método de recolección de la información (encuesta).

El sondeo se realizó a 122 personas ubicados en cualquier parte del país mayores de 18 años, las ciudades de los encuestados lo dividimos en 3 segmentos donde como respuesta está la ciudad de Ibagué, Bogotá y Otra

Tabulación y Análisis de Resultados

Figura 14

Ciudad de las Personas Encuestadas.



Fuente. Elaboración propia basada en las ciudades de las personas encuestadas dentro del país donde más del 80% de las personas encuestadas hacen parte de la ciudad de Ibagué.

Preguntas Especificas

¿Con que frecuencia compra usted regalos para alguien especial?

Figura 15

Frecuencia en la que Compran Regalos para Alguien Especial.

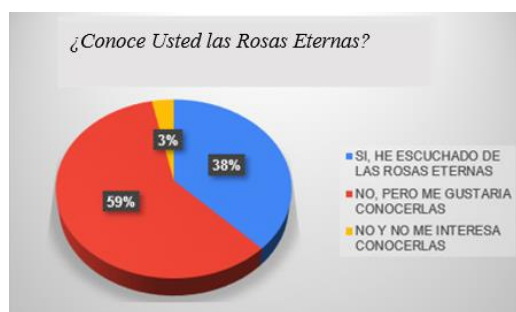


Fuente. Elaboración propia, esto es basado en la cantidad de personas que compra regalos o detalles para alguien especial, 1-2 veces por mes corresponde al 9%, las personas que compran detalles cada que tienen dinero corresponden al 16.4%, y la cantidad de personas que solo compran detalles cuando es una fecha importante corresponde al 74.6% de las personas encuestadas.

¿Conoce usted las rosas eternas?

Figura 16

Conoce Usted las Rosas Eternas.

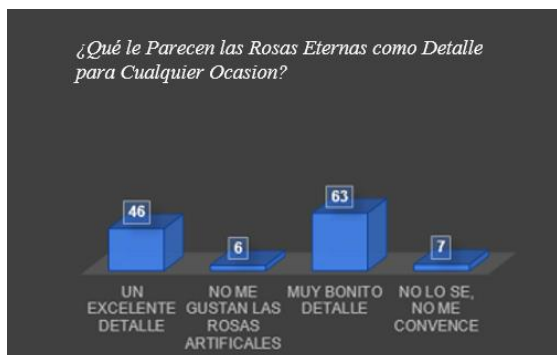


Fuente. Elaboración propia, esto es basado de si conocen o han escuchado acerca de las rosas eternas donde el 38% si ha escuchado de las rosas eternas, el 59% no lo conoce, pero le gustaría conocerlas y un 3% de personas no y no le gustaría conocer acerca del producto.

¿Qué le parecen las rosas eternas como detalle para cualquier ocasión?

Figura 17

Percepción de las Rosas Eternas como Detalle para Cualquier Ocasión.



Fuente. Elaboración propia, estos resultados se basan en que el 51.6 % de las personas encuestadas consideran que es un muy bonito detalle, el 37.7% de las personas consideran que es un excelente detalle, por lo contrario, el 4.9% de las personas no le gustan las rosas artificiales y el 5.7% de las personas no lo convence el detalle de rosas eternas.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el siguiente detalle?

Figura 18

Presupuesto que Estaría Dispuesto A Pagar por el Detalle.



Fuente. Elaboración propia, al realizar la pregunta acerca de la cantidad de dinero que estarían dispuestos a pagar por el detalle el 72% de las personas encuestadas pagarían entre 70.000 y 80.000 pesos por dicho detalle y el 28% estaría dispuesto a pagar entre 80.000 y 90.000.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el siguiente detalle?

Figura 19

Presupuesto Que Estaría Dispuesto A Pagar por el Detalle.



Fuente. Elaboración propia, al realizar la pregunta acerca de la cantidad de dinero que estarían dispuestos a pagar por el detalle el 89% de las personas encuestadas pagarían entre 45.000 y 50.000 pesos por dicho detalle y el 11% estaría dispuesto a pagar entre 50.000 y 55.000.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el siguiente detalle?

Figura 20

Presupuesto que Estaría Dispuesto a Pagar por el Detalle.



Fuente. Elaboración propia, al realizar la pregunta acerca de la cantidad de dinero que estarían dispuestos a pagar por el detalle el 69% de las personas encuestadas pagarían entre 60.000 Y 65.000 pesos por dicho detalle y el 31% estaría dispuesto a pagar entre 65.000 Y 70.000.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el siguiente detalle?

Figura 21

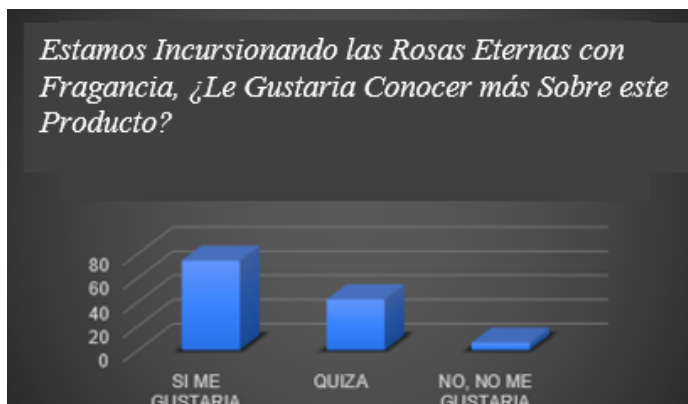
Presupuesto que Estaría Dispuesto a Pagar por el Detalle.



Fuente. Elaboración propia, al realizar la pregunta acerca de la cantidad de dinero que estarían dispuestos a pagar por el detalle el 85% de las personas encuestadas pagarían entre 50.000 Y 55.000 pesos por dicho detalle y el 15% estaría dispuesto a pagar entre 55.000 Y 60.000. Estamos incursionando las rosas eternas con fragancia, ¿le gustaría conocer más sobre este producto?

Figura 22

Incursión de Rosas Eternas con Fragancia.



Fuente. Elaboración propia, en la empresa Rosas Eternas BY LS se busca la manera de incursionar nuevos productos que puedan llamar la atención del cliente, donde preguntamos acerca de la nueva incursión de rosas con fragancia dando el 60.6% de las personas encuestadas

les gustaría conocer el producto, el 34.4% está en duda de si quisieran conocerlo por el contrario el 4.9% de las personas no les gustaría conocer este nuevo producto.

¿Qué otros tipos de funciones cree usted que les puede dar al producto?

Figura 23

Funcionalidades Diferentes del Producto.



Fuente. Elaboración propia, al realizar este tipo de pregunta abierta dejamos que las personas encuestadas respondieran de manera individual que otra funcionalidad le darían al producto el 59% dio la funcionalidad de decoraciones varias (salones de belleza, spa, etc.). El 7.3% arreglos varios (arreglos funerarios y de tumbas). 7.3% en arreglos para ocasiones especiales (aniversario, día de la madre, etc.). El 3.3% da la funcionalidad de joyeros (anillos, cadenas y manillas). El 16.4 da la funcionalidad para realizar la revelación de genero del bebe (fucsia niña y azul niño). El 6.6% no saben que otra funcionalidad darle al producto.

¿Qué otro tipo de materiales recomendaría en utilizar para el diseño y manufactura de las cajas?

Figura 24

Recomendación de Diferentes Materiales para las Cajas.



Fuente. Elaboración propia, al realizar la pregunta abierta acerca de que otros tipos de materiales recomiendan para realizar el diseño y manufactura de la caja el 25.4% dice que en cartón como se viene realizando que es cartón industrial o cartón cartulina, el 15.6% dice que, en materiales biodegradables, el 16.4% no sabe que material recomendar, el 24.6% da la opción de realizar las cajas en madera, el 7.4% dice que, en plástico, solo el 1.6% dice que en metal y el 9% considera que están realizadas en el material correcto.

Resultados del Estudio

Como resultado de la investigación realizada anteriormente se obtiene que el 80% de las personas encuestadas son de la ciudad de Ibagué lo cual nos permite darnos cuenta de que debemos expandir nuestros productos a diferentes partes del país realizando publicidad pagada por Facebook.

La frecuencia con la que las personas realizan la compra de detalles para cualquier ocasión es muy poco frecuente, el 74.6% de las personas encuestadas respondieron que compran detalles solo cuando es una ocasión especial y debe ser comprado para hacer sentir especial y amada a la persona a la que va dirigido el detalle; el 38% de las personas encuestadas conocen nuestros productos de manera orgánica por medio de publicaciones en redes sociales como lo es Facebook por Marketplace y grupos de ventas de la ciudad de Ibagué, el 59% de las personas encuestadas les gustaría conocer más acerca de las rosas eternas y el 3% no le interesa puede ser porque no les gusta las rosas artificiales.

El 51.6% de las personas encuestadas consideran que las Rosas Eternas son un muy bonito detalle, el 37.7% un excelente detalle para cualquier ocasión especial por el contrario el 4.9% no le gustan las rosas artificiales y el 5.7 no está convencido con nuestros productos; más del 80% de las personas encuestadas en las preguntas de la cantidad de dinero que estaría dispuesto a pagar por un detalle escogieron el de menor precio sin conocer el valor de las materias primas.

Hoy en día venimos incursionando con las Rosas Eternas con fragancia donde se les pregunta a las personas encuestadas si les gustaría conocer más acerca de las rosas con fragancia donde el 60.6% determino que, si les gustaría conocer el producto, el 34.4% no saben si les gustaría conocer el producto por el contrario el 4.9% no le gustaría conocer este nuevo modelo de rosas que contienen fragancia siendo este un producto innovador.

Realizamos la pregunta acerca de que otros tipos de funcionalidades les podrían dar a las rosas eternas donde más del 59% decidió la funcionalidad de decoraciones donde hacen referencia a decoración de centros de mesa, decoración en spa, salones de belleza, entre otros. El 7.3% de las personas encuestadas dice que arreglos (funerarios, de bodas, entre otros), el 7.3%

dice que detalles como ya se venía realizando en la empresa dando ideas innovadoras el 3.3% donde dan la funcionalidad de realizar joyeros con las rosas, el 16.4% dan la idea de realizar revelaciones de genero de un bebe, el 6.6% no sabe que otro tipo de funcionalidad se le podría dar.

Nos encontramos estudiando que otros tipos de materiales se podrían utilizar para la realización de las cajas al realizar esta pregunta a las personas encuestadas nos dicen que el 25.4% habla de cartón los diferentes tipos que se manejan como lo es el cartón industrial, corrugado y cartón cartulina; el 15.6% dice que en materiales biodegradable y materiales reciclados, el 16.4% no saben que otro tipo de material se podría utilizar para realizar las cajas, el 24.6% dice que en madera sin considerar lo difícil que es manejar la madera y lo costoso que es mandar a hacer las cajas, el 7.4% dice que en plástico, el 1.6% en metal y el 9% considera que las cajas están realizadas en el material adecuado.

Matriz de DOFA Para Análisis Estratégico

Análisis Factores Internos de la Empresa

Figura 25

Debilidades y Fortalezas de la Empresa

DEBILIDADES (-)		FORTALEZAS (+)	
1	Pocos medios de pago (la empresa Rosas Eternas By Ls solo maneja nequi y daviplata)	1	Precio accesible (Precios justos)
2	Tiene pocos canales de entrega y reparto ya que solo manejan servicio de contra entrega en la ciudad de Ibagué	2	Variedad de colores en las rosas y 2 diseños de cajas
3	No cuenta con estrategias de ventas y marketing.	3	Durabilidad (son Rosas eternas y por ende no se marchitan)
4	Tiene poca participación en redes sociales debido a que no es constante con sus publicaciones para poder atraer nuevos clientes.	4	Oportuna entrega.
		5	Cuenta con portafolio de productos por WhatsApp
		6	Atención personalizada

Fuente. Elaboración propia.

Debilidades

La empresa Rosas Eternas BY LS ofrece pocas alternativas como métodos de pago esto puede causar que el cliente en el momento del pago decida no realizarlo, además de esto no ofrece muchas opciones de entrega ya que muchas personas son muy desconfiadas en el momento de realizar pagos antes de que se realice el envío. La empresa debe realizar más publicaciones en redes sociales para darse a conocer y demostrar que es una empresa confiable y así poder llegar a más clientes.

Fortalezas

La empresa Rosas Eternas BY LS cuenta con fortalezas en su atención al cliente de manera personalizada, precios justos, variedad de colores de rosas y 2 diseños de cajas y son de larga duración, la empresa ofrece productos únicos, diferentes y eternos.

Análisis Factores Externos de la Empresa

Amenazas

Figura 26

Amenazas de la Empresa.

Amenazas (-)	
1	Entrada de nuevas competencias (rosas naturales eternas con químicos que hacen que perduren)
2	Competencia con mas variedad de cajas.
3	Aumento de costos de la materia prima (los costos de produccion cada día son mas costosos debido al alza de la materia prima)
4	La poca estabilidad economica que se tiene en Colombia.

Fuente. Elaboración propia.

Oportunidades

Figura 27

Oportunidades de la Empresa.

OPORTUNIDADES (+)	
1	Brindar oportunidades de trabajo en áreas de venta y marketing.
	Asistencia de ferias para dar a conocer la empresa Rosas Eternas
2	By Ls
3	Mercados desatendidos.
4	Nuevos canales para su comercialización
5	Apoyo de diferentes entidades.
6	Crear nuevos servicios para captar nuevos clientes.

Fuente. Elaboración propia.

El producto que se fabrica en la empresa Rosas Eternas BY LS ha tenido poco impacto en el mercado de la ciudad de Ibagué, debido a que no cuenta con alta demanda ni compras siendo esto algo de suma importancia para que la empresa logre mantenerse y lograr su meta en ventas, la empresa Rosas Eternas BY LS puede dar un salto importante para darse a conocer a nivel nacional siendo parte de ferias y haciendo publicidad en cada evento de belleza y emprendimiento que se realice para así impulsar sus ventas.

Dentro del plan de marketing digital se espera lograr un acuerdo empresarial con empresas para lograr vender a nivel nacional, buscando así ser parte de momentos especiales como lo serían las bodas, buscando así formar parte de alguna empresa transportadora para que los clientes sepan que el envío es completamente seguro en el momento de comprar fuera de la ciudad de Ibagué.

Procedimiento de Implementación del Prototipo de Rosas de Tela

Propósito del Procedimiento

Explicar el paso a paso de la elaboración de rosas de tela.

Materiales e implementos requeridos:

Cinta de tela.

Pistola de silicona.

Silicona.

Tijeras.

Palos de pinchos.

Mechera.

Descripción Textual del Procedimiento

Paso 1: Para realizar las tiras de los pétalos debemos enrollar la cinta de tela sobre una tarjeta ya sea de banco ya que tiene las medidas específicas para la realización de cada pétalo.

(Ver Figura 28):

Figura 28

Primer Paso del Armado de la Rosa.



Fuente. Elaboración propia

Paso 2: Realizamos el primer doblar creando un triángulo. (Ver Figura 29):

Figura 29

Segundo Paso del Armado de la Rosa.



Fuente. Elaboración propia.

Paso 3: Realizamos el doblar de la punta hacia la punta del primer doblar generado. (ver figura 30)

Figura 30

Tercer Paso del Armado de la Rosa.



Fuente. Elaboración propia.

Paso 4: Al realizar este paso se pegan las puntas y se repite este proceso para terminar de realizar el pétalo. (ver figura 31)

Figura 31

Cuarto Paso del Armado de la Rosa.



Fuente. Elaboración propia, terminando con la forma del pétalo de la rosa.

Video 1

Armado del Pétalo de la Rosa.

<https://youtube.com/shorts/6lcN2aLAYrk?feature=share>

Fuente. Elaboración propia, el proceso detallado de la realización de los pétalos de rosas.

Paso 5: Debemos repetir el proceso 12-15 veces. (ver figura 32)

Figura 32

Recolección de los 12-15 Pétalos para Realizar la Rosa.



Fuente. Elaboración propia

Paso 6: Realizamos el pegado de cada uno de los pétalos para así poder crear la rosa. (ver video 2)

Video 2

Proceso Detallado del Pegado de los Pétalos para la Realización de la Rosa.

<https://youtu.be/Xc7bXanURpA>

Fuente. Elaboración propia.

Paso 7: Realizamos el pegado final de la línea de pétalos para generar así la rosa. (ver video 3)

Video 3

Proceso Detallado del Pegado de los Pétalos para Realizar la Rosa.

<https://youtu.be/tiPX4Xk5Rq4>

Fuente. Elaboración propia.

Figura 33

Flor Final



Fuente. Elaboración propia.

Diagrama de Flujo Proceso de Elaboración de Rosas en Cinta de Tela.

Figura 34

Diagrama de Flujo de los Procesos de Elaboración de las Rosas.



Fuente. Elaboración propia.

Procedimiento de Implementación de Caja Circular Rosas de Tela

Propósito del Procedimiento

Explicar el paso a paso de la elaboración de la caja circular para las rosas de tela.

Materiales e Implementos Requeridos

Rosas de tela.

Pistola de silicona.

Silicona.

Tijeras.

Bisturí.

Pegamento líquido.

Regla.

Cartón industrial.

Lápiz.

Descripción Textual del Procedimiento

Paso 1: Como primer paso debemos realizar la circunferencia deseada en el cartón industrial y después de ser cortado se le toma la medida del diámetro que ese sería las paredes de la caja. (ver figura 35)

Figura 35

Toma del Diámetro para Realizar las Paredes de la Caja.

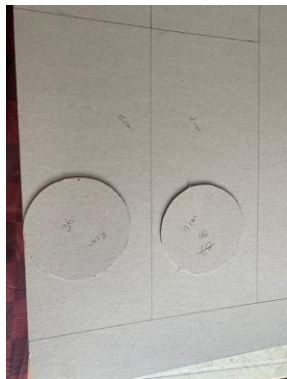


Fuente. Elaboración propia

Paso 2: Dependiendo de las medidas obtenidas mediante el diámetro de la circunferencia realizamos así las paredes de la caja. (ver figura 36)

Figura 36

Realizar las Paredes de la Caja.



Fuente. Elaboración propia

Paso 3: Procedemos al corte de las paredes de la caja con un bisturí. (ver figura 37)

Figura 37

Corte de sus Paredes.



Fuente. Elaboración propia.

Paso 4: Después de realizar el corte nos aseguramos de que todo quede derecho para proceder con el pegado de la pared en la base. (ver figura 38)

Figura 38

Partes de la Caja.



Fuente. Elaboración propia.

Paso 5: Procedemos a realizar el pegado de la pared en la base. (ver video 4)

Video 4

Pegado de la Caja.

https://youtu.be/oh6qw_sEjz8

Fuente. Elaboración propia.

Figura 39

Finalidad de la Caja antes de Forrarla.



Fuente. Elaboración propia

Paso 6: Después de realizar el forrado de la caja procedemos a pegarle por dentro el oasis y ponerle las rosas de nuestra preferencia. (ver figura 40)

Figura 40

Caja Final.

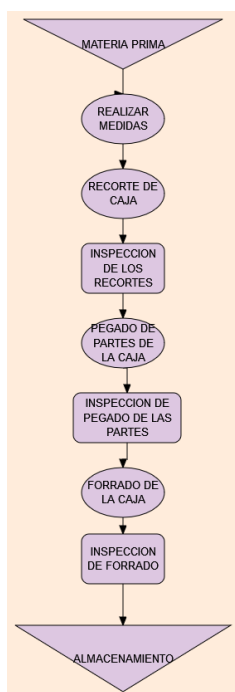


Fuente. Elaboración propia.

Diagrama de Flujo Proceso de Elaboración de Caja Circular para las Rosas.

Figura 41

Diagrama de Flujo del Proceso Detallado de la Elaboración de Cajas Circulares.



Fuente. Elaboración propia.

Procedimiento de Implementación de Caja Cuadrada de Rosas de Tela:

Propósito del Procedimiento

Explicar el paso a paso de la elaboración de la caja cuadrada para las rosas de tela.

Materiales e Implementos Requeridos

Rosas de tela.

Pistola de silicona.

Silicona.

Tijeras.

Bisturí.

Pegamento líquido.

Regla.

Cartón industrial.

Lápiz.

Cinta de enmascarar.

Descripción Textual del Procedimiento

Paso 1: Como primer paso debemos realizar las medidas deseadas de su centro y sus paredes en el cartón industrial. (ver figura 42)

Figura 42

Medidas en el Cartón Industrial.



Fuente. Elaboración propia.

Paso 2: Procedemos al corte del cartón industrial con las medidas estipuladas dentro de este. (ver figura 43)

Figura 43

Corte de la Caja.



Fuente. Elaboración propia.

Paso 3: Observamos que la caja haya quedado cortada de manera correcta. (ver figura 44)

Figura 44

Molde de la Caja.



Fuente. Elaboración propia.

Paso 4: Procedemos a pegar cada una de las esquinas con cinta de enmascarar para así poder tener soporte de la caja en el momento del pegado. (ver figura 47)

Figura 45

Pegado de las Esquinas.



Fuente. Elaboración propia.

Paso 5: Observamos que todas las esquinas hayan quedado pegadas de manera correcta.

(ver video 5)

Video 5

Esquinas Pegadas Caja Cuadrada.

https://youtu.be/4eR5EWHmx_Y

Fuente. Elaboración propia.

Paso 6: Procedemos a pegar la parte de debajo de la caja en la tela para así proceder al pegado del resto del forrado y evitando que la tela se desacomode. (ver figura 46)

Figura 46

Inicio de Forrado Caja Cuadrada.



Fuente. Elaboración propia.

Paso 7: Terminamos de realizar el forrado de la caja tanto por fuera como por dentro ya que esto le da más estética a la caja. (ver figura 47)

Figura 47

Finalidad del Forrado.



Fuente. Elaboración propia.

Paso 8: Procedemos a pegarle la marca de la empresa en uno de los laterales de la caja. (ver figura 48)

Figura 48

Pegado de la Marca de la Empresa.



Fuente. Elaboración propia.

Paso 9: Agregamos el oasis dentro de la caja. (ver figura 49)

Figura 49

Ingreso del Oasis a la Caja.



Fuente. Elaboración propia.

Paso 10: Procedemos a organizar las rosas de nuestra preferencia de manera que sobre salgan de la caja. (ver figura 50)

Figura 50

Producto Final de la Caja Cuadrada.

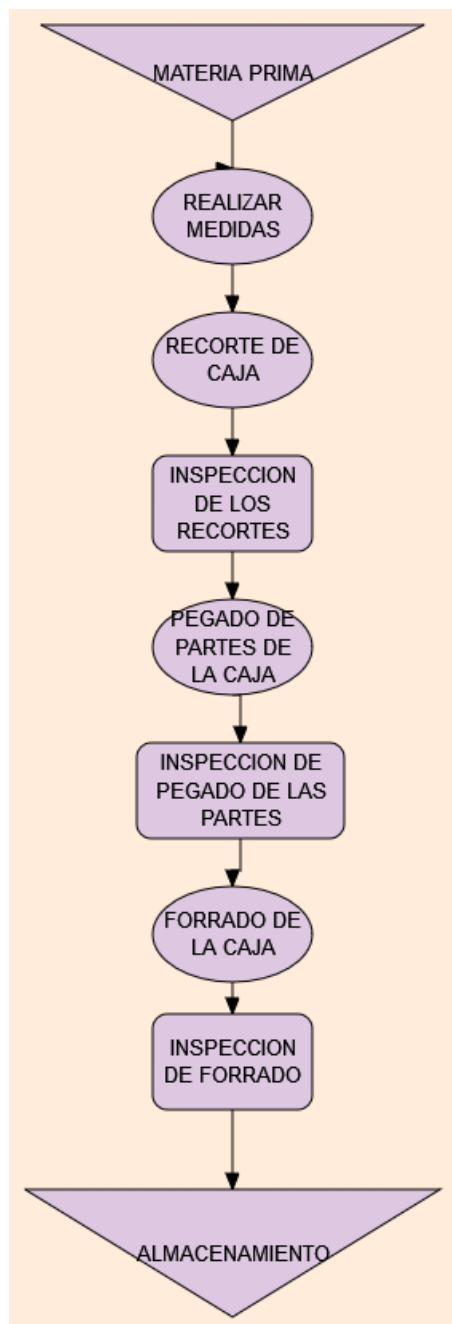


Fuente. Elaboración propia.

Diagrama de Flujo Proceso de Elaboración de Caja Cuadrada de Rosas en Cinta de Tela.

Figura 51

Diagrama de Flujo del Proceso Detallado de la Elaboración de Cajas Cuadrada.



Fuente. Elaboración propia.

Cálculo de Costos de Producción y Utilidad Esperada de la Empresa Flores Eternas BY LS

La información que se obtiene acerca de los costos y los gastos que incurren dentro de la empresa para poder realizar sus actividades son de mucha importancia debido a que con esto se realiza la toma de decisiones de manera rápida y eficaz.

La información requerida por la empresa puede ser realizado diariamente para así tener una contabilidad al día con sus costos de la cual depende la evaluación de la gestión administrativa; esto debe basarse en los ingresos y costos pasados que fueron necesarios para el costo de los productos así mismo sus ingresos y proyecciones para la toma de decisiones extendiéndose con los costos y el valor para adquirir los bienes o servicios.

Elementos de Costo o Componentes de un Producto

Estos elementos son necesarios para la medición de los ingresos y la fijación final del producto.

Materiales directos.

Obra demanda directa.

Costos indirectos de fabricación.

Materia Prima

Todos los elementos que se incluyen en la elaboración de los productos son todo lo que se incluye incorpora o transforma en un producto final, el producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos que mediante procesos permiten la finalidad del producto.

Materiales Para la Realización de Rosas

Cinta de tela.

Pistola de silicona.

Silicona.

Tijeras.

Palos de pinchos.

Mechera.

Materiales Para la Realización de Cajas

Rosas de tela.

Pistola de silicona.

Silicona.

Tijeras.

Bisturí.

Pegamento líquido.

Regla.

Cartón industrial.

Lápiz.

Cinta de enmascarar.

Mano de Obra

Se define como el esfuerzo físico o mental gastado en la realización de los productos o servicios, su costo se divide en dos:

Mano de Obra Directa

Es definido como la mano de obra que está involucrado directamente en la producción del producto, como lo son:

Mano de Obra Directa para la Realización de las Rosas

Doblez para la realización de pétalos.

Corte de los pétalos.

Doblez de las esquinas para la realización de los pétalos.

Pegado de los pétalos para realizar las rosas.

Pegado de los pétalos dando vueltas para así generar la rosa.

Mano de Obra Directa para la Realización de las Cajas

Diseño de la caja en el cartón industrial, con las medidas deseadas.

Corte del diseño de caja para continuar con el armado.

Pegado de la caja diseñada en el cartón industrial.

Forrado de la caja diseñada.

Mano de Obra Indirecta

Se define como la mano de obra que no se vincula directamente en el proceso productivo.

Persona encargada de la gestión de calidad de los productos.

Gastos de energía eléctrica y agua utilizados en la producción.

Costos Indirectos de Fabricación

Son los elementos necesarios para el mantenimiento de la producción con los servicios básicos:

Variaciones

Son los desvíos entre los costos estándar y el real, calculando así cada elemento e informan aspectos o factores vinculados.

Tabla 3*Variaciones.*

Elementos	Metodos	Variaciones
materiales	2	precio
		cantidad
Mano de obra	2	Pago comision
		Tiempo
costos indirectos de fabricacion	3	Presupuesto
		Capacidad
		Eficiencia

Fuente. Elaboración propia, las variaciones de cada elemento para la realización de los productos.

Elementos de Materia Prima

Variación de Precio

Indica la diferencia entre el precio pagado por la compra de los materiales.

Su fórmula:

$$VP = (Pr - Pe)Qr$$

Esto quiere decir:

VP: Variación de precio.

Pr: Precio real.

Pe: Precio estándar.

Qr: Cantidad real.

$$VP = (25000 - 45000)1$$

$$VP = (20000)1$$

$$VP = 20000$$

Variación de Cantidad

Muestra la diferencia entre la cantidad real aplicada y las establecidas:

Su fórmula:

$$VC = (Qr - Qe)Pe$$

Es decir:

VC= variación de cantidad.

Qr: Cantidad real.

Qe: Cantidad estándar.

Pe: Precio estándar.

$$VC = (1 - 2)25000$$

$$VC = (1)25000$$

$$VC = 25000$$

Elemento de Mano de Obra (MO)

Variación de Tiempo

Establece las horas trabajadas y el estándar.

Su fórmula:

$$VT = (Tr - Te)se$$

Es decir:

VT: Variación de tiempo.

Tr: Tiempo real.

Te: Tiempo estimado.

Se: sueldo estándar.

$$VT = (4 - 8)40.000$$

$$VT = (4)40.000$$

$$VT = 160.000$$

Elementos de Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Existen 2 métodos para su cálculo, los cuales son:

Dos Variantes

Los gastos generales netos, las variaciones del presupuesto o las variaciones de los gastos pueden deberse en parte a costos fijos, depreciación, seguro o impuestos por encima del presupuesto que en realidad son más altos de lo presupuestado.

Tres Variaciones

En este análisis, CIF se aplica a la producción de la misma manera: la tarifa CIF estándar se multiplica por las horas estándar; En este método se producen tres tipos de variaciones:

Variación de Presupuesto o Gasto. Representa la diferencia entre el presupuesto ajustado real expresado en horas reales trabajadas y el precio CIF que se habría aplicado a la producción si no se hubieran producido errores de tiempo, es decir, las horas reales multiplicadas por los costos estándar.

Variación de Eficiencia. Representa la diferencia entre el presupuesto ajustado real expresado en horas de mano de obra reales y el precio CIF que se habría aplicado a la producción en ausencia de errores de tiempo, es decir, las horas de mano de obra reales multiplicadas por los costos estándar.

Variación de Presupuesto. Representa la diferencia entre el presupuesto real ajustado (expresado en horas reales trabajadas) y el precio CIF (es decir, horas reales multiplicadas por costos estándar) aplicable a la producción sin error de tiempo.

Variación de volumen o capacidad. la diferencia entre el presupuesto ajustado (expresado en horas reales), que refleja el nivel real, y el precio CIF que habría sido apropiado para la producción si no hubiera habido escasez de mano de obra, es decir, horas reales multiplicadas por el costo estándar.

Variación eficiencia. Dependiendo de la producción y costos de horas extras o tiempo parcial debido al número de horas consumidas que difieren del tiempo normal esperado.

Identificación de Costos

Costos Directos e Indirectos

Costos directos. Son los costos que se pueden asociar con los artículos o realización del producto, los materiales y la mano de obra son los ejemplos más claros para poder entender los costos de manera correcta.

Costos indirectos. Son los costos que no se pueden asociar con los artículos o la realización del producto ni a ningún área.

Costos Fijos, Variables y Mixtos

Los costos varían de acuerdo con los cambios de producción, estos se basan principalmente en los costos de los productos y tiene diferentes clasificaciones como lo son:

Costos variables. Son aquellos en que los costos cambian de manera directamente por los aumentos o disminución de los volúmenes de pedidos, por lo que el costo permanece constante.

Costos fijos. Son aquellos que los costos siempre mantienen constantes mientras que sus costos fijos varía con su producción.

Costos mixtos. Estos pueden ser fijos y variables donde existen dos tipos:

Semivariabes: La parte fija del costo semivariable representa el costo mínimo, mientras que la parte variable es más importante en el cálculo del producto.

Escalonados: Los costos compartidos de los pasos difieren en diferentes niveles de producción, ya que solo se obtienen en lotes.

Capital Presupuestado para el Inicio del Emprendimiento

Tabla 4

Capital Presupuestado.

presupuesto			
nombre	cantidad	precio unidad	precio total
cinta de tela	5	37000	185000
palos de pincho	4	5000	20000
oasis	12	6000	72000
papel contact	4	4500	18000
carton industrial	8	2500	20000
silicona	2	35000	70000
mechera (encendedor)	1	1500	1500
sticker dorado	50	1800	90000
sticker circular	200	350	70000
tarjeta publicidad	100	800	80000
mofo decorativo	40	1500	60000
cinta decorativa	4	5000	20000
pistola silicona	1	25000	25000
tijeras	1	9000	9000
pegamento	1	8000	8000
tela para forrado	3	8000	24000
bisturi	1	5000	5000
TOTAL			777500

Fuente. Elaboración propia, el capital pronosticado para el inicio del emprendimiento.

Presupuesto para Realización de Caja Circular de 10 Rosas.

Figura 52

Caja de 10 Rosas con Forrado Tipo Mármol.



Fuente. Elaboración propia, Caja de rosas con forrado de mármol.

Detalle de los Elementos Necesarios para la Realización de la Caja y las Rosas.

Tabla 5

Presupuesto y Detalle de Cada Elemento para la Realización de las Cajas y Rosas.

Caja circular de 10 rosas marmol	
10 rosas	18750
10 palos	500
1 oasis	6000
1 papel contact	4500
1 carton	2500
3 siliconas	4500
1 sticker d	1800
1 sticker ci	350
tarjeta publicidad	800
moño decorativo	1500
cinta decorativa	500
Materia prima	41700
Mano de obra	5000
Costos indirectos	3000
Utilidad 30%	12510
Total:	62210

Fuente. Elaboración propia, el presupuesto detallado para la realización de caja de 10 rosas; el cual da un presupuesto de \$41.700, en los costos tomando en cuenta la mano de obra \$5.000, costos indirectos (energía e internet) 3.000, y de utilidad del 30% de la materia prima; generando esto un valor total de \$62.210 tomando en cuenta los costos mencionados anteriormente, contando con una ganancia de \$20.510.

Implementación de Marketing Digital

El enfoque sugerido se basa en el comportamiento del consumidor y del usuario de Internet, que se incorporará y presentará en este informe de investigación. Al crear una estrategia de marketing digital, se tienen en cuenta todos los datos recopilados y se enfatiza la importancia del marketing como una forma de lograr los objetivos establecidos, crear estrategias específicas, hacer que sus propietarios sean viables y rentables para el negocio y mejorar la ambiente.

Para realizar el diseño de plan de marketing digital nos vamos a basar en diferentes estudios que se pueden realizar dentro del marketing teniendo en cuenta el tipo de mercado que manejamos; para así poder diseñar un plan de marketing digital que concuerde con nuestras necesidades para esto tendremos en cuenta las siguientes estrategias:

Mejoramiento de las cajas y de las rosas, con fragancias.

Implementación de redes sociales y de catalogo por WhatsApp.

Diferentes métodos de pago como lo es pago contra entrega en la ciudad de Ibagué, contra entrega por medio de Inter rapidísimo, nequi y daviplata.

Innovación en la creación de nuevos productos.

Matriz E-X-I-T-O

Existen diferentes modelos para implementar estrategias de marketing, y este estudio propone un modelo de matriz E-X-I-T-O que se enfoca en la integración y gestión de estrategias de marketing individuales, los cinco pasos del modelo E-X-I-T-O de marketing son: escuchar, experimentar, transformar y optimizar.

Figura 53*Matriz E-X-I-T-O*

Fuente. Elaboración propia.

En esta fase de marketing digital se implementará utilizando un enfoque de gestión que nos ayudará a planificar, implementar, monitorear y mejorar continuamente nuestros procesos de productos y sistemas de gestión.

Escuche a sus Clientes. En esta fase se recogerá la información tomada de las encuestas para establecer las necesidades de los clientes y su percepción hacia el entorno digital para identificar preferencias en contenidos.

Experimente Nuevos Perfiles. Identifique las tendencias actuales y canalícelas hacia la forma en que los consumidores de hoy compran mediante la participación en las redes sociales que generan contenido y redes profesionales que se alinean con la imagen de su empresa.

Integrar Nuevos Canales de Atención. Como puerta de entrada al mundo digital, el sitio web que se diseñe debe tener varios, la experiencia es el canal de comunicación que genera por qué los clientes compran con la apropiación de marca, lo que se publica debe ser pensado e implementado para cada producto.

Transformar Nuestros Clientes en Comunidad. Relacionado con la variable anterior está el uso de Pinterest para publicar contenido relacionado con el mercado y adaptarlo al mercado de la publicidad y la impresión.

Obtener Mejores Resultados. Crear indicadores específicos para atraer inversiones, teniendo en cuenta la experiencia y los comentarios de la audiencia, monitoree cada canal, proporcione comentarios e impulse o sugiera nuevas alternativas.

Hoy sabemos que las tecnologías se renuevan constantemente, aparecen nuevas redes sociales, por lo que siempre mejoramos según las tendencias de decoración o el uso de las redes sociales. Estamos haciendo varias cosas en Excel Microsoft Office y en la primera tabla encontramos el mapeo de ejecución donde la tabla 1, la tabla 2 y la tabla 3 tienen este trabajo.

Tabla 6

Objetivos del Proyecto

Propuesta de valor
diseñar un plan de marketing Digital para la empresa "Rosas Eternas By Ls", con el fin de aumentar el porcentaje de ventas en un 10%, teniendo en cuenta el mejoramiento continuo

Fuente. Elaboración propia, este es el objetivo general al cual queremos llegar con el trabajo.

Tabla 7

Mercado Objetivo

Mercado objetivo
Distribuidoras de belleza, Spa, Salones de belleza, Salones de eventos, iglesias, cualquier persona que le gusten los detalles eternos.

Fuente. Elaboración propia, Se realiza la descripción de los clientes ideales para la empresa.

Además de verificar si el plan se ejecuta según lo acordado, un plan de marketing digital incluye varios pasos, como concienciación, generación de clientes potenciales, seguimiento, proceso de ventas, lealtad, estrategia de redes sociales y presupuesto, mientras desarrolla un plan de trabajo planificado previamente.

Tabla 8

Dar a Conocer los Productos.

Dar a Conocer
1. Creación de redes sociales.
2. Publicidad pagada en anuncios de Facebook.
3. Colaboracion con establecimientos interesados en nuestros productos

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 9

Presentación del Producto.

Presentación del producto
1. innovación en la imagen.
2. Implementación de nuevos productos.
3. Implementación de redes sociales

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 10

Proceso de Venta.

Procesos de ventas
1. Pagos online
2. Ofertas por fidelidad.
3. Diferentes medios de pago.

Fuente. Elaboración propia.

Los procesos de venta en la empresa son de suma importancia debido a que desde que surgió el COVID-19 las personas empezaron a optar por comprar los productos y conocer nuevas empresas o emprendimientos por medio de las redes sociales; donde siempre está claro los precios a pagar, el producto que se desea, buscando siempre el crecimiento fuera de la ciudad por medio de transportadoras como lo es Inter rapidísimo o Servientrega, entre otras empresas encargadas de los envíos de esta manera que los clientes se sientan cada vez más seguros al realizar alguna compra, por más pequeña que sea.

Tabla 11

Estrategia de Facebook.

Propósito/ Objetivo de la red social:

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Obtener más seguidores. 2. Aumentar las interacciones con publicaciones. 3. Aumentar las ventas por la app. 4. Realizar anuncios. 5. Obtener clientes potenciales. |
|---|

Numero de seguidores actuales	23
Meta de seguidores 2023:	200

Estrategias para atraer más público y ventas.

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentar las publicaciones de manera orgánica (sin publicidad) 2. Crear anuncios (Anuncios de paga y haciendo publicidad a WhatsApp) 3. Crear promociones en diferentes meses del año. |
|---|

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 12*Estrategia de Instagram.*

Propósito/ Objetivo de la red social:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Obtener mas seguidores. 2. Aumentar las interacciones con publicaciones. 3. Aumentar las ventas por instagram y whatsapp. 4. Realizar anuncios. 	
Numero de seguidores actuales	771
Meta de seguidores 2023:	1000
Estrategias para atraer más publico y ventas.	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentar las publicaciones de manera organica (sin publicidad) 2. Crear anuncios (Anuncios de paga y haciendo publicidad a whatsapp) 3. Crear promociones en diferentes meses del año. 	

Fuente. Elaboración propia.

Gracias a Facebook e Instagram, miles de negocios están creciendo todos los días por diferentes razones, pero una de las razones más importantes es que por tan solo \$ 1 dólar por día, pueden llegar a su público objetivo. Para esto presentamos unas tablas donde evidenciamos el presupuesto que podemos optar para realizar las publicidades y así recuperar el dinero invertido.

Tabla 13*Presupuesto de Publicidad de Marketing.*

Presupuesto publicidad de marketing		
Enero	\$	250.000,00
Febrero	\$	250.000,00
Marzo	\$	250.000,00
Abril	\$	250.000,00
Mayo	\$	250.000,00
Junio	\$	250.000,00
Julio	\$	250.000,00
Agosto	\$	250.000,00
Septiembre	\$	250.000,00
Octubre	\$	250.000,00
Noviembre	\$	250.000,00
Diciembre	\$	250.000,00

Fuente. Elaboración propia, Observamos los resultados obtenidos en todo el proceso de trabajo para llegar al canal logrado con la ayuda del plan de marketing digital.

Figura 54

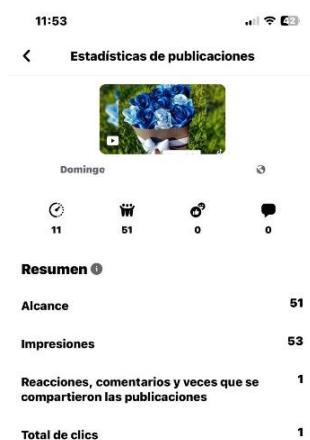
Publicaciones en Marketplace de Facebook



Fuente. Elaboración propia, la publicación generó 500 interacciones a través de esta; 25 personas se interesaron en el anuncio, 5 de las cuales visitaron WhatsApp Business, lo que resultó en 2 compras en la ciudad de Ibagué.

Figura 55

Métricas de Facebook.



Fuente. Elaboración propia.

Analizando nuestra publicación podemos observar que tenemos poco alcance de personas interesadas en nuestro producto debido a que es nuevo en el mercado y a muchas mujeres no les gustan las rosas eternas, para esto se empezó a realizar publicaciones más seguidas.

La estrategia de presentación del producto propuesta junto con el análisis de mercado y marketing realizado en la etapa anterior es la siguiente:

Mejoramiento de las cajas y de las rosas, con fragancias.

Implementación de redes sociales y de catalogo por WhatsApp.

Diferentes métodos de pago como lo es pago contra entrega en la ciudad de Ibagué, contra entrega por medio de Inter rapidísimo, nequi y daviplata.

Innovación en la creación de nuevos productos.

Para mejorar el proceso de venta se consideraron varios aspectos en la investigación de mercado, el 65% de las personas compra a través de Marketplace o Tienda Online como estrategia del plan de marketing digital se creó una página web de Facebook, Instagram y WhatsApp Business donde aparece cada uno de los productos dentro de un catálogo de gran variedad.

Muchas personas se sienten inseguras acerca de las compras en línea debido a esto, estamos buscando una manera de hacerlos sentirse más seguros al comprar productos en línea ofreciendo la opción de pagar cuando se entregan los productos, incluso si están fuera de la ciudad.

Figura 56

Producto Innovador de la Empresa Oso de Flores Eternas.



Fuente. Elaboración propia, producto diseñado en base de icopor forrado con rosas de foami del color que el cliente desee.

Figura 57

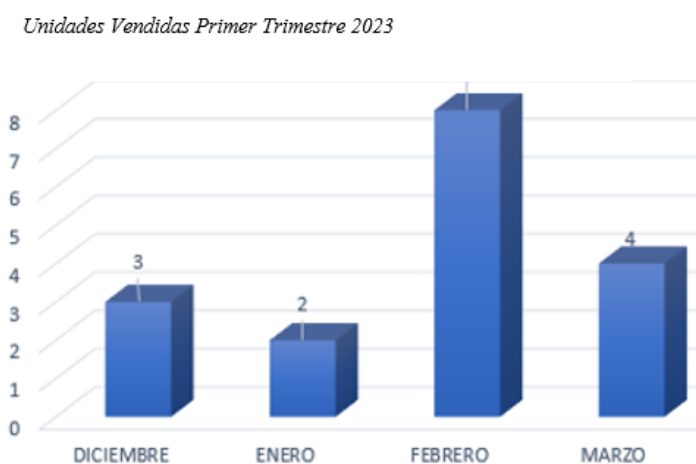
Producto Innovador de la Empresa Oso de Perlas



Fuente. Elaboración propia, producto diseñado en base de icopor forrado en perlas del color que el cliente desee.

Figura 58

Unidades Vendidas Primer Trimestre 2023.

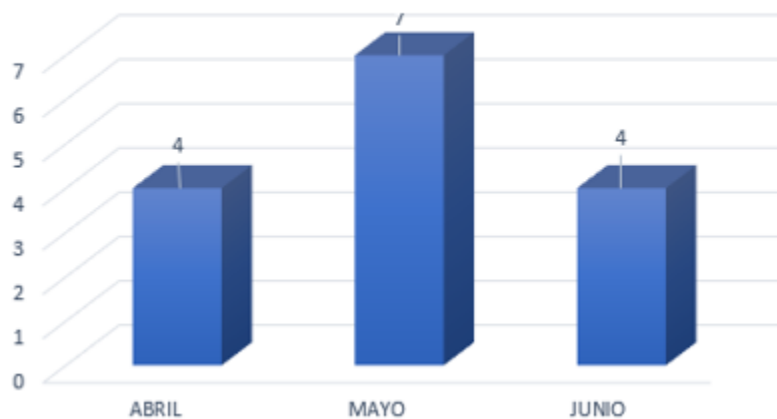


Fuente. Elaboración propia, Unidades vendidas de la empresa Rosas Eternas BY LS trimestre 2023A.

Figura 59

Unidades Vendidas Segundo Trimestre 2023.

Unidades Vendidas Segundo Trimestre 2023



Fuente. Elaboración propia. Unidades vendidas de la Empresa Rosas Eternas BY LS trimestre 2023B.

En la empresa Rosas Eternas BY LS, tenemos un promedio de 10 unidades por 3 meses, estos números han aumentado con nuestro plan de marketing digital en el último mes, podemos ver que hemos llegado a las mismas 15 unidades en un mes.

Figura 60

Gráfico Comparativo Ventas del 2022 y del Año 2023 Hasta el Momento.



Fuente. Elaboración propia, como podemos observar del año 2022 (azul) a lo que llevamos del año 2023 (naranja), podemos notar un incremento considerable en las ventas esto quiere decir que las estrategias de marketing digital fueron de manera satisfactoria.

Si tras comprobar los resultados entendemos que se ha conseguido el plan, podemos concluir que el trabajo se ha realizado con éxito. A medida que la operación es efectiva, se debe iniciar un nuevo ciclo para obtener información más detallada del segmento. no solo en la ciudad de Ibagué sino también a nivel nacional. De esta forma, se recomienda el siguiente plan y como mejora continua, crear una cuenta en la red social TikTok, ya que es una de las redes sociales más utilizadas en la actualidad, y con mucha descarga para así poder llegar a un mercado más amplio y permitir un gran público.

Conclusiones

Actualmente, el marketing digital es cierta forma es prácticamente obligatoria para todas las empresas sin importar el tamaño de esta, de su comercialización o ubicación; todas las empresas por pequeñas que estas sean cuentan con sus propias redes sociales, a partir de las cuales se demuestra que el marketing digital cada día toma más fuerza en todo tipo de mercado. Cada día conocemos más y más cosas tecnológicas y relacionadas con el Internet y los medios digitales han cambiado tanto al punto de volvernos adictos a los teléfonos y las redes sociales, por eso el marketing digital es tan importante para poder tener contacto con clientes potenciales.

Vemos cómo las redes sociales pueden ser una importante herramienta de marketing, esta poderosa herramienta de difusión de información, porque es rápida y brinda a nuestros usuarios la información que necesitan, es la razón por la que estamos experimentando un crecimiento exponencial en marketing y cuando se trata de nuevas tecnologías para comprar y vender productos, lo vemos más atractivo que los consumidores.

En la actualidad, el progreso en varias industrias manufactureras se debe en gran medida a la espectacular mejora en la conectividad entre las empresas que se benefician de las mejoras en Internet, el comercio electrónico y las tecnologías de redes sociales, lo que lleva a una tendencia de marketing digital que es cada vez más útil en el lugar de trabajo. Consultar a las empresas sobre marketing digital e implementar estrategias móviles y web le brindará una mayor ventaja en las pruebas de productos y el mayor retorno inmediato de la inversión en el mundo digital si sabe cómo usarlo con cuidado y precisión.

Referencias Bibliográficas

- Alarcon, C (2021). Plan de marketing digital para incrementar las ventas en la Empresa Grupo SL Ingenieros S.A.C, Chiclayo.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/85868>
- Bartolomé, A, (2008) E-Learning 2.0 - Posibilidades de la Web 2.0 en la Educación Superior. Curso E-Learning 2.0. <http://www.lmi.ub.es/cursos/web20/2008upv/>
- Baque, M & Cedeño, C (2020). Propuesta de plan de marketing digital para la empresa Proyectos y Servicios <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/50901>
- BOYD, D. M. & ELLISON, N. B (2007). «Social network sites: Definition, history, and scholarship». <http://gabinetedeinformatica.net/wp15/2008/06/15/sitios-de-redes-socialesdefinicion-historia-y-erudicion-ii/>
- COM. (1995). 688. European Commission Communication.
<https://digitalcommons.unl.edu/scholcom/97/>
- Colpresa/ redacción web (2022). Ibagué es la segunda ciudad con más índice de desempleo del país ¡cifras que alarman! <http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/ibague/481930-ibague-es-la-segunda-ciudad-con-mas-desempleo-del-pais-cifras-que-alarman>
- Dalle, L. (2006). Grow or go: A theory-building study regarding the survival and growth of micro-small enterprises. Southern Cross University, New South Wales, Australia.
https://researchportal.scu.edu.au/esploro/outputs/991012821281902368?institution=61SCU_INST&skipUsageReporting=true&recordUsage=false
- Fernández, M (2021). Propuesta para la implementacion de un plan de marketing digital para la empresa distribuciones multifer de Villavicencio
<http://repositorio.uan.edu.co/handle/123456789/6339>

Francisco, C (2016). Plan de marketing digital para el restaurante “Ronald”

<https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/2362>

Fred, R. D. (1997). Conceptos De Administración Estratégica.

[https://www.academia.edu/download/50353540/Conceptos de Administracion Estrategica_14edi_David_libro.pdf](https://www.academia.edu/download/50353540/Conceptos_de_Administracion_Estrategica_14edi_David_libro.pdf)

Kotler, P y Keller, KL. (2006) Dirección de marketing

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=CoHT8SmJVDQC&oi=fnd&pg=PP33&dq=Philip+Kotler+y+Kevin+Lane+Keller&ots=l6wKPtYHXp&sig=qpSoUpkPGsSr7xGb8Xnt0H0fbk8#v=onepage&q=Philip%20Kotler%20y%20Kevin%20Lane%20Keller&f=false>

López Cachero, M. (1995). “Algunos problemas de las teorías de la adopción de decisiones”.

Discurso de ingreso en la Real Academia de Doctores de Madrid, Madrid

<https://www.radoctores.es/academico.php?item=17>

McCarthy, J & Perrault, W. (2009) Conozca cuál es la Definición de Producto desde una perspectiva de marketing

<http://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/1613/Asignaturas/2108/Archi vo2.5203.pdf>

Mihi R, A. & Rivera, H. (2009). El mejoramiento continuo. Documento de investigación No. 47,

Universidad del Rosario. [https://www.researchgate.net/profile/Hugo-Alberto-Rivera-](https://www.researchgate.net/profile/Hugo-Alberto-Rivera-Rodriguez/publication/274375936_El_mejoramient_continuo/links/551cb2130cf20d5fbd)

[Rodriguez/publication/274375936_El_mejoramient_continuo/links/551cb2130cf20d5fbd](https://www.researchgate.net/profile/Hugo-Alberto-Rivera-Rodriguez/publication/274375936_El_mejoramient_continuo/links/551cb2130cf20d5fbd)
[e5596d/El-mejoramient-continuo.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Hugo-Alberto-Rivera-Rodriguez/publication/274375936_El_mejoramient_continuo/links/551cb2130cf20d5fbd)

Pacheco, F, (2019) Módulo Costos de Producción.

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKE>

[wia17_zjM_4AhXnloQIHX8aBT8QFnoECEYQAQ&url=https%3A%2F%2Frepositorio.usta.edu.co%2Fbitstream%2Fhandle%2F11634%2F18470%2FM%25C3%25B3dulo_Costos_Produccion%2520DIAGRAMACION.pdf%3Fsequence%3D3&usg=AOvVaw11qsOlJXegAU4S1zxU7pJG](https://repositorio.usta.edu.co/bitstream/handle/F11634/F18470/FM%25C3%25B3dulo_Costos_Produccion%2520DIAGRAMACION.pdf?sequence=3D3&usg=AOvVaw11qsOlJXegAU4S1zxU7pJG)

Ramirez, C. Garcia, C. & Pantoja, C. (2010) Fundamentos y Técnicas de costos

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwia17_zjM_4AhXnloQIHX8aBT8QFnoECCcQAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.unilibre.edu.co%2Fcartagena%2Fpdf%2Finvestigacion%2Flibros%2Fceac%2FFUNDAMENTOS_Y_TECNICAS%2520DE%2520COSTO.pdf&usg=AOvVaw11GoyHUBvch9ny6XeibDwU

Sudario, C (2021). Diseño de un plan de marketing digital para el local de ropa mega textil

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/59523>

Thompson, V. (1965). Bureaucracy and innovation. Administrative Science Quarterly, 5 (Junio), pp. 1-20.

[https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkozje\)\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2541416](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkozje))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2541416)

Timmons (1989) La cultura del emprendimiento en su formación

[https://scholar.google.com.co/scholar?q=Timmons+\(1989\)2&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart](https://scholar.google.com.co/scholar?q=Timmons+(1989)2&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart)

Weston, M. (2020). Strategic Planning in an Age of Uncertainty: Creating Clarity in Uncertain

Times. ELSEVIER, 1, 1. https://www.sciencedirect.com/?ref=pdf_download&fr=RR-11&rr=71f9373e7f9c0318

9 definiciones de marketing digital por expertos (13 noviembre, 2020).

<https://blog.embluemail.com/9-definiciones-de-marketing-digital-por-expertos/>