

**Plan de marketing digital para la  
empresa Diseños Nenelú ubicada en  
Bucaramanga, Santander; con miras  
a la internacionalización en el  
mercado del continente americano.**

**María Camila Martínez Mantilla.**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
BUCARAMANGA 2020**



**unab**

Universidad Autónoma de Bucaramanga

*de puertas abiertas*

VIGILADA MINEDUCACIÓN

# Diseños Venelú

# PROBLEMA DE INVESTIGACION

- Se denota que el estado de la empresa manifiesta el intento de convertir los recursos tecnológicos en activos estratégicos y no en una carga para la empresa. Los recursos tecnológicos que ha implementado o ha pretendido implementar, aún no se distinguen como ventajas competitivas de su negocio a nivel estratégico de la empresa.
- Alineación de las tecnologías de la información con la estrategia del negocio: gobernanza TI, aprendizaje y propuesta de valor.
- Debilidad en la parte comercial.

# JUSTIFICACIÓN

- Las empresas empiezan a implementar más estrategias para poder satisfacer las necesidades del cliente mediante canales digitales y de esa forma estar en contacto con el cliente.
- Según Bill Gates si tu negocio no está en internet tu negocio no existe.
- Crear nuevas oportunidades nacionales e internacionales.

# OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar un plan de marketing digital para la empresa Diseños Nenelú con miras a la internacionalización en el mercado americano.



# OBJETIVOS ESPECIFICOS



- Investigar la demanda potencial en América para los productos de la empresa Diseños NeneLú, ubicados en Bucaramanga, Santander.



- Implementar una estrategia de marketing internacional digital para el mercado americano de la empresa Diseños NeneLú.



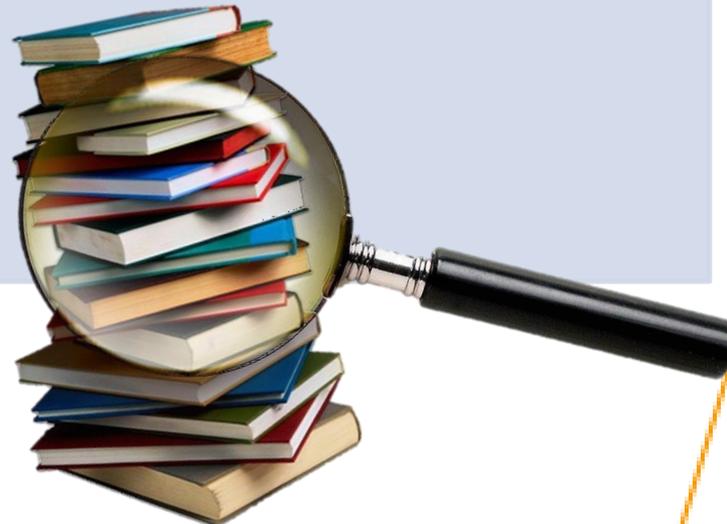
- Plantear un estudio sobre las diferentes herramientas disponibles en el marketing digital para poder acceder al mercado objetivo.



- Definir un catálogo digital para la comercialización de los objetivos de la empresa Diseños NeneLú.

# MARCO TEÓRICO

- Adopción tecnológica. Torres, 2020
- Adaptación al e-commerce o comercio. Gil,2019
- “Leads Generation”. Gil,2019



# CONCEPTUAL

- Alcance
- Pauta publicitaria
- Plataforma digital
- Branding
- Engagement
- Crecimiento orgánico

# METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

- Enfoque: cualitativa
- Tipo: descriptiva

# RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

## OBJETIVO 1

- Investigar la demanda potencial en América para los productos de la empresa Diseños Nenelú, ubicados en Bucaramanga, Santander.

Partida	6701	Pieles y demás partes de aves con sus plumas o plumón; plumas, partes de plumas, plumón y artículos de estas materias, excepto los productos de la partida 05.05 y los cañones y astiles de plumas, trabajados.
Sección	XII	Calzado, sombreros y demás tocados, paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas, y sus partes; plumas preparadas y artículos de plumas; flores artificiales; manufacturas de cabello
Capítulo	67	Plumas y plumón preparados y artículos de plumas o plumón; flores artificiales; manufacturas de cabello

Fuente: (DIAN, 2005)

## CLASIFICADOS

1°	Estados Unidos	9.25
2°	Canadá	8.85
3°	Mexico	7.6
4°	Chile	7.2
5°	Brazil	6.975

Fuente: Elaboración propia (Anexo #1: Matriz de selección, 2020)

SA4	Importadores	Valor importado en 2019 (miles de USD)▼
	Mundo	150.352
	America Aggregation	26.044
+	<a href="#">Estados Unidos de América</a> <i>i</i>	21.579
+	<a href="#">Canadá</a> <i>i</i>	2.365
+	<a href="#">México</a> <i>i</i>	653
+	<a href="#">Brasil</a> <i>i</i>	315
+	<a href="#">Chile</a> <i>i</i>	183
+	<a href="#">Colombia</a> <i>i</i>	141
+	<a href="#">Ecuador</a> <i>i</i>	93
+	<a href="#">Paraguay</a> <i>i</i>	87
+	<a href="#">Argentina</a> <i>i</i>	82
+	<a href="#">Panamá</a>	75
+	<a href="#">Jamaica</a> <i>i</i>	66

Fuente: (Trade Map, 2019)

# Matriz de selección de mercados

## Matriz Selección de Mercados

<b>Partida Arancelaria</b>		<b>6701</b>
<b>Calificación del 1 al 10</b>		
<b>N°</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>Media Ponderada</b>
1	Volúmenes de venta	40%
2	Tendencia de crecimiento	15%
3	Barreras Administrativas	15%
4	Indice Doing Business	20%
5	Riesgo pais	5%
6	Transporte y comunicación	5%
<b>Totales</b>		<b>100%</b>

# Matriz de evaluación de mercados potenciales

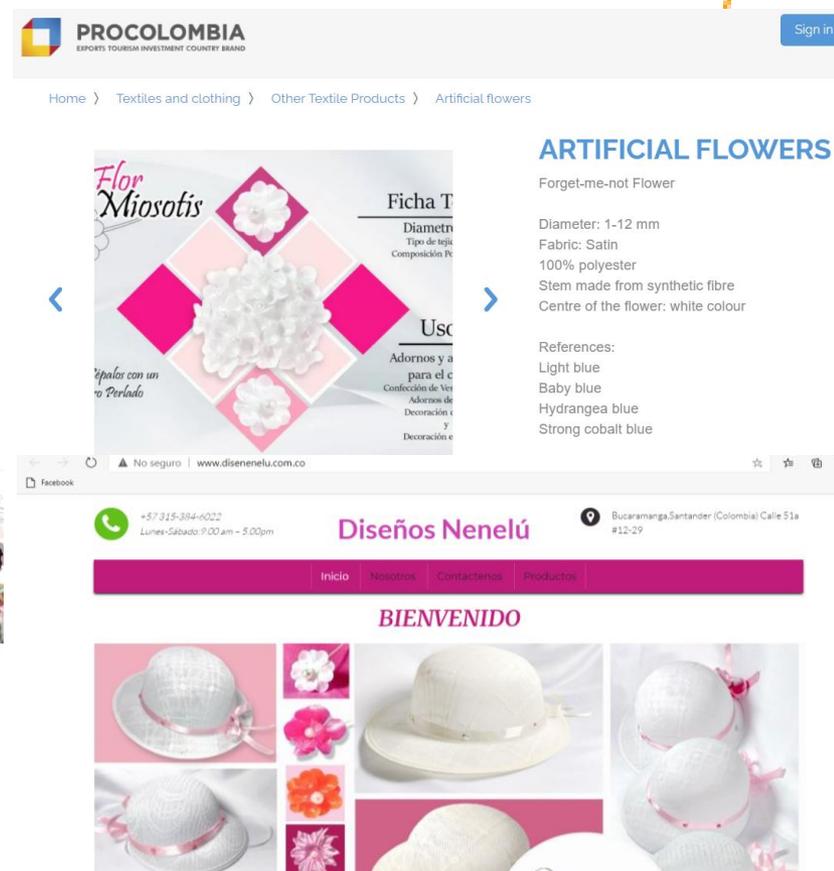
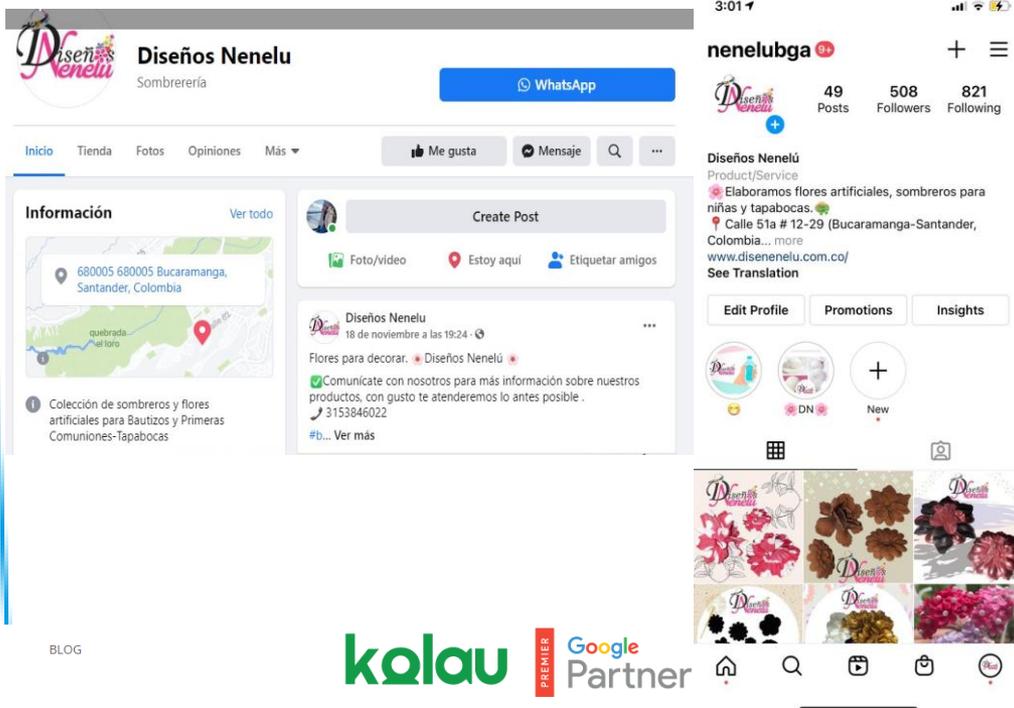
**MATRIZ DE EVALUACIÓN MERCADOS POTENCIALES**

Aspectos Evaluados	Pond.	Estados Unidos		Canadá		Mexico		Chile		Brazil	
		Calif.	Punt.	Calif.	Punt.	Calif.	Punt.	Calif.	Punt.	Calif.	Punt.
Importaciones	25%	9,5	2,4	8,5	2,1	7,5	1,9	6,5	1,6	6	1,5
Afinidad cultural	10%	9	0,9	8	0,8	6	0,6	6	0,6	7	0,7
Balanza Comercial	10%	10	1,0	8	0,8	7	0,7	4	0,4	5	0,5
Preferencias arancelarias	10%	9,5	1,0	10	1,0	8,5	0,9	8	0,8	7	0,7
Índice del Desempeño en Logística	10%	9	0,9	9,5	1,0	5	0,5	6	0,6	4	0,4
Competencia Internacional	10%	9	0,9	8	0,8	5	0,5	7	0,7	8	0,8
Doing Business	5%	10	0,5	9	0,5	8	0,4	6	0,3	5	0,3
Transparencia y corrupción.	5%	9	0,5	10	0,5	6	0,3	8	0,4	5	0,3
Crecimiento económico del país.	10%	10	1,0	9	0,9	4	0,4	6	0,6	6	0,6
Inflacion	5%	4	0,2	6	0,3	7	0,4	8	0,4	9	0,5
	100%		9,2		8,7		6,5		6,4		6,2

# RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

## OBJETIVO 2

- Desarrollar una estrategia de marketing internacional digital para el mercado americano de la empresa Diseños Nenelú.



Build your website with e-commerce enabled



# RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

## OBJETIVO 3

- Plantear un estudio sobre las diferentes herramientas disponibles en el marketing digital para poder acceder al mercado objetivo.

### Modelo de Negocio Canvas

<b>Socios claves</b> *Proveedores de materia prima.	<b>Actividades claves</b> *Diseño de patrones de los productos. *Producción de flores, sombreros y tapabocas. *Ventas *Mantenimiento y actualización de las plataformas digitales.	<b>Propuesta de valor</b> *Desarrollar productos para ocasiones especiales, y hacer de este un momento memorable.	<b>Relación con el cliente</b> *Whatsapp. *Correo electrónico. *Redes sociales: Instagram y Facebook. *Youtube: videos interactivos.	<b>Segmento de clientes</b> *Empresas que comercialicen los productos de Diseños NenéLú. *Confecciones de vestidos para niñas. *Cacharrerías.
<b>Estructura de coste</b> *Gastos administrativos. *Marketing. *Insumos. *Equipos y herramientas de producción.	<b>Recursos claves</b> *Maquina ensambladora. *Página Web. *Redes sociales. *Software canva.	<b>Fuentes de Ingreso</b> *Ventas de productos como son las flores, sombreros y tapabocas.	<b>Canales</b> *Modelo de negocios B2B. *Socios comerciales: distribución al por mayor. *Redes sociales y la web. *Referidos.	

**Aumenta la duración**  
Los anuncios que están en circulación durante al menos 4 días tienden a obtener mejores resultados.

Días: 2  
Fecha de finalización: 3 dic 2020

**Presupuesto total**

**Encontramos un error**  
El presupuesto mínimo es de \$3.654 por día, por lo que tu presupuesto debe ser de al menos \$7.308.

País, divisa: CO, COP Cambiar

**\$ 4.000**

# RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

## OBJETIVO 4

- Definir un catálogo digital para la comercialización de los objetivos de la empresa Diseños Nenelú.



*Diseños*  
*Nenelú*  
**NENELU  
DESIGNS**

"Crafted with love, an image makeover with a flower."



Nenelu Designs ●●●●●

Nenelu Designs is a small business devoted to the manufacture of artificial flowers and accessories for children

Our Company began crafting paper flowers by hand and scissors, then improving manufacturing with the introduction of moulds cast in lead, and later aluminium moulds for embossing satin fabric. The hand made process still continue during the cut and assembly of flowers.

Inspire by the beauty of nature, and aspires to its perfection, we put our greatest efforts and dedication on every single flower.



**Rosita Bud Flower**

### Technical data

Diameter: 16 mm

Type of fabric: Plain

Composition: 100% polyester

### Uses:

Ornaments and hair decoration.

Children's clothing manufacturing

Shoe ornaments and

Decoration in general.



15 petals with a pearly centre

Fuente: elaboración propia (Anexo #3, 2020)

**Rosita Flower Bud**

### References:

- Yellow
- Orange
- Red
- Turquoise
- Baby blue
- Dark blue
- Purple
- Dark pink
- Deep Fuchsia
- Acid Green



# CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- En el primer objetivo se realizó una matriz de selección de mercados donde cinco países : Estados Unidos, Canadá, México, Chile y Brasil.
- Como segundo objetivo se desarrollan las redes sociales y plataformas electrónicas como estrategia de un marketing internacional digital
- En tercera instancia se estudian las herramientas que las redes sociales proporcionan para tener un mejor conocimiento en temas de engagement y las del pago de publicidad
- Por último, se implementó un catálogo virtual en inglés para la empresa Diseños Nenelú el cual facilita dar a conocer de una forma más detallada los productos

# RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- De acuerdo a la evolución de la empresa en las redes sociales se recomienda invertir en publicidad para ver mejores resultados, especialmente en Facebook
- Continuar haciendo buen uso de las redes sociales y mantenerlas frecuentemente actualizadas e incrementar el contenido.
- Dar uso de los catálogos digitales en las diferentes reuniones virtuales para dar a conocer mejor los productos.

# INFORME DE GESTIÓN

Funciones	Acciones específicas desarrolladas	Tiempo de ejecución	Recursos empleados	Impactos
<p>Manejo y constante actualización de redes sociales y plataformas digitales.</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Plataformas digitales<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Descripción de productos</li><li>➤ Edición de fotografías</li><li>➤ Videos interactivos</li><li>➤ Modo y uso de productos</li><li>➤ Definir las categorías de contenido</li><li>➤ Etc.</li></ul></li><li>1. Redes sociales<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Creación de contenido</li><li>➤ Planificación de contenido</li><li>➤ Desarrollo de nuevas herramientas</li><li>➤ Uso de hashtag</li><li>➤ Muestra de productos</li><li>➤ Feed específico en Instagram</li><li>➤ Imágenes con diseño y audio</li><li>➤ Etc.</li></ul></li></ol>	<p>Es un trabajo arduo y de constancia, donde lo recomendado es llevar una planificación de contenido diario y así poder ir variando día a día.</p>	<p>Programas de edición de fotografías, programas métricos para ver el alcance que el contenido publicado va teniendo y de estar forma dar resultados coherentes al respecto.</p>	<p>Se logra percibir el alcance al que se cubre con estas herramientas y creación de contenido orgánico. Teniendo en cuenta que no se realizo en ningún momento pago de publicidad.</p>

# INFORME DE GESTION

Funciones	Acciones específicas desarrolladas	Tiempo de ejecución	Recursos empleados	Impactos
Estudio de creación de un convenio comercial con las cacharrerías del país.	Lograr estar presentes en varias ciudades del país y de esta forma cubrir la demanda del producto.	Alto.		Tener un beneficio mutuo; entre vendedores de cacharrerías, compradores y la empresa nenelu.
Llevar una lista de ventas realizadas para promover mas ventas.	Enviar correos, crear videos dando a conocer el producto y compartiéndolo a personas que anteriormente habían realizado compras.	Medio.	Canvas.	Crear nuevas ventas para la empresa.
Elaboración de catalogo virtual.	Dar a conocer mejor los productos, con información detallada.	Medio.	Canvas.	Beneficio de poder presentarlo en plataformas digitales y también en ferias virtuales.

# LOGROS ALCANZADOS

Objetivos y logros alcanzados	Medida en que se cumplió	Justificación
Adaptación a la empresa	Alto.	Desde el principio el empresario me dio a conocer a grandes rasgos la empresa y luego tuvimos un encuentro en las instalaciones donde me dio a conocer los productos y me conto un poco sobre como empezó su empresa.
Cumplimiento de tareas	Alto.	Una buena adaptabilidad de acuerdo a las labores que mi jefe directo me iba proporcionando, siempre con la intención de entregar los informes y solicitudes a este en el menor tiempo posible y elaborados de la mejor forma.
Relación con los clientes	Medio.	Mediante correos electrónicos, donde se daban a conocer los productos y se enviaban detalladamente los especificaciones y cotizaciones de los mismos.
Relaciones laborales	Alto.	Solo tenia relación con mi jefe directo. Y siempre tuvimos un buen sentido de comprensión por parte y parte.

## Impactos percibidos por el estudiante.

**Académico:** he elaborado mi proyecto de grado gracias a los conocimientos adquiridos a lo largo de mi carrera universitaria, llevando a cabo el correcto cumplimiento de la metodología de la investigación para el correcto desarrollo de los objetivos planteados desde un principio.

**Laboral:** tuve la oportunidad de estar involucrada en nuevas áreas de trabajo, donde pude demostrar mis conocimientos y también proponer nuevas ideas, las cuales me han enriquecido tanto profesional como personalmente.

## Limitaciones

En mi opinión al ser una pequeña empresa, los cuatro meses de practica se quedan cortos, ya que se necesita mas tiempo para poder ver los resultados por los cuales hemos trabajado durante el desarrollo de esta, entonces la falta de tiempo es un factor muy importante

## CONCLUSIONES DE LA PRÁCTICA

Realizar las pasantías en la empresa Diseños NeneLú, me ayudo a abrir nuevas ideas ante diferentes escenarios que se van presentando y encontrar la solución adecuada para los tantos contextos que día a día se van creando; gracias a conocimientos adquiridos en la universidad.

## RECOMENDACIONES DE LA PRÁCTICA

Agradezco a la empresa ya que me dieron la oportunidad de hacer parte de su equipo. Mi recomendación es fortalecer mas la parte comercial para que futuros practicantes tengan una mejor experiencia de practicas empresariales.

## FUENTES DE INFORMACION

- Kotler, P. (2013).
- DIAN. (2005).
- Trade Map. (2019).
- Sampieri, R. H. (2011). *Metodología de la investigación*. Mc Wrrall Hill.

# GRACIAS



unab

Universidad Autónoma de Bucaramanga

*de puertas abiertas*

VIGILADA MINEDUCACIÓN