

Transformación del Mercado de Mermeladas Random con estrategias digitales efectivas para
aumentar su alcance en la ciudad de Ibagué - Tolima

Carol Vanessa Escobar Obando
Maria Cecilia Fernández Barrios
Luisa Fernanda Romero Hoyos

TRABAJO DE GRADO 3
Aura Vetsy Munera Monsalve
2024

Introducción

En la actualidad, Ibagué es una ciudad que cuenta con una tasa de desempleo del 14,0% de la población, pese a que la mayoría son jóvenes que por motivo de estudios se ven afectados en el momento de obtener una oportunidad laboral, es por ello que la población debe recurrir a emprender un proyecto el cual le genere ingresos y puedan surgir día a día. (Dane, 2024)

Aunque en los últimos años se ha ampliado la demanda de mermeladas artesanales tanto a nivel nacional como internacional, generando un gran mercado de sabores nuevos e innovadores.

Desde una perspectiva de mercado, la mermelada es una industria que genera ventas multimillonarias, en la que grandes entidades comerciales compiten entre sí y compiten para ganar más seguidores. Los hogares colombianos gastaron \$156 mil millones comprando diferentes marcas de mermelada en 2013, según un estudio de la firma de marketing Ladder. Las ventas en América Latina ascendieron a \$1.280 millones de dólares sin importar la marca de la cual se tratase, según Euromonitor International. (Semana, 2014)

Uno de los mayores problemas que afectan a Random es que en la actualidad no cuenta con un nivel de reconocimiento en esta ciudad y se ve en la difícil tarea de lograr un impacto en el mercado teniendo tanta competencia a sus alrededores, es por eso que se busca marcar la diferencia mediante estrategias digitales. El segundo aspecto a resaltar es que en la actualidad el mundo funciona casi en su totalidad con sólo tecnología, es por ello que se busca un gran reconocimiento a la empresa Random por medio de redes sociales que permita al usuario tener contacto directo con el vendedor y que sea innovadora en el mercado digital. (La Serena, 2005).

Marco Teórico

Mermeladas Random es un emprendimiento de mermeladas artesanales de distintos sabores ubicado en la ciudad de Ibagué, Tolima el cual se enfrenta a un mercado reducido debido a la poca variedad de productos similares a este y por la falta de nuevas ideas que logre incluir la biodiversidad de sabores exóticos que tiene Colombia, por ello surge la necesidad de promocionarla usando herramientas digitales como redes sociales a profundidad y aprovechando los medios para aumentar la visibilidad y el interés del público objetivo.

Iniciamos el proyecto con la identificación de un problema fundamental que es la escasez de variedad en el mercado local de mermeladas comerciales en la ciudad. Este hallazgo nos impulsó a iniciar un proceso de investigación y desarrollo con el objetivo de introducir una amplia gama de sabores exóticos inspirados en la biodiversidad de Colombia. Nuestra intención es crear productos únicos que se destacan tanto por su calidad como por su innovación, estableciendo así una marca distintiva en el mercado.

Los productos que utilizamos en la creación de nuestras mermeladas artesanales destacan por su originalidad y calidad. Incorporamos sabores poco convencionales como el Pimentón Rojo, Durazno y Ciruela, los cuales no son comunes en las mermeladas comerciales. Además, nos aseguramos de utilizar ingredientes libres de químicos y conservantes, preservando así la esencia artesanal de nuestros productos.

En cuanto a la marca y su identidad visual, optamos por colores vibrantes que representan cada sabor de manera distintiva. Utilizamos formas orgánicas para darle una estética llamativa y juvenil, que se refleja en nuestras etiquetas, publicaciones y materiales publicitarios. Esto nos permite destacarnos en el mercado y captar la atención de nuestro público objetivo de manera efectiva.

Esta es la primera vez en la historia que la innovación ha avanzado tan rápidamente como la tecnología digital, llegando a casi el 50% de la población del mundo en desarrollo en sólo 20 años, transformando sociedades enteras y mejorando la conectividad, la inclusión financiera y el acceso a servicios comerciales y públicos. (Naciones Unidas 2020)

Es por eso que nos vemos con la responsabilidad de ofrecer las mermeladas mediante plataformas digitales permitiendo llegar a una audiencia más amplia y diversa. Mediante la creación de una página web. Además, las redes sociales y el marketing digital ofrecen herramientas poderosas para promocionar los productos, alcanzar a nuevos clientes y fidelizar a los existentes. Estrategias como la publicidad dirigida a los usuarios y que logren ser convencionales para ellos.

Así mismo la comercialización de productos con E-commerce, ha crecido como herramienta para la venta de productos en el mercado en el que nos presentamos. El crecimiento del comercio digital se ha convertido en un canal muy importante para llegar a los consumidores y ampliar el alcance de los negocios. (Nielsen Consumer 2024)

Algunas de las ventajas que nos ofrece el comercio electrónico es la globalización como principal, ya que nos permite llegar a un público mucho más amplio, incluso nos permite crear comercio a nivel mundial, también podemos con ayuda de las herramientas de análisis registrar transacciones, visitas a páginas, compras repetidas, productos favoritos, comportamiento de compra y más, toda esta información nos permite aplicar técnicas como recomendar productos específicos o personalizar las comunicaciones entre una empresa y sus clientes. (Pragma, 2023)

Hoy en día, los usuarios pueden elegir entre las plataformas deseadas a la hora de navegar y comprar lo que necesitan. Si bien algunos sitios web se dirigen a los clientes, a

varios consumidores particulares también se les presenta una gran cantidad de posibilidades digitales. Desde hace tiempo, los marketplaces online son los que agrupan la mayor parte de las compras realizadas en Internet. (Orús A. 2023)

El comercio electrónico ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, con un aumento del 25% en las ventas en línea a nivel mundial en el último año. Este crecimiento se ha visto impulsado por la comodidad y accesibilidad que ofrece el E-commerce tanto para los consumidores como para los comerciantes. En el contexto específico de Ibagué, Tolima, el uso efectivo de plataformas de E-commerce podría desempeñar un papel crucial en la ampliación del alcance de las mermeladas artesanales en el mercado local (Infobae 2024)

En Random mermeladas elegimos como tipo de e-commerce el Business to Consumer (B2C) este modelo de comercio electrónico es el más utilizado en la actualidad y se refiere al proceso de venta de productos y servicios directamente entre una empresa y el usuario final del producto, el consumidor, es decir no existe ningún tipo de intermediario en el proceso. (Bello E. 2022)

Marketing digital:

El marketing digital en Colombia se refiere a la implementación de varias estrategias encaminadas a promocionar productos o marcas en el mundo digital como lo es el Internet. A diferencia del marketing tradicional, el marketing digital permite a las marcas conectar con su audiencia de una forma más personal, íntima y directa. Además, pueden ampliar su audiencia más fácilmente porque Internet ofrece grandes oportunidades de exposición. (Símbolo agencia digital, 2022)

El marketing está en todas partes hoy en día. Ya sean formales o informales, personas y organizaciones realizan innumerables actividades que podrían incluirse en este ámbito. El marketing se está convirtiendo en una parte importante del éxito de una empresa. El siglo XXI trae consigo infinitos desafíos para el marketing. Basándose en una extensa investigación realizada en 2002, McKinsey identificó tres desafíos principales: lograr más con menos, el desarrollo de nuevos negocios y el marketing como socio comercial, compartido por los directores ejecutivos y líderes de marketing debido a diferencias de opinión. (Kotler y Lane. 2006)

Con ayuda de las herramientas digitales como lo son E-commerce, Redes sociales (Instagram, Facebook y Tiktok) nos logramos posicionar y lograr el direccionamiento hacia el público objetivo, en busca de la audiencia ideal que comienza a engancharse con el producto gracias a las estrategias generadas por medio de campañas publicitarias como lo son las campañas de expectativa; estas serían las campañas a usar como abrebocas para los usuarios dentro de las redes sociales. Seguidas de campañas de lanzamiento del producto en los tiempos establecidos.

De la misma manera, se puede encontrar la manera de revisar la estadística a monitorear al igual que que podemos dar seguimiento fácilmente a las campañas. Esto nos ayudará a adaptar y optimizar las estrategias conforme se están implementando para conseguir mejores resultados y mucho más alcance con la intención de ser más reconocidos. Con esto se le da reconocimiento a la audiencia dentro de las interacciones que se realicen lo que nos ayudará a realizar una mejor segmentación del mercado y así mismo generar contenidos de carácter no invasivo, sino de valor y relevantes para las personas. Es decir, estaremos ofreciendo lo que realmente están buscando dentro de sus gustos y preferencias.(Hubspot 2023)

Ya que las redes sociales son plataformas que ayudan a conectar personas con intereses, inquietudes o pasiones similares buscamos crear una comunidad de marca, para que nos facilite que el cliente potencial tenga un sentido de pertenencia y compromiso hacia la marca. (García N. 2019)

Así mismo, el marketing digital se convierte en un recurso esencial para el triunfo empresarial, puesto que posibilita a los comerciantes alcanzar a una audiencia más extensa y específica de forma rentable y eficiente. Entre las principales herramientas del marketing digital se encuentran las redes sociales, el marketing de contenidos y el SEO, que habilitan a los comerciantes para conectarse con los consumidores de manera directa y eficaz, mejorando así su presencia y aumentando las conversiones. (López 2024)

Pregunta Problema

¿Cómo pueden ser utilizadas los E-commerce de manera eficaz para la comercialización de las mermeladas artesanales, ampliando su alcance en el mercado de Ibagué Tolima durante el 2024?

Objetivo general

Desarrollar e implementar estrategias efectivas con los E-commerce para la comercialización de las mermeladas artesanales en el mercado ampliando su alcance de visibilidad, interacción y fidelización con los usuarios.

Objetivo Específicos

- Aprovechar correctamente los sabores exóticos y la imagen de la marca para que tenga buena aceptación comercial.

- Implementar estrategias de marketing digital para aumentar la visibilidad de la marca y los productos.
- Crear contenido atractivo y persuasivo que capte la atención de los usuarios.

Justificación

Las herramientas digitales serán muy útiles dentro de la comercialización de las mermeladas artesanales, ya que permiten llegar a un público más amplio y diverso de manera eficaz mediante las estrategias de marketing, usando como recursos las redes sociales y tienda en línea.

En primer lugar, el digital a nivel global ha sido notable en los últimos años. De acuerdo a los datos de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE), el E-commerce en Colombia ha experimentado un crecimiento constante, con un aumento del 19% en las ventas en línea durante el último año. Esta tendencia demuestra el hábito de compra de los consumidores. (CCCE 2024)

En segundo lugar, la pandemia de COVID-19 ha acelerado el comercio electrónico como canal de compra preferido por los consumidores. Las medidas de distanciamiento social y las restricciones de movilidad han llevado a un aumento significativo en las compras en línea, ya que los consumidores buscan alternativas seguras y convenientes para realizar sus compras. Esto ha generado una mayor aceptación y confianza en el comercio electrónico, creando un entorno propicio para la expansión de las ventas en línea de productos como las mermeladas artesanales. (UNCTAD 2021)

En tercer lugar, el mercado de mermeladas artesanales presenta características específicas que hacen que el comercio digital sea especialmente adecuado para su comercialización. Las mermeladas artesanales suelen ser productos únicos y diferenciados, elaborados con ingredientes de alta calidad y métodos tradicionales. Esto las convierte en productos ideales para el comercio electrónico, ya que los consumidores buscan cada vez más productos auténticos y con valor añadido. (Felipe Ortiz 2002)

Además, el uso de plataformas de E-commerce ofrece una serie de ventajas para las empresas de mermeladas artesanales. Estas incluyen la posibilidad de llegar a una audiencia más amplia y diversa, la capacidad de personalizar la experiencia del cliente, la recopilación de datos y análisis del comportamiento del consumidor, y la mejora de la eficiencia. (Sendcloud 2023)

Metodología

Los métodos cuantitativos son uno de los dos métodos de investigación utilizados tradicionalmente en la ciencia empírica. Se centra en observables cuantificables y utiliza estadísticas para analizar datos. (Cervantes 2024)

Esta metodología se emplea por medio de formularios y estadísticas, donde se denota la marcación más clara de la opinión, el recibimiento, y la fidelización de los usuarios con la marca. Además de poder reconocer más a fondo la interacción que tienen con la dinámica de las redes sociales en torno a las publicaciones que se generarán en el recorrido de la semana para llegar a más personas que compartan los mismos intereses con la marca o el gusto por las mermeladas y lo artesanal. (Parra A, 2024)

En torno a la recopilación de datos, utilizamos encuestas como método de recolección

de información y poder hacer el análisis de estos datos en forma numérica y comprender algunos de los fenómenos económicos, sociales y culturales. (Hernández, Fernández y Baptista, 1997) nos dicen que se desarrolla un diseño de investigación para responder a las preguntas antes planteadas y lograr los objetivos de dicho caso a estudiar.

Dentro de las características de este método de investigación tenemos que los datos e información a identificar siempre deben ser cuantificables o medibles, teniendo en cuenta que los resultados nos ayudan a analizar el comportamiento, culturas o creencias de las personas encuestadas. (Proyectos Sinnaps, 2020)

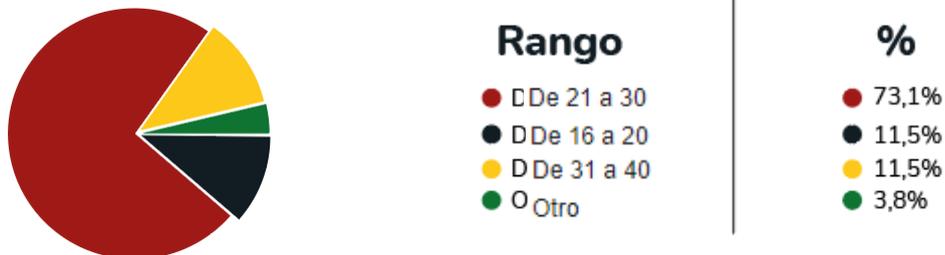
En este caso para random mermeladas lo hicimos a través de los cuestionarios o encuestas que son técnicas de recopilación de datos y son uno de los métodos más comunes, estas encuestas se realizan mediante cuestionarios y pueden realizarse tanto física como digitalmente para recopilar datos cuantitativos. (Safety culture 2024)

En las investigaciones, una población es el grupo de personas de interés primario. A menudo, al final de un estudio, lo que se quiere decir es sobre quién o de quien es la investigación. (DeCarlo M. 2022)

Las poblaciones en investigación pueden ser bastante grandes, en nuestro caso es la ciudad de Ibagué Tolima, una población bastante amplia pero que decidimos reducir a un total de 26 personas encuestadas.

Resultados de Encuestas y/o Entrevistas

- ¿Cuántos años tiene?



En la primera pregunta de nuestro formulario, nos enfocamos principalmente en determinar el rango de edad de nuestros encuestados. Esto nos permite identificar el grupo demográfico al que nos dirigimos y así adaptar nuestra estrategia comunicativa en las redes sociales de manera efectiva. Los resultados de nuestras encuestas revelan que la mayoría de nuestro público objetivo se encuentra en el rango de edad de 21 a 30 años.

- ¿Cuál es su estrato socioeconómico?



Dentro del análisis del estrato socioeconómico, hemos observado que la mayoría de los encuestados pertenecen al estrato 3. Este hallazgo nos permite comprender el contexto

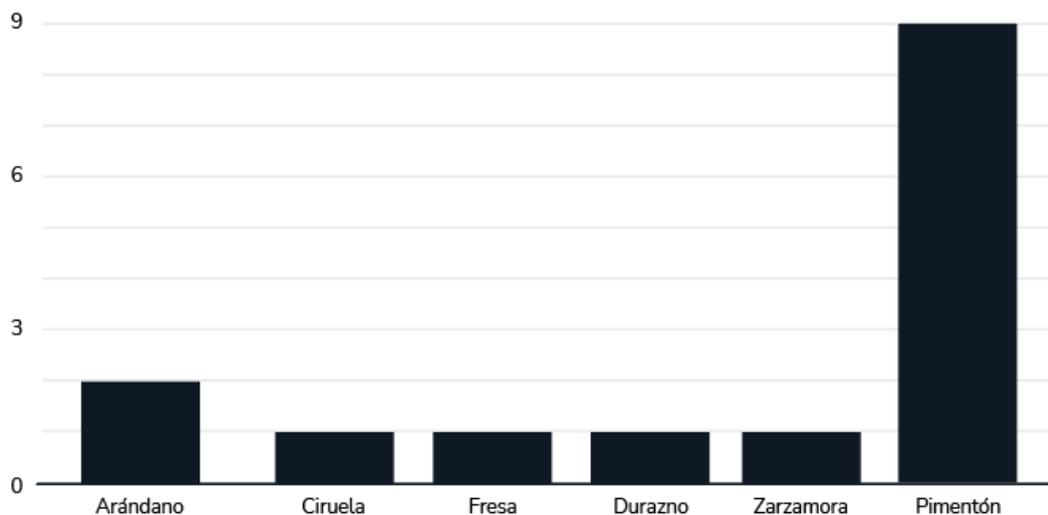
socioeconómico de nuestra audiencia y nos orienta en la definición del tono de comunicación adecuado, así como en la presencia que debemos establecer en las diversas plataformas de comunicación propuestas en el proyecto.

- ¿Ha probado mermeladas artesanales de sabores poco comunes?



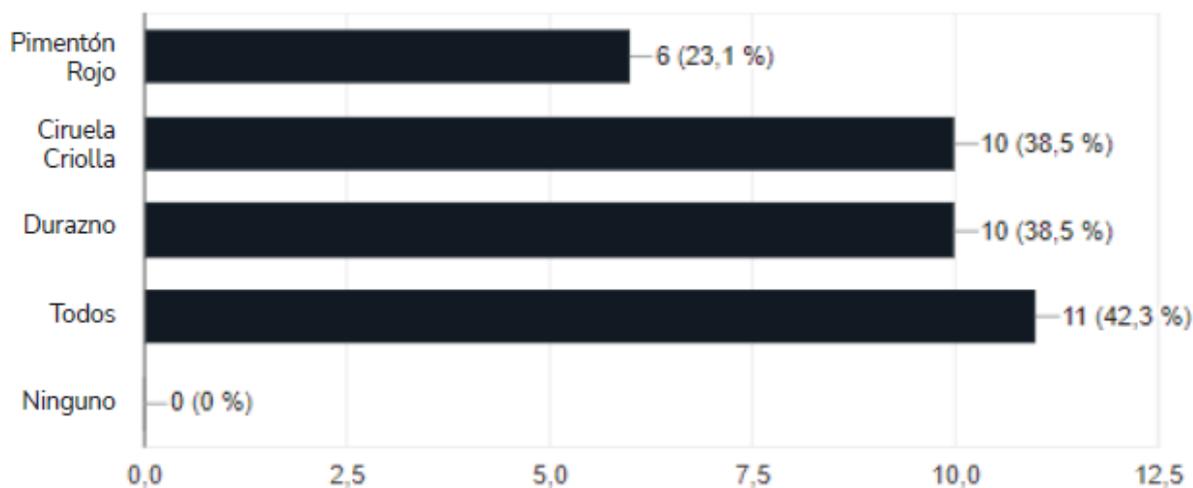
Los resultados de esta pregunta nos ofrecen una perspectiva sobre el grado de familiaridad que tiene el público con las mermeladas artesanales en el ámbito comercial, sin hacer mención a marcas específicas o tipos de mermeladas. Este análisis nos permite distinguir entre aquellos que tienen una comprensión más clara de los productos abordados en el proyecto y aquellos que están más familiarizados con las mermeladas comerciales presentes en el mercado.

- Si la respuesta a la anterior pregunta fue SI, por favor indique qué sabor poco común de mermelada ha consumido. Si por el contrario su respuesta fue NO por favor omita esta pregunta.



En este análisis de la votación, se observa que el público encuestado ya tenía conocimiento sobre las mermeladas con sabor a pimentón. Es importante destacar que durante la encuesta no se hizo referencia a ninguna marca específica ni se mencionaron nombres de marcas comerciales presentes en el mercado

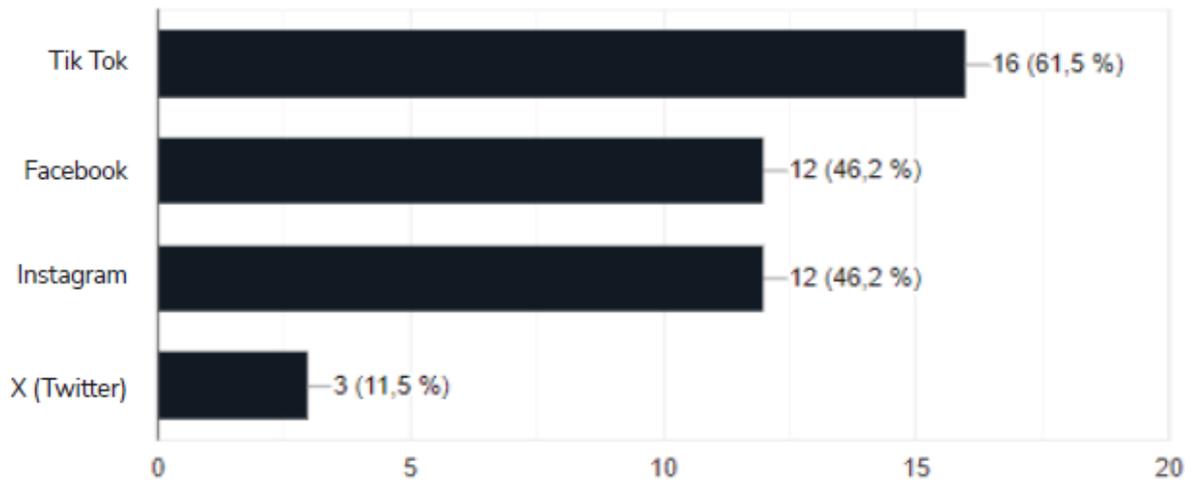
- ¿Cuál de estos sabores estaría dispuesto a probar en una mermelada?



Esta pregunta tiene como objetivo determinar cuál sería el sabor de la mermelada por el que las personas mostrarían mayor interés en probar o cuál tendría una mejor aceptación entre los encuestados. Los resultados indican que la mayoría de los encuestados estarían

dispuestos a probar todos los sabores en general, pero también muestran una inclinación hacia sabores específicos como el durazno y la ciruela criolla.

- En la actualidad la presencia del internet ha facilitado la comunicación e interacción del mundo entero, sabiendo esto ¿Cuáles son las redes sociales que usted más utiliza?



Nuestro objetivo era identificar las redes sociales más utilizadas en el día a día de nuestros encuestados, con el fin de orientar la dirección de nuestras publicaciones y promociones de marca para la venta de productos. Los resultados revelaron que la aplicación más popular entre los encuestados es TikTok, con un porcentaje significativamente superior a otras plataformas. Además, observamos un empate entre Facebook e Instagram, ambos con porcentajes similares de uso por parte de los encuestados. Estos hallazgos nos proporcionan una guía clara sobre dónde enfocar nuestros esfuerzos de marketing y promoción para maximizar el alcance y la efectividad de nuestras estrategias.

- De acuerdo con lo anterior ¿Cuánto tiempo le dedica a las redes sociales en un día?



En esta pregunta, observamos que los encuestados se dividen principalmente en dos categorías: aquellos que destinan de 0 a 2 horas y los que dedican de 4 a 8 horas a las redes sociales. Este patrón sugiere que son personas con un tiempo limitado para dedicar a las redes sociales. Esta información nos lleva a la conclusión de que las estrategias que implementemos deben ser precisas y efectivas, de manera que la información pueda llegarles de manera correcta durante el breve tiempo que pasan en estas plataformas.

- ¿Suele hacer compras a través de redes sociales?



Al analizar este punto, se destaca que un considerable 34% de las personas encuestadas indicaron que realizan compras a través de redes sociales. Este dato revela una participación activa de este segmento de la población en el mundo digital. No obstante, resulta aún más interesante el hecho de que sus hábitos de compra están notablemente influenciados por las ofertas y la disponibilidad de productos en estas plataformas.

- ¿Si fuera a comprar mermeladas artesanales de sabores poco comunes lo haría a través de compras en línea o en tiendas físicas?



En esta pregunta, los encuestados expresaron una clara preferencia por la compra de mermeladas en puntos de venta físicos. Argumentaron que disfrutaban de la experiencia personalizada que ofrecen los vendedores en estos lugares, así como la posibilidad de recibir recomendaciones adaptadas a sus preferencias individuales.

- ¿Consideras que el diseño y el estilo visual de una marca en sus redes sociales impactan en su elección al momento de realizar una compra?



Observamos que para la mayoría de los encuestados, el desarrollo visual de la marca es de gran importancia cuando se trata de causar impacto en los espectadores. Este hallazgo

nos impulsa a diseñar un estilo específico para nuestras publicaciones en redes sociales, siguiendo las pautas proporcionadas por las respuestas de la encuesta.

- ¿Qué tipo de contenido te gustaría ver en las redes sociales de una marca de mermeladas artesanales de sabores exóticos para influir en tu decisión de compra?



La votación revela una clara preferencia, con más del 69% de los encuestados mostrando interés en un tipo específico de contenido. Esta pregunta nos lleva a explorar el tipo de información que el público objetivo desea recibir, destacando un fuerte interés por recetas y sugerencias de uso. Este patrón sugiere que las respuestas pueden deberse a la singularidad de los productos en el mercado.

- ¿Con qué frecuencia esperas ver publicaciones de una marca de mermeladas artesanales en sus redes sociales (Historias y Feed)?



Al analizar el intervalo de frecuencia en el que las personas están dispuestas a ver las publicaciones de la marca en redes sociales, concluimos que la mayoría prefiere una frecuencia diaria, donde encuentran contenido fresco en cada publicación. Esto se refleja en los resultados, seguidos por un porcentaje significativo que también está abierto a ver las publicaciones varias veces por semana. Estos hallazgos nos proporcionan una guía clara sobre cómo estructurar nuestras estrategias de publicación para maximizar el compromiso y la efectividad en nuestras redes sociales.

Key Visual

Dentro del proceso visual, se tomó la decisión estratégica de incorporar formas orgánicas en la imagen corporativa de Random Mermeladas ya que, las formas orgánicas evocan la fluidez y armonía de los elementos naturales, proporcionando a nuestra marca un toque fresco. En el manual de identidad visual, se detalló cuidadosamente la integración de estas formas dentro de nuestro conjunto de elementos visuales distintivos.

Junto con el logotipo, paleta de colores y tipografía, las formas orgánicas se destacan como componentes fundamentales que reflejan la esencia y valores de la marca; además se ha desarrollado una serie de iconos y patrones inspirados en las frutas y verduras que se utilizan ya que se busca capturar la esencia misma de los productos y transmitirla de manera visualmente atractiva.

Durazno



Los duraznos son una excelente fuente de vitaminas y minerales, incluyendo vitamina C, vitamina A, potasio y fibra dietética. Estos nutrientes son importantes para la salud de la piel, la función inmunológica y la salud del corazón.



¿Sabías qué?

Los pimientos son una excelente fuente de vitamina C, incluso más que las naranjas. También son ricos en vitamina A, vitamina B6 y fibra dietética.

Random
Mermeladas



Ciruela criolla...

Son ricas en fibra dietética, lo que las convierte en una excelente opción para promover la salud digestiva y prevenir el estreñimiento.



"Random"

Es un adjetivo que se refiere a algo que sucede, se elige o se produce al azar, sin seguir un patrón discernible o predecible.

Redes sociales



Cronograma

El cronograma se establece con una duración de 15 días, ya que durante este tiempo se llevan a cabo diversas actividades relacionadas con la producción, como la adquisición de materia prima, la preparación de impresiones para los empaques, la generación de propuestas de contenido y diseños deseados, la captura y edición de fotografías, la fabricación de piezas, la programación de pautas y la actualización constante del contenido en las redes sociales.

1 a 15 de Mayo

Miércoles 01: Búsqueda y compra de materiales de base para la realización de las mermeladas.

Jueves 02: Día para realizar impresiones

Viernes 03: Se realiza toda la producción de las mermeladas elaboradas para esos 15 días.

Lunes 06: Los envases de mermelada se dejan reposar para que alcancen la temperatura

ambiente antes de colocar las etiquetas.

Martes 07: Tomar las fotografías del producto en distintas áreas y de diversas formas.

Miércoles 08: Editar las fotografías seleccionadas.

Jueves 09: Reunión para realizar una lluvia de ideas sobre el contenido a realizar.

Viernes 10: Elaboración de piezas gráficas para redes sociales.

Lunes 13: Elaboración de piezas gráficas para redes sociales.

Martes 14: Iniciar el proceso de subir contenido

Parrilla de contenido:

También contamos con una parrilla establecida para organizar el contenido de Random durante un mes, en este caso todo el mes de junio del año 2024, en esta parrilla encontraremos diferentes formatos para la publicación como historias, post, carruseles, reels, entre otros y su contenido varía dependiendo el formato, pueden ser recetas, hablamos también de nuestra historia, de como darle segunda vida a nuestros envases, beneficios de las mermeladas, frutas y verduras, datos curiosos, entre otras cosas.

DÍAS DE LA SEMANA							
MES JUN.	LUNES	MARTES	MIÉRCOLE S	JUEVES	VIERNE S	SÁBAD O	DOMINGO
Sem- 3 - 9	Reels (Historia del proyecto)	Historia (Receta a base de mermelada de pimentón)	Carrusel (Imágenes de nuestro procesos con las mermeladas)	Historia (Receta a base de mermelada de durazno)	Post Imagenes con frases de cada sabor ofrecido	Historia (Receta a base de mermelada de arándano).	Historia (Receta a base de mermelada de ciruela criolla)

Sem 10-16	Reels (De recetas con nuestros productos)	Historia (Sobre nosotros)	Carrusel (Beneficios de consumir mermeladas)	Historia (preguntas)	Post mostrando la marca	Historia (cómo encontrarlos)	Historia (¿Sabías que)
-----------	---	---------------------------	--	----------------------	-------------------------	------------------------------	------------------------

Sem 17-23	Reels (proceso en envasado y empacado del producto)	Historia (Beneficios del pimentón rojo)	Carrusel (Fotografía de producto)	Post fotografía de las mermeladas	Post Fotografía de envase y empaque	Historia (Beneficios del durazno)	Historia (Beneficios de la ciruela criolla)
-----------	---	---	-----------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------------	-----------------------------------	---

Sem 24-30	Reels (Tutorial de como darle doble uso al frasco)	Historia (Datos importantes de la marca)	Carrusel (Imágenes de nuestro procesos con las mermeladas)	Historia (Diferentes presentaciones de envasado)	Post Imágenes con frases de cada sabor ofrecido	Historia (Datos importantes de cada sabor de mermelada)	Historia (Promoción de mermeladas)
-----------	--	--	--	--	---	---	------------------------------------

Presupuesto de Ejecución

En el presupuesto de ejecución incluimos la producción del producto, el montaje del stand y gastos extras.

- Costos de producción del producto

Costos de producción Producto/Servicio 1 und				
ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	COSTO UNITARIO	TOTAL
Pimentón rojo	Unidad	1	\$800	\$800
Sal	Gramos	2	\$50	\$100
Azúcar	Gramos	50	\$5	\$250
Vino blanco	Mililitros	20	\$50	\$1.000
Vinagre	Mililitros	10	\$50	\$500
Agua	Mililitros	30	\$20	\$600
Envase de vidrio	Unidad	1	\$2.800	\$2.800
Empaque (bolsa de tela)	Unidad	1	\$800	\$800

Cucharita	Unidad	1	\$300	\$300
Etiqueta	Unidad	1	\$200	\$200
Etiqueta externa (Tarjeta)	Unidad	1	\$100	\$100
Cinta decorativa	Unidad	1	\$550	\$550
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO				\$8.000
TOTAL COSTOS DE PRODUCTOS 30 UNIDADES				\$240.000

- Costos de Stand y gastos extra

Costos de Stand y Gastos Extras		
ITEM	CANT	TOTAL
Tela para cortinas	2	\$30.000
Cartulinas escarchadas	2	\$8.000
Poliéster	2	\$14.000
Nombre en MDF	2	\$25.000
Guacales	2	\$20.000
Tela para mantel de mesa	1	\$15.000
Corte de láser	1	\$10.000
Heno	4	\$25.000
Dulces	2	\$15.000
Yute	1	\$6.000
Impresiones	160	\$70.000
Luces decorativas	2	\$20.000
Tela de costal	1	\$8.000
Chinches	100	\$5.000
Silicona	5	\$4.000
Nylon	1	\$8.000
Enredaderas artificiales	8	\$40.000
Nodrizas	100	\$1.000
Pompones decorativos	1	\$8.000
Galletas	1	\$7.000
Queso crema	1	\$8.000
Transportes	10	\$40.000
Módulo	1	\$48.000

TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN PRODUCTO		\$435.000

TOTAL COSTOS DEL PROYECTO	\$675.000
----------------------------------	-----------

En total tenemos un presupuesto total para la ejecución del proyecto de Random mermeladas de \$675.000 pesos.

Resultados

Se espera que mediante el uso de estrategias digitales, como el marketing en redes sociales y el comercio electrónico, la marca Random Mermeladas logre aumentar su visibilidad en el mercado de Ibagué, Tolima. Esto incluye un mayor reconocimiento de la marca entre la población objetivo y una mejora en su posicionamiento en comparación con la competencia.

Es importante comunicar de manera efectiva todos los beneficios y las ventajas que ofrece la marca para así captar la atención de los consumidores. Definir y comunicar una propuesta de valor única y convincente ayudará a establecer una conexión emocional con el público objetivo y destacar frente a la competencia.

Mantener una comunicación coherente en todos los medios y puntos de contacto con los nuestros consumidores es muy importante para construir una imagen sólida sobre la marca desde las piezas publicitarias hasta las interacciones en las redes sociales. La comunicación debe reflejar los valores y la personalidad de la marca de manera uniforme. (PuroMarketing 2023)

Random Mermeladas busca expandir sus horizontes a través del comercio electrónico, con la meta de aumentar sus ventas y consolidarse en el mercado local. Se espera que la

ejecución efectiva de estrategias de marketing digital despierte un mayor interés y compromiso por parte de los consumidores, lo que se traducirá en un aumento significativo de las ventas de sus productos. En la actualidad, el marketing digital se ha vuelto una parte esencial de nuestra vida cotidiana al ofrecer una manera conveniente y eficiente de realizar compras. Es una de las estrategias de comercialización más efectivas para las empresas que buscan adaptarse a la era digital. El comercio electrónico es una herramienta imprescindible en el entorno empresarial moderno, ya que brinda la oportunidad de llegar a más clientes de manera rápida y efectiva, incrementando así las oportunidades de venta. Sin embargo, es importante destacar que el comercio electrónico también presenta desafíos, siendo la seguridad del sitio web uno de los aspectos más críticos. Garantizar la protección de los datos personales y financieros de los clientes mediante la implementación de medidas de seguridad sólidas es fundamental para mantener la confianza del consumidor en la marca.

(Ruas M. 2022)

La estrategia digital de Random Mermeladas también se enfoca en la fidelización de sus clientes existentes, brindándoles contenido atractivo y relevante en las redes sociales, así como una experiencia de compra en línea satisfactoria. Se espera que esta estrategia contribuya significativamente al fortalecimiento de la lealtad de los clientes hacia la marca, promoviendo así compras repetidas en el futuro.

La fidelización de clientes es un elemento crucial para cualquier negocio, ya que los clientes fieles no sólo son más propensos a volver a comprar, sino que también tienden a recomendar la marca a otros. De este modo, Random Mermeladas se beneficia al cultivar relaciones sólidas con sus clientes satisfechos, quienes no solo regresan por nuevos productos, sino que también pueden atraer a nuevos clientes mediante recomendaciones

positivas.

La satisfacción del cliente juega un papel fundamental en este proceso. Cuando los clientes reciben un servicio excepcional, se sienten motivados a regresar y a explorar nuevos productos con confianza. Este ciclo de retroalimentación positiva contribuye a que los clientes vuelvan de forma orgánica, sin necesidad de esfuerzos adicionales de marketing. Además, el boca a boca sigue siendo una de las formas más efectivas de aumentar el conocimiento de la marca. (Centiva 2021)

Aparte de promocionar los productos actuales, Random Mermeladas tiene como objetivo diversificar su línea introduciendo sabores exóticos inspirados en la rica biodiversidad de Colombia. Esta iniciativa busca no solo atraer a nuevos segmentos de clientes, sino también expandir el mercado de mermeladas artesanales en Ibagué y más allá.

El refrán “dos cabezas piensan mejor que una” cobra vida cuando se cuenta con un equipo creativo y multidisciplinario. Este equipo, compuesto por colaboradores y profesionales con roles específicos, es fundamental para fomentar la innovación de manera constante. Al estar enfocados únicamente en la búsqueda de nuevas ideas, somos capaces de reinventar procesos y mejorar los productos o servicios ofrecidos por la organización.

La presencia de un equipo especializado dedicado a la innovación alimenta la organización con ideas frescas de manera regular, lo que resulta en una mejora continua tanto en la calidad de los productos como en la experiencia del cliente. (Ikusi 2024)

Conclusiones

En el anterior trabajo podemos evidenciar que el emprendimiento Random Mermeladas está en constante cambio y evolución gracias a la era digital, la cual siempre nos ha brindado nuevas herramientas y programas para que la empresa continúe creciendo y así pueda lograr posicionarse satisfactoriamente en el mercado, implementando de manera correcta la comunicación visual utilizándose a nuestro favor para que así el plan de marketing sea capaz de alcanzar los objetivos fijados.

Los E-commerce ofrecen una oportunidad única para ampliar el alcance de las mermeladas artesanales en el mercado de Ibagué, Tolima. Sin embargo, su implementación efectiva requiere un enfoque estratégico para abordar las oportunidades y desafíos asociados con este tipo de marketing.

Ya que nos enfocaremos en el E-commerce, la explicación del por qué se hará de esta manera es simple, sus maravillosas ventajas como lo son la reducción de costos, ni la limitación de tiempo al momento de que los usuarios lleguen a realizar compras a cualquier hora en la que deseen, ya que en el momento la onda del E-commerce está tan marcada, las compras por internet son las que más aumentan, esto le facilita tiempo y la interacción a los usuarios con la página y la marca, logrando así la fidelización del mismo. Además de esto, está la gran ventaja de conseguir el crecimiento de la marca en el comercio en general; a los usuarios se les genera confianza y métodos de pago más factibles, lo cual nos aporta más confianza con el público objetivo que realice compras por medio de la página web de la marca. (Moya F. 2022)

Asimismo, el comercio electrónico es un campo dinámico en constante evolución, lo que implica que continuamente surgen nuevas tecnologías y herramientas para aprovechar.

Desde la inteligencia artificial hasta el marketing de influencers, el e-commerce ofrece una amplia gama de oportunidades para las empresas que aspiran a mantenerse al día con las últimas tendencias. El e-commerce es un sector en constante crecimiento, lo que sugiere que siempre hay oportunidades para expandir su negocio y alcanzar nuevos clientes.(ENEI 2023)

Referencias

La Serena.(2005) .

https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07642005000300008&script=sci_arttext&tlng=en

Nielsen Consumer (2024). La evolución del comercio electrónico a nivel mundial <https://nielseniq.com/global/es/insights/analysis/2022/the-evolution-of-e-commerce-globally/>

Dane.(2024).Perspectivas del mercado laboral desde el registro estadístico de relaciones laborales.(RELAB).

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#registro-estadistico-de-relaciones-laborales-relab>

Orús A. (2023), Comercio electrónico en el mundo - Datos

estadísticos:<https://es.statista.com/temas/9072/comercio-electronico-en-el-mundo/#topicOverview>

Infobae (2024). El impacto del comercio electrónico en la economía del país: una revolución en la forma de hacer negocios.

<https://www.infobae.com/america/inhouse/2023/06/29/el-impacto-del-comercio-electronico-en-la-economia-del-pais-una-revolucion-en-la-forma-de-hacer-negocios/>

Kotler, Philip y Kevin Lane Keller (2006). Dirección de Marketing.

https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14585/mod_resource/content/1/libro%20direccion-d-e-marketing%28kotler-keller_2006%29.pdf

CCCE (2024). El obstáculo oculto que impide el éxito de tu eCommerce.

<https://www.ccce.org.co/noticias/el-obstaculo-oculto-que-impide-el-exito-de-tu-ecommerce/>

Hubspot (2023). Qué es el marketing digital, sus ventajas y tipos

<https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-marketing-digital#ventajas>

Símbolo agencia digital (2022). Marketing Digital en Colombia: conoce su importancia

<https://www.simbolointeractivo.com/marketing-digital-en-colombia/>

UNCTAD(2021) Cómo la COVID-19 desencadenó el punto de inflexión digital y del comercio electrónico

<https://unctad.org/es/news/como-la-covid-19-desencadeno-el-punto-de-inflexion-digital-y-del-comercio-electronico>

García N. (2019) ¿Qué es una comunidad de marca y por qué es importante?

<https://es.semrush.com/blog/comunidad-de-marca/>

Ortiz F. (2002) Sondeo de Comercialización de Mermeladas

http://repository.humboldt.org.co/bitstream/handle/20.500.11761/31482/Biocomercio_1.pdf?sequence=1

Sendcloud (2023) Plataformas e-commerce: Las 10 plataformas más usadas, características y ventajas

<https://www.sendcloud.es/plataformas-ecommerce/>

Moya F. (2022) Ventajas de un eCommerce frente a los comercios tradicionales.

<https://www.clavei.es/blog/ventajas-de-un-ecommerce-frente-a-los-comercios-tradicionales/>

Parra A. (2024) Metodología de la investigación cuantitativa

<https://www.questionpro.com/blog/es/metodologia-de-la-investigacion-cuantitativa/>

Centro Virtual Cervantes (2024) Metodología cuantitativa

https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/metodologiacuantitativa.htm

Hernández, Fernández y Baptista (1997) Metodología de la investigación

https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf

López B. (2024) Datos curiosos de marketing digital

<https://betolopez.com/datos-curiosos-de-marketing-digital/>

Proyectos Sinnaps (2020) Investigación y características del método cuantitativo

<https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodo-cuantitativo>

Safety culture (2024) Guía breve de técnicas de recolección de datos

<https://safetyculture.com/es/temas/recoleccion-de-datos/tecnicas-de-recoleccion-de-datos/>

DeCarlo M. (2022) Conceptos básicos de muestreo

[https://espanol.libretexts.org/Ciencias_Sociales/Trabajo_Social_y_Servicios_Humanos/Investigaci%C3%B3n_Cient%C3%ADfica_en_Trabajo_Social_\(DeCarlo\)/10%3A_Muestreo/10.01%3A_Conceptos_b%C3%A1sicos_de_muestreo](https://espanol.libretexts.org/Ciencias_Sociales/Trabajo_Social_y_Servicios_Humanos/Investigaci%C3%B3n_Cient%C3%ADfica_en_Trabajo_Social_(DeCarlo)/10%3A_Muestreo/10.01%3A_Conceptos_b%C3%A1sicos_de_muestreo)

Naciones Unidas (2020) Influencia de las tecnologías digitales

<https://www.un.org/es/un75/impact-digital-technologies>

Pragma (2023) Qué es el e-commerce y cómo funciona

<https://www.pragma.co/es/blog/que-es-el-ecommerce-y-como-funciona>

Bello E. (2022) ¿Qué es ecommerce y cómo crear tu propio comercio electrónico?

<https://www.iebschool.com/blog/comercio-online-ecommerce/>

Revista Semana (2014) La otra mermelada

<https://www.semana.com/venta-mermelada-colombia/193548/>

Puro Marketing (2023) La importancia de posicionar la marca de una empresa y las claves para lograrlo.

<https://www.puromarketing.com/146/212030/importancia-posicionar-marca-empresa-claves-para-lograrlo>

Ruas M. (2022) La importancia del comercio electrónico: por qué es necesario y cómo utilizarlo.

<https://es.linkedin.com/pulse/la-importancia-del-comercio-electr%C3%B3nico-por-qu%C3%A9-es-necesario-ruas#:~:text=El%20comercio%20electr%C3%B3nico%20es%20absolutame>

[nte.su%20sitio%20web%20es%20seguro.](#)

Centiva (2021) Los Beneficios de Fidelizar a los Clientes

[https://centiva.mx/los-beneficios-de-fidelizar-a-los-clientes/#:~:text=Cuando%20se%20tiene%20un%20cliente.es%20ofrecer%20un%20servicio%20excelente.](#)

Ikusi (2024) 7 increíbles estrategias de innovación empresarial

[https://www.ikusi.com/mx/blog/7-increibles-estrategias-de-innovacion-empresarial/](#)

Escuela de negocios e innovación 82023) ¿Qué es el e-commerce y por qué es importante para tu negocio?

[https://negocioseinnovacion.com/sin-categoria/que-es-el-e-commerce-y-por-que-es-importante-para-tu-negocio/](#)