

DESARROLLO DE PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA LA TIENDA ARTESANIAS

LOTUS

NOMBRE DE LOS AUTORES

YURANY ANDREA GIRALDO GALLO

MARIA CAMILA GARCIA DUQUE

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ORIENTE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RIONEGRO ANTIOQUIA

2023

Página de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Rionegro, día, mes, año

DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado primeramente a Dios, quien siempre nos guía y nos da fuerzas para seguir adelante, dando lo mejor hasta el final, enseñándonos a ser personas mas dedicadas y capaces de tomar las mejores decisiones.

A nuestras familias que siempre nos han brindado su apoyo incondicional, buscando lo mejor para nosotras, dándonos su voz de aliento y cultivando la disciplina, responsabilidad y sabiduría para alcanzar cada meta propuesta.

A cada uno de los profesores que hicieron parte de este proceso tan importante en nuestras vidas, haciendo de nosotras mejores estudiantes, con capacidades y conocimientos importantes que nos llevarán a un gran futuro, aconsejándonos para nuestro bien y siempre dispuestos a ayudar. Los compañeros que hicieron más grata la estadía en la universidad, haciendo posible crear lazos de amistad y apoyo, quienes fueron parte del proceso en diferentes trabajos.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por siempre ser parte de nuestras vidas y por nunca dejarnos solas, ayudándonos a superar cada obstáculo que se nos presentó; Nuestras familias siempre pendientes y dispuestas a ayudarnos de la mejor forma; Al profesor Diego Andrés Vélez Rivera, nuestro principal apoyo y mano derecha en este proyecto, quien con su paciencia y carisma nos ayudó de la manera más cordial y amorosa a desarrollar cada parte del presente trabajo.

Finalmente, agradecidas por el maravilloso equipo que hicimos durante este tiempo dedicado al trabajo de grado, pues logramos unir de la mejor manera nuestras ideas y conocimientos para llevar a cabo este gran proyecto que significa un logro.

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN	7
INTRODUCCIÓN.....	8
ANTECEDENTES	9
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	12
JUSTIFICACIÓN.....	12
OBJETIVOS.....	14
Objetivo General.....	14
Objetivos Específicos	14
MARCO TEÓRICO	15
Marco Conceptual.....	16
Marketing digital y estrategias en entornos digitales.....	16
Enfoque responsable en la industria del turismo.	17
Plan de marketing; estrategias para el éxito comercial.....	17
Redes sociales y potencial del marketing digital.	17
DISEÑO METODOLÓGICO.....	18
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	19
Propuesta de valor	19
Segmento de mercados	23

Canales de Comercialización.....	24
Diagnóstico de la presencia en redes sociales	26
Identificación de canales de comercialización digital	32
PLAN DE PROMOCIÓN DE VENTAS	36
DISEÑO DE INDICADORES DE GESTION	38
CONCLUSIONES.....	41
REFERENCIAS.....	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Categorías, productos y precios Artesanías Lotus	20
Tabla 2: Productos más emblemáticos	21
Tabla 3: Canales de comercialización por redes sociales.....	24
Tabla 4: Canales de comercialización en tienda física.....	25
Tabla 5: Canales de comercialización Indirecto.....	25
Tabla 6: Análisis FODA con enfoque en componente digital.....	33
Tabla 7: Indicadores para Artesanías Lotus.	38
Tabla 8: Diagrama de actividades.	40

RESUMEN

Un plan de marketing digital es un mapa que guía a las empresas para fortalecer su presencia en línea, a través de acciones y tácticas que permitan aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno online. Para Artesanías Lotus, crear un plan de marketing digital significa poder llegar a más personas y posicionar la marca en el mercado de las artesanías en el Oriente Antioqueño. Para lograrlo, se propone un enfoque descriptivo y explorativo donde se busca encontrar soluciones y herramientas que ayuden a alcanzar las metas propuestas, además de desarrollar estrategias de marketing, planes de promoción y medición de los objetivos alcanzados permitiendo aumentar las ventas y visibilidad a través de redes sociales.

Asimismo, el plan de marketing digital de Artesanías Lotus busca consolidar su identidad de marca a través de la narrativa visual y el *storytelling*. La empresa se propone compartir historias auténticas sobre el proceso artesanal, los artesanos locales y la singularidad de cada producto. Este enfoque no solo pretende conectar emocionalmente con la audiencia, sino también diferenciar a Artesanías Lotus en un mercado competitivo. La creación de contenido atractivo y significativo no solo fortalecerá la relación con los clientes existentes, sino que también atraerá a nuevos públicos, contribuyendo así a la expansión de la comunidad en línea y al posicionamiento sólido de la marca en el sector de las artesanías.

Finalmente, se exponen los resultados que evidencian los desafíos actuales que enfrenta Artesanías Lotus en la consolidación de su presencia en línea, donde la empresa carece de un contenido definido para Instagram, y se observa una falta de consistencia en la creación de contenido orgánico orientado hacia su audiencia objetivo. Esta situación revela la ausencia de una identificación clara de quiénes son sus clientes activos y quiénes son solo ocasionales.

INTRODUCCIÓN

En el mundo actual, el marketing digital se ha convertido en una necesidad y en una oportunidad invaluable para las empresas pues permite llegar a más personas a pesar de la distancia, mostrando su presencia de manera efectiva a través de diversas plataformas en línea. Según un informe que presenta la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE) (2023): “en 2022 se registraron COP 55,17 billones de ventas en línea, un crecimiento de 38,4 % con respecto a 2021.” (Cámara colombiana de Comercio Electrónico, 2023)

La omnipresencia de la tecnología y el acceso generalizado a internet han transformado la forma en que las marcas se conectan con su audiencia. La capacidad de segmentar y personalizar mensajes, así como de medir el rendimiento en tiempo real, brinda a las empresas un control sin precedentes sobre sus estrategias de marketing. Además, el marketing digital no solo se trata de llegar a más personas, sino también de construir relaciones sólidas con los clientes a lo largo del tiempo.

Dicho lo anterior, para el presente proyecto se propone un plan de marketing digital destinado a potenciar las ventas y visibilidad de Artesanías Lotus en el mercado del Oriente antioqueño, utilizando como eje principal las redes sociales. Se abordarán aspectos clave, como la selección estratégica de plataformas relevantes y la creación de contenido valioso, junto con una medición continua de resultados. El propósito es destacar la importancia y el valor competitivo que una estrategia de venta efectiva en redes sociales puede aportar a la empresa.

Este estudio, examina factores internos y externos que influyen en el negocio. A través de un análisis DOFA, se identifican las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades que enfrenta Artesanías Lotus, proporcionando así la base para las estrategias propuestas.

La relevancia de este trabajo se enmarca en la planificación en medios digitales, la optimización de la presencia en redes, el diseño de campañas de contenido y la utilización de herramientas digitales. Estos aspectos se perfilan como recursos valiosos para la toma de decisiones y la consolidación de negocios, especialmente en el sector artesanal, impulsando la posición de empresa en el mercado competitivo.

ANTECEDENTES

Para entender mejor el contexto del presente trabajo, Artesanía Lotus surge como la materialización de la visión de establecer un negocio turístico en El Peñol, aprovechando la afluencia diaria de buses turísticos que realizan paradas estratégicas para el desayuno, lo cual ofrecía un evidente mercado potencial. Su creación fue en el año 2022, impulsada por las oportunidades generadas tras la apertura del turismo, tanto a nivel local como internacional después de las disminuir las restricciones generadas por la pandemia. Inicialmente estaba orientada a la venta de juguetes y piscinas, pero la empresa observó un cambio en las preferencias de los turistas con el tiempo, los cuales iban en búsqueda de suvenires y recuerdos auténticos de Colombia. Esta evolución dio lugar a la concepción de la idea de establecer una tienda que ofreciera artesanías y dulces típicos de Colombia, satisfaciendo así las demandas cambiantes y crecientes de los visitantes.

Otro punto importante a resaltar es que Antioquia hace parte de los “Andes occidentales colombianos”, una de las seis regiones turísticas más atractivas para personas extranjeras, donde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (MINCIT) señala: “En esta región la modernidad y las costumbres conviven en armonía, transformando sociedades y mirando al futuro desde la tradición. Su proyección internacional tiene potencial, gracias a sus productos en cultura, naturaleza, turismo urbano e industria de reuniones.” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (MINCIT), 2021)

A su vez, “El sector artesanal en Colombia representa el 15% de la ocupación en el sector manufacturero con 350.000 personas aproximadamente y se caracteriza por las técnicas de

fabricación, por combinar materiales e innovar los formatos” (Portafolio, 2019) , lo que indica que la industria artesanal es una fuente de empleo importante en el país, así mismo permite la continuidad de los métodos tradicionales en la realización de artesanías como también el desarrollo de nuevas formas de creación.

Por otro lado, es importante tener en cuenta que la digitalización de la economía y los negocios también juegan un papel importante en el desarrollo económico de un lugar o región, pues facilita la conexión con diferentes mercados, sean nacionales o internacionales, presentando oportunidades de expansión económica a través del comercio electrónico y la promoción en redes sociales. Según la cámara de, comercio electrónico. En América Latina ha experimentado un crecimiento del 27% en 2020, (Cámara colombiana de Comercio Electrónico, 2023) impulsado por la pandemia y el aumento del uso de tecnologías digitales. Dicho lo anterior, implementar una estrategia digital sólida en las empresas permite ser más competitivos en el mercado actual y llegar a una audiencia más amplia.

Para respaldar estos hallazgos, se consultaron diversas fuentes, incluyendo informes del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, (MINCIT) eMarketer, informes y artículos especializados en la industria turística y digital. Esto permite obtener información valiosa sobre el contexto del proyecto respaldado por datos y estadísticas confiables.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El *marketing* digital cada vez cobra más fuerza a nivel global convirtiéndose en un pilar fundamental para el éxito y la sostenibilidad de las empresas en la era actual. Como lo señala We are Marketing (WAM): “Según Forbes, con datos de 2020, el 55% de la población mundial cuenta con acceso a Internet: es un mercado de 4.200 millones de usuarios, y la tendencia es la compra vía móvil: el 51% del comercio digital se ejecuta a través de dispositivos móviles, lo que muestra que las personas están cada vez más interconectadas en la era digital por temas de fácil acceso y

una amplia gama de posibilidades de compra” (We are Marketing, 2022), lo que demuestra que la sociedad a diario busca nuevas formas de acceso a diferentes plataformas con el fin de obtener lo que desean. Este fenómeno implica la adopción de estrategias y herramientas digitales que permiten a las organizaciones conectar de manera efectiva con su audiencia, expandiendo así su presencia y potenciando su competitividad en el mercado. La no adopción a estas tendencias implica perder valiosas oportunidades de crecimiento en un entorno empresarial que cada vez es más digitalizado.

Artesanías Lotus, es un negocio dedicado a la venta de productos típicos de Colombia, como artesanías y souvenirs, que en la actualidad presenta una serie de situaciones desafiantes, pues, a pesar de ubicarse en una zona estratégica (corredor vial municipio de El Peñol y Medellín), enfrenta dificultades significativas para atraer clientes y aumentar sus ingresos.

Uno de los principales desafíos radica en la falta de formación en ventas, pues este proceso se realiza de forma empírica y se refleja en ejercicios inadecuados que conecten a los clientes con el negocio. Una de estas prácticas se visibiliza de forma clara en el manejo de redes sociales que permita resaltar en un mercado competitivo.

Para Artesanías Lotus, es crucial mejorar su presencia en línea, la falta de visibilidad en canales digitales está afectando su capacidad para atraer y retener clientes, expandirse y aumentar las ventas. Si no se aprovechan adecuadamente los medios en línea, esto podría resultar en una disminución de ventas y la pérdida de clientes frente a la competencia. Es esencial utilizar las redes sociales de manera estratégica para posicionar la marca y aumentar la participación en el mercado. Esto se logra mediante una estrategia de contenido planificada y dirigida a un público más amplio, lo que a su vez estimula acciones de compra específicas.

En vista de la intensa competencia en la región, es importante diseñar estrategias de ventas que promueva y potencie la interacción con los clientes, tanto en la tienda física como a través de los canales digitales. Esto incluye resaltar la calidad de los productos y la creación de experiencias

excepcionales a través del servicio brindado. Si no se aborda este desafío, la empresa podría enfrentar dificultades en términos de estados financieros, rendimiento, capacidad de empleo y su sostenibilidad en el mercado local y turístico.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo el diseño de un plan de marketing centrado a la implementación de redes podría mejorar la presencia en línea de la empresa Artesanías Lotus aumentar las ventas y expandir los canales de distribución?

JUSTIFICACIÓN

De acuerdo con el Blog Hotmart: “ la experiencia del usuario con los puntos de contacto de tu negocio es muy importante actualmente. Incluso, es uno de los factores de clasificación en el ranking de Google en la página de búsqueda.” (Hotmart Blog, 2022), lo cual demuestra la importancia de un buen enlace con los clientes a través de diversos medios digitales que permitan llegar de una forma efectiva y rápida, dónde el contacto sea posible a un clic.

Al respecto, el marketing digital desempeña un rol cada vez más importante en la sociedad al proporcionar un marco para la evaluación de datos pertinentes y el reconocimiento de las necesidades de segmentos de mercado específicos. Esto conduce a la formulación de soluciones efectivas y a la toma de decisiones, basadas en evidencia concreta que surge de la identificación de

oportunidades de mejora y la resolución de problemas. En concordancia con la afirmación "el programa de marketing establece relaciones con los clientes al poner en acción la estrategia de marketing" (Kotler & Armstrong, 2008), precisa que no solo se trata de promocionar productos o servicios, sino de establecer y mantener relaciones duraderas con los clientes a través de estrategias y acciones específicas.

Este enfoque se apoya en las herramientas ofrecidas por Jerome McCarthy, conocidas como las 4P o Marketing Mix: Precio, Producto, Plaza y Promoción (Instituto Europeo de Posgrado, 2018). Al establecer su importancia y determinar en cuál de ellas se debe hacer hincapié. En el caso de Artesanías Lotus, se concluye que es necesario desarrollar un plan de marketing digital que tiene como objetivo mejorar la promoción de la empresa, con el fin de impulsar su presencia en el mercado, expandir sus canales de distribución y optimizar su visibilidad en línea siendo esto esencial para atraer a nuevos clientes y retener a los existentes. Gammardella (2023) sostiene que "es a través de las redes sociales que nuevos usuarios conocerán los productos y servicios de empresas más fácilmente, que, mediante los medios tradicionales, pues son consideradas una vitrina gratuita."

En síntesis, la implementación de un plan de marketing digital para Artesanías Lotus es no solo necesaria, sino también pertinente y valiosa desde las perspectivas social y económica, al reconocer su valor cultural y el crecimiento de las ventas y la economía local. Este estudio busca contribuir al fortalecimiento de la empresa, permitiendo llegar a una audiencia más amplia no solo a través de productos, sino también a través de experiencias enriquecedoras y un servicio excepcional.

OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar un plan de marketing digital para la empresa de Artesanías Lotus, generando estrategias de contenido a través de redes sociales, principalmente en Instagram, que permitan potenciar su presencia en línea, aumentar las ventas y canales de distribución.

Objetivos Específicos

1. Diagnosticar los principales canales de presencia en línea de *Artesanías Lotus* con el fin de obtener más información acerca de su desempeño actual.
2. Realizar un análisis estratégico identificando los canales más apropiados en los que Artesanías Lotus puede hacer presencia, brindando valor y satisfacción al cliente.
3. Diseñar un plan de promoción de ventas con un enfoque en estrategias de precios promocionales y contenido publicitario persuasivo, especialmente adaptado para la plataforma Instagram.
4. Implementar KPIs (Indicadores Clave de Rendimiento) como herramienta para medir y evaluar el impacto de las estrategias de marketing digital en Artesanías Lotus.

MARCO TEÓRICO

Las artesanías en Colombia cada vez toman más fuerza a medida que pasa el tiempo gracias al incremento de turistas en las diferentes regiones, como lo señala MINCIT (2023) “Los visitantes no residentes durante el primer semestre de 2023 aumentaron 34,3% en comparación con el primer semestre de 2022, y 22,1% en comparación con el primer semestre de 2019” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023). Dicho lo anterior, se permite resaltar que las artesanías son un mercado en auge pues estas al representar la idiosincrasia del país, permiten llegar a más personas con el fin de demostrar la diversidad cultural, la tradición artesanal que abarca una amplia variedad de productos y técnicas, la belleza colombiana en diferentes facetas y la creatividad de los artesanos. En particular, las empresas dedicadas a la artesanía en El Peñol, Antioquia, desempeñan un papel importante en el impacto económico de la región al ser un destino turístico visitado por personas procedentes de diversas naciones.

En el entorno digital actual para las artesanías colombianas surge el marketing digital como la herramienta clave para ampliar su alcance y conectar con audiencias diversas. A través de estrategias específicas, se facilita la creación de comunidades virtuales que valoran la autenticidad y la creatividad, estableciendo así un puente entre la tradición artesanal y las oportunidades digitales.

Según Kotler y Armstrong (2021), el *marketing* digital se refiere a las estrategias y tácticas de *marketing* que se implementan en entornos digitales, como sitios web, redes sociales y motores de búsqueda. Es un enfoque integral para alcanzar objetivos comerciales a través de estos canales.

Teniendo en cuenta que en la actualidad el *marketing* digital y las redes sociales han adquirido una gran relevancia en el entorno empresarial debido a la creciente digitalización de la sociedad, es importante reconocer que su implementación se hace necesaria en la mayoría de las

empresas con el fin de llegar a más masas. Cómo lo menciona Digesit, (2021) "es un hecho comprobado que las comunidades virtuales se constituyen como la herramienta de mayor peso cuando de interacción se refiere" lo cual reitera la necesidad de contar con una herramienta virtual con el fin de crear una comunidad nueva de clientes, pues estos canales de comunicación y venta se han convertido en algo indispensable para promocionar productos, interactuar con los clientes y aumentar la visibilidad de las marcas.

Todo lo anterior, con base en información de fuentes secundarias del 2015 hasta la fecha actual, busca resaltar los datos más relevantes que permiten concluir de forma precisa las teorías y posibles soluciones a la problemática resaltada en el proyecto. Es importante tener en cuenta que Artesanías Lotus ingresó al mercado en el año 2022, lo que permite evaluar fortalezas y debilidades en un contexto que está aún en desarrollo y evolución.

Marco Conceptual

Marketing digital y estrategias en entornos digitales.

La aplicación de estrategias y tácticas de marketing en entornos digitales, como sitios web, redes sociales, motores de búsqueda y otros canales en línea. Su objetivo es alcanzar metas comerciales mediante la creación de una presencia digital efectiva y el establecimiento de relaciones con audiencias específicas (Kotler & Armstrong, 2021).

Enfoque responsable en la industria del turismo.

- Se refiere a una modalidad de viaje que busca minimizar los impactos negativos en el medio ambiente, la cultura local y la economía de la comunidad anfitriona. Esta perspectiva promueve prácticas responsables y éticas en la industria turística, con el propósito de preservar los recursos naturales y culturales a largo plazo. El turismo sostenible busca generar beneficios económicos equitativos para las comunidades locales, fomentar la conservación del entorno natural y cultural, y proporcionar experiencias enriquecedoras y auténticas para los viajeros (Unwto, 2019).

Plan de marketing; estrategias para el éxito comercial.

- Se refiere a un conjunto de estrategias y tácticas diseñadas para promocionar un producto o servicio y alcanzar los objetivos comerciales de una empresa. Este plan implica la identificación de mercados meta, el desarrollo de mensajes persuasivos, la selección de canales de distribución y la asignación de recursos para ejecutar las estrategias propuestas (Kotler y Armstrong, 2021).

Redes sociales y potencial del marketing digital.

- Las plataformas en línea que permiten a los usuarios crear perfiles, compartir contenido, interactuar y conectarse con otras personas o entidades. Estas plataformas ofrecen diversas funciones que van desde la publicación de texto, imágenes, videos hasta la posibilidad de seguir a otros usuarios y participar en conversaciones en tiempo real. Su importancia en el contexto del marketing digital radica en su capacidad para llegar a audiencias masivas y específicas, así

como para fomentar la interacción y la construcción de comunidades en línea (Smith & Zook, 2017).

DISEÑO METODOLÓGICO

El presente proyecto se basa en un enfoque descriptivo el cual busca a partir de la recolección de datos obtener más información acerca de las tendencias, conductas, actitudes y oportunidades de mejora que el mercado objetivo puede brindar para lograr la correcta consecución de un plan de marketing digital para la empresa Artesanías Lotus.

Para el cumplimiento de este se desarrollaron cuatro fases las cuales comprendían llevar a cabo un diagnóstico de su presencia en línea realizando el método de análisis de contenido digital. Esto implicó revisar el contenido que la empresa comparte en sus redes sociales mediante la exploración de las 4ps (plaza, precio, promoción y producto).

En segunda instancia, se buscó identificar los canales apropiados para la empresa, donde se aplicó un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), analizando los aspectos positivos y negativos de la empresa, así como las oportunidades y desafíos en el entorno digital.

El siguiente paso se centró en el diseño de un plan de promoción de ventas, utilizando métodos cualitativos y cuantitativos para evaluar estrategias de precios promocionales y contenido publicitario, especialmente adaptado para la plataforma Instagram.

Finalmente, bajo la implementación de KPIs como herramienta para medir y evaluar el impacto de las estrategias de marketing digital, se aplicó un análisis estadístico el cual brindará una información más acertada de lo que fue el proyecto.

La recopilación de datos se realizó principalmente a partir de fuentes secundarias, como informes, literatura académica y datos disponibles públicamente relacionados con la industria de las artesanías y el marketing digital.

Por último, dado el enfoque exploratorio de este informe, el cual se basa en una investigación inicial seguida de un análisis de datos y hallazgos, tiene como objetivo proponer mejoras a la situación en cuestión a medida que se recopila y analiza la información permitiendo llegar a los resultados esperados.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Propuesta de valor

Artesanías Lotus es una tienda de souvenirs y productos emblemáticos ubicada en El Peñol-Antioquia, se diferencia en el mercado por vender productos hechos a mano y fabricados por personas de la región demostrando el talento local, donde preservan y promueven la tradición artesanal de Colombia, contando con una amplia gama de productos típicos que capturan la esencia y la diversidad cultural, mostrándose de una forma creativa, de diferentes tamaños, colores y gran variedad para los gustos de las personas, simbolizando a las regiones más reconocidas y

representativas de Colombia, marcando historia y generando recuerdos pues las artesanías son un detalle único y una forma de recordar eventos importantes en la vida de las personas.

El propósito principal de nuestra empresa se basa en proporcionar a nuestros clientes no solo objetos artesanales y de alta calidad, sino también piezas que cuenten historias y conecten con experiencias auténticas, a partir de un óptimo servicio y una asesoría personalizada, con la finalidad de satisfacer sus necesidades y generar recordación y fidelización, por esta razón diseñamos un catálogo donde se incluye una amplia variedad de productos, desde tejidos tradicionales y cerámica fina, hasta joyería única y decoración para el hogar. Cada pieza es una expresión de autenticidad y talento, además representa una oportunidad para llevar a casa un lindo recuerdo de nuestra cultura colombiana.

Algunos de nuestros principales productos son:









Tabla 1: Categorías, productos y precios Artesanías Lotus


CATEGORÍA	PRODUCTO	PRECIO
Tejidos Tradicionales	Mochilas Wayuu	Desde \$45.000
	Hamacas	Desde \$65.000
	Camisetas Típicas	Desde \$ 30,000
	Buzos Colombia	desde \$ 70,000
	Bolsos en palma de iraca	desde \$ 60,000
	Ruanas	Desde \$60,000
Cerámica Fina	Pocillos pintados a mano	Desde \$15.000
	Jarrones pintados a mano	Desde \$15.000
	Esculturas de barro	Desde \$18.000
Joyería Única	Collares de semillas	Desde \$55.000
	Aretes Filigrana	Desde \$25.000
Decoración para el Hogar	Tapetes cuero pelo	Desde \$350.000
	Esculturas de Madera Tallada	Desde \$95.000
<i>Souvenir</i> Guatapé	Plato Guatapé	Desde \$ 12,000
	Piedra Guatapé	Desde \$ 5,000
	Pocillos Guatapé	Desde \$15.000
Bisutería, Manillas y recuerdos	Manillas	Desde \$ 5,000
	Imanes	Desde \$ 5,000
	Llaveros	Desde \$ 5,000
	Monederos	Desde \$ 5,000
	Portallaves	Desde \$ 10,000

Consumibles	Arequipe	Desde \$ 10,000
	Café grano y molido	Desde \$25.000
	Dulces de café	Desde \$ 10,000

Fuente: Elaboración propia 2023

Tabla 2: Productos más emblemáticos

NUESTROS PRODUCTOS MAS EMBLEMATICOS		
Tejidos Tradicionales	 <p>Ruanas Buzos</p>	 <p>Mochilas wayu Bolsos en iraca</p>
Cerámica Fina	 <p>Jarrones Esculturas barro</p>	 <p>Pocillos</p>
Joyería Única	 <p>Collares de semilla</p>	 <p>Aretos Filigrana</p>
Decoración para el Hogar	 <p>Tapete de cuero</p>	 <p>Esculturas de madera tallada</p>

<p><i>Souvenir</i> Guatapé</p>	 <p>Piedra guatape Plato guatape</p>	 <p>Pocillos guatape</p>
<p>Bisutería, Manillas y Recuerdos</p>	 <p>Imanes Llaveros</p>	 <p>Monedero Portallaves</p>
<p>Consumibles</p>	 <p>Dulce Arequipe</p>	 <p>Café</p>

Fuente: Elaboración Propia 2023

En Artesanías Lotus, los precios son especiales dado que se valoran nuestros productos y la autenticidad de la región. Por otro lado, cada uno de ellos es el resultado de habilidades artesanales arraigadas de la tradición colombiana. Los precios reflejan el esfuerzo, la atención al detalle y el amor puesto en cada creación por lo cual se evidencia una relación calidad-precio excepcional al no contar con intermediarios y trabajar directamente con talentosos artesanos y productores locales, brindando alta calidad a precios asequibles.

Segmento de mercados

Artesanías Lotus pone en primer plano la importancia de nuestros clientes, reconociendo que cada uno de ellos busca productos auténticos y artesanales, además tienen necesidades y preferencias únicas. Por este motivo, es importante identificar y satisfacer las necesidades de diferentes grupos de clientes que comparten intereses, comportamientos y preferencias similares, por lo cual dividir el mercado en segmentos específicos permite ofrecer productos y experiencias personalizadas que se ajusten perfectamente a las expectativas de cada grupo. Esto facilita la selección de productos, canales de distribución y niveles de servicio para satisfacer plenamente las demandas y preferencias del mercado específico.

Nuestros clientes son principalmente turistas extranjeros y locales, con edades que abarcan desde los 18 hasta los 65 años. Quienes están llenos de experiencias, se sienten atraídos por la encantadora zona de embalses cercana a donde se encuentra ubicado el local. Su interés se centra en adquirir recuerdos y *souvenirs* que capturen la esencia vibrante de Colombia

Su aprecio y valoración hacia los productos artesanales y el trabajo hecho a mano es para ellos una prioridad. También, la autenticidad en cada producto son atributos únicos. Cada compra representa una conexión tangible con la tradición artesanal de Colombia y una forma de llevar consigo una parte de su cultura.

En el caso de *Artesanías Lotus*, nuestros clientes varían en cuanto a edades, ocupaciones, preferencias, y más. A pesar de estas diferencias, hay un punto de convergencia importante: todos ellos valoran de manera especial la autenticidad de los productos artesanales que ofrece la tienda, para ellos, no se trata solo de un objeto, sino de una pieza que representa la cultura y el trabajo hecho a mano que hay detrás de cada producto.

Canales de Comercialización

La identificación de canales de comercialización es un proceso fundamental en el ámbito del *marketing* pues permite determinar y seleccionar los canales o vías a través de las cuales una empresa distribuirá y venderá sus productos o servicios a los clientes. Esta estrategia es esencial para el éxito de un negocio, ya que los canales de comercialización adecuados pueden marcar la diferencia en términos de alcance, eficiencia y rentabilidad.

Dentro de las estrategias claves utilizadas en el marketing para promocionar y comercializar productos o servicios se encuentra la plaza, la cual involucra la elección de ubicaciones estratégicas para tiendas físicas o la accesibilidad de un sitio web para la venta en línea, donde la logística implica la gestión eficiente del transporte, almacenamiento y entrega del producto para garantizar que esté disponible cuando y donde el cliente lo necesite.

Tabla 3: Canales de comercialización por redes sociales

TIPO DE CANAL	FASES DE CANAL				
	¿Cómo se da a conocer?	¿Cómo evaluar la propuesta de valor?	¿Cómo pueden comprar?	Entregas	Postventa

PROPIO	DIRECTO	Ventas por redes sociales	A través de publicaciones regulares, historias, anuncios pagados y contenido de valor	Publicación de los productos, Respuestas rápidas y personalizadas Testimonios y reseñas de clientes satisfechos.	Por medio de mensajes, llamadas y enlaces directos	Servicio tercerizado a través de diferentes transportadoras que lleguen puerta a puerta	Excelente servicio al cliente con diferentes medios de comunicación como E-mail, WhatsApp, redes. Además, contar con devoluciones y garantías, seguimiento de envíos, programas de fidelización como ofertas y promociones.
--------	---------	---------------------------	---	--	--	---	---

Fuente: Elaboración propia 2023

Tabla 4: Canales de comercialización en tienda física

TIPO DE CANAL		FASES DE CANAL					
		¿Cómo se da a conocer?	¿Cómo evaluar la propuesta de valor?	¿Cómo pueden comprar?	Entregas	Postventa	
PROPIO	DIRECTO	Tienda física	A través de panfletos, ferias locales, una fachada llamativa, mensajes en redes sociales incentivando a la visita de la tienda física	Atención personalizada, Exhibición organizada, brindas información relevante sobre la adquisición de los productos	Transacciones en efectivo y tarjeta, también pago por QR	Entrega directa en la tienda	Descuentos por comprar superiores a \$300,000, garantías, promociones

Fuente: Elaboración propia 2023

Tabla 5: Canales de comercialización Indirecto

TIPO DE CANAL		FASES DE CANAL			
		¿Cómo se da a conocer?	¿Cómo evaluar la propuesta de valor?	¿Cómo pueden comprar?	Entregas

SOCIO	INDIRECTO	Venta en ferias y mercados locales	Publicidad anticipada en redes informando la participación de la marca, voz a voz, volantes, y sorteos	Participación en diferentes eventos, acogida de nuevos consumidores. Además, demostración en vivo del proceso de producción de algunos productos	Compra directa en el lugar de la feria, pagos por transferencia y tarjeta	Inmediata de los productos comprados en la feria	descuentos para aquellos que nos visiten en la feria, y luego quieran adquirir un producto en nuestras tiendas o redes sociales

Fuente: Elaboración Propia 2023

Diagnóstico de la presencia en redes sociales

La estadística de las empresas juega un papel importante pues con base en ellas se pueden tomar decisiones fundamentadas en datos y cifras reales, reduciendo riesgos que pueden afectar a la compañía. Por otro lado, evalúa el rendimiento del negocio de una manera objetiva, midiendo métricas clave, como visualizaciones, alcances e interacciones, donde se puede determinar cuáles son los ajustes que se pueden realizar con las recomendaciones del plan de marketing. A parte, puede revelar tendencias a lo largo del tiempo, lo cual es esencial para comprender cómo se desarrolla el negocio y así anticipar cambios en el mercado, lo que permite a la empresa prepararse y adaptarse.

Dicho lo anterior, se relaciona a continuación el estado actual de la presencia en línea de Artesanías Lotus en Instagram, con el fin de tener un primer acercamiento a su desempeño actual y así identificar mejoras que se pueden aplicar para incrementar ventas y reconocimiento. Es importante aclarar que al día del diagnóstico no hay una constante interacción y contenido de valor para la empresa en la red social Instagram.

- Visualizaciones: Durante los últimos 30 días la cuenta tuvo un alcance de 119 usuarios, es importante destacar que no se hicieron publicaciones ni historias durante este tiempo, lo cual contribuye a una baja interacción, tal como se muestra en la gráfica a continuación:



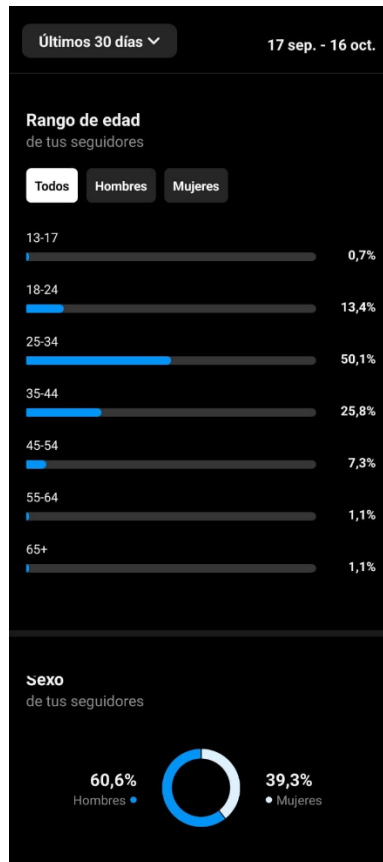
Grafica 1: Visualizaciones
Fuente: Elaboración Propia 2023

- Seguidores: Actualmente, la cuenta de Artesanías Lotus cuenta con 529 seguidores. En el último mes, se registró un ligero decrecimiento del 0.2%. Durante este período, se sumaron 2 nuevas cuentas como seguidoras, sin embargo, se observó que 3 cuentas dejaron de seguir la página.



Grafica 2: Seguidores
Fuente: Elaboración Propia 2023

- Audiencia: los usuarios son en su mayoría hombres (60.6%) y en general están entre los 18 y 34 años (63.5%), cabe destacar que esta audiencia muestra un marcado de interés por la artesanía local. Además, se identifica que la mayoría de los seguidores están ubicados en Medellín, lo que sugiere una fuerte conexión con la región y sus artesanías.



Grafica 3: Audiencia
Fuente: Elaboración Propia 2023



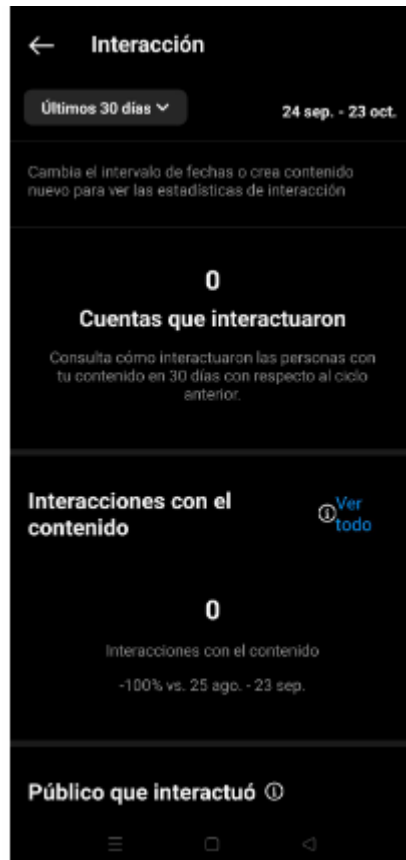
Grafica 4: Procedencia
Fuente: Elaboración Propia 2023

- Alcance e impresiones: La cuenta de Lotus en el mes de octubre de 2023 tuvo un alcance de 2 usuarios que no son seguidores de la página, no se tiene un reporte demográfico ya que Instagram no presenta el mismo si no tiene un alcance mínimo de 100 personas



Grafica 5: Alcance
Fuente: Elaboración Propia 2023

- Interacciones con el contenido: A la fecha del análisis, no se han registrado interacciones por parte de los seguidores. Esto se debe a la ausencia de publicaciones en el perfil, lo que ha resultado en una falta de contenido para que los seguidores puedan interactuar. No se ha evidenciado un interés activo por parte de los seguidores en buscar publicaciones ya existentes en el perfil de Instagram Artesanías Lotus.



Grafica 6: Interacción
Fuente: Elaboración Propia 2023

Al analizar las estadísticas de *Instagram* para Artesanías Lotus, se evidencia la necesidad de potenciar la interacción y el crecimiento de seguidores, siendo necesario determinar cuántos y cuáles son los seguidores activos que generan valor a la empresa. Los indicadores señalan áreas de oportunidad que requieren atención donde los datos recopilados servirán como base para perfeccionar la estrategia digital, con el objetivo de brindar una experiencia más enriquecedora a la comunidad, bajo ejercicios de postventa con base en información primaria como pequeñas encuestas en línea que refieran la satisfacción del cliente y su percepción frente a la empresa, donde se pueda identificar oportunidades de mejora.

Identificación de canales de comercialización digital

Una vez identificado el público objetivo y los canales de comercialización clave para Artesanías Lotus, con el propósito de impulsar el aumento de ventas, fortalecer el reconocimiento de la marca y explorar nuevas oportunidades de mercado, es esencial realizar un análisis de las fortalezas y debilidades que enfrenta la empresa en su búsqueda por alcanzar sus metas estratégicas en el ámbito digital. A continuación, se presenta la matriz FODA con enfoque en el componente digital:

Tabla 6: Análisis FODA con enfoque en componente digital.

MATRIZ FODA		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
EXTERNAS / INTERNAS	<ul style="list-style-type: none"> - Amplia línea de productos como accesorios, joyería o decoración del hogar. - Respuesta oportuna y personalizada. - Aliados estratégicos para la obtención de mercancía y para el transporte de la misma. - Servicio posventa, con atención personalizada y enfocado en la satisfacción del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Poca inversión en publicidad digital, para aumentar la presencia en línea. - Ausencia de estrategias efectivas de marketing digital. - Falta de un equipo de marketing que oriente al buen manejo de publicidad. - El aumento de la competencia en el mercado de las artesanías puede hacer que sea más difícil destacar y competir efectivamente.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS OFENSIVAS - F+O	ESTRATEGIAS DE REORIENTACIÓN - D+V
<ul style="list-style-type: none"> - Aumento en la población joven o turistas que buscan productos auténticos y únicos. - Ubicación estratégica al ser zona turística o región con un patrimonio cultural rico. - Creciente conciencia ambiental y social puede impulsar la demanda de artesanías sostenibles y éticas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Diferenciación de productos frente a los competidores - Aumentar ventas en el mercado local y regional 	<ul style="list-style-type: none"> - Colaboraciones y alianzas estratégicas con <i>influencers</i> o marcas afines en la red social de Instagram - Mejorar la visibilidad de Instagram con un contenido más orgánico que atraiga la atención del público
AMENAZAS	ESTRATEGIAS DEFENSIVAS - F+A	ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA - D+A
<ul style="list-style-type: none"> - Tasa de cambio fluctuante - Bajos niveles de inversión en marketing en línea. - Cambio en las preferencias del consumidor, afectando la demanda de productos existentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Innovar en diseño de nuevos productos para adaptarse a los cambios y preferencias del consumidor. - Incrementar la base de proveedores para aumentar el poder de negociación de Artesanías Lotus. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ampliar la presencia en línea con el fin de llegar a un público más amplio y aumentar ventas. - Crear alianzas estratégicas con guías turísticos.

- Problemas de suministros de los productos, influyendo en la capacidad de mantener productos y satisfacción de la demanda.		
---	--	--

Fuente: Elaboración Propia 2023

Artesanías Lotus se encuentra en una encrucijada de oportunidades y desafíos. Por un lado, se evidencia una serie de debilidades que requieren atención inmediata. La inversión en publicidad digital es limitada, lo que afecta la visibilidad en línea y la capacidad de llegar a un público más amplio. Además, la falta de actualizaciones regulares en Instagram y una baja interacción con la audiencia han llevado a una presencia digital menos efectiva. La ausencia de estrategias de marketing digital bien definidas también se presenta como un desafío que debe superarse.

Por otro lado, el negocio cuenta con una serie de fortalezas que pueden ser potencialmente aprovechadas. Al contar con una amplia línea de productos como accesorios, joyería o decoración del hogar, se hace posible llegar al gusto de más personas lo cual se puede ver directamente proporcional en las ventas. Además, la oferta de productos hechos a mano y la atención al cliente posventa reflejan un compromiso genuino con la calidad y la satisfacción del cliente, pues al contar con aliados estratégicos que brinden valor adicional a Artesanías Lotus puede generar diferencia en el mercado.

Al analizar las oportunidades disponibles, se identifica un potencial de crecimiento significativo. La ubicación estratégica en Medellín conecta con una audiencia local que tiene un gusto por las artesanías, lo que ofrece una ventaja competitiva, además de contar con el aumento de la población de turistas y jóvenes buscando productos de alta calidad y que además sean únicos. La producción de videos de alta calidad que ilustren el proceso de elaboración de los productos no solo puede fomentar la confianza, sino también atraer a una nueva audiencia de clientes potenciales.

Además, la optimización de la visibilidad en Instagram a través de contenido auténtico y la formación de colaboraciones estratégicas con influencers o marcas afines en la plataforma proporciona la oportunidad de ampliar la presencia en línea y aumentar la visibilidad de la marca.

Por otra parte, no se pueden pasar por alto las amenazas. Los cambios en las preferencias del consumidor y posibles problemas de suministros de productos también representan riesgos que deben ser gestionados para no correr el riesgo de quedarse atrás en un mercado que está en constante evolución. Adicionalmente, al ser una zona turística, el fluctuante cambio de la tasa de cambio puede afectar en cierta medida las ventas, sin dejar de lado que, por las diversas situaciones económicas actuales debido a guerras y enfrentamientos entre algunos países aliados para Colombia, pueden ocasionar problemas en la cadena de abastecimiento, afectando la capacidad de atender la demanda.

Es importante reconocer que en el mercado de artesanías la competencia es una realidad constante, influida por diversas fuerzas que determinan la rentabilidad y sostenibilidad de los negocios. La amenaza de nuevos competidores puede aumentar en momentos de tendencias crecientes o cambios en la demanda, generando variaciones en los recursos y las ventas, por lo cual, contar con relaciones comerciales sólidas y diversas fuentes de abastecimiento hacen parte de una estrategia competitiva, donde la disponibilidad y los precios pueden impactar significativamente los costos de producción haciendo del poder de negociación de los proveedores un aspecto relevante a la hora de tomar decisiones.

En el contexto del análisis de la competencia, es crucial profundizar en las cinco fuerzas de Porter para obtener una visión más detallada de la dinámica competitiva en el mercado de artesanías. La diferenciación de productos y la lealtad de los clientes juegan un papel fundamental para mitigar esta presión competitiva. Además, la capacidad de la compañía para llegar a canales de distribución efectivos puede ser determinante para alcanzar un público más amplio.

La amenaza de productos sustitutos y el poder de negociación de los compradores puede surgir de materiales similares que ofrecen alternativas atractivas. Los proveedores tienen el poder de influir en los precios y la disponibilidad de productos clave. Además, la rivalidad entre las tiendas de artesanías puede intensificarse en momentos de alta demanda o cuando se introducen nuevos productos al mercado.

Por último, es importante reconocer que el poder de negociación de los compradores es significativo, especialmente cuando hay múltiples opciones de proveedores pues tienen la posibilidad de elección entre una amplia gama de opciones, considerando no solo el precio, sino también la autenticidad, la calidad percibida y la conexión emocional factores que influyen significativamente en la decisión de compra. En este contexto, las fuerzas de competencia están siempre en juego, donde influye en cómo los proveedores suministran y cómo los compradores eligen.

PLAN DE PROMOCIÓN DE VENTAS

Un plan de promoción define las estrategias y tácticas que se utilizarán para posicionar un producto o servicio. Según Kotler y Kartajaya, “el marketing 5.0 combina la tecnología con la experiencia humana para crear una experiencia de cliente significativa”. Por ello, un plan de promoción debe estar alineado con los objetivos de la empresa y los canales adecuados para llegar al público objetivo, además de una correcta combinación entre la tecnología y el servicio al cliente con el fin de estar alineados al progreso.

En este caso, el plan se centrará en la red social de Instagram donde se puede abordar varios aspectos de la promoción, como la publicidad, las relaciones públicas, las ventas, los impulsos y el *marketing* en línea, con el objetivo de tener más reconocimiento de la marca, aumentar las ventas y visualización de la empresa.

Una de las estrategias de este plan de promoción es la creación de contenido orgánico que busca conectar con los clientes y atraer nuevo público creando experiencias significativas. Este contenido mostrará información de interés usando un enfoque de *storytelling* sobre cultura y tradiciones colombianas, además de enseñar cuáles son los productos que maneja Artesanías Lotus a través de mensajes claves que definan la forma de llegar a la audiencia, donde se un contenido visualmente atractivo.

Para llevar a cabo la creación de contenido orgánico se tiene en cuenta tácticas de herramientas de diseño y una persona que tenga conocimiento de este, adicional fotografías y videos en alta calidad que permita crear un contenido visual de valor y persuasivo para lograr la aceptación por parte del público objetivo, además haciendo un buen uso de los hashtags fomentando una activa participación de la audiencia.

Artesanías Lotus tiene la tarea de crear historias y reels con contenido interactivo y efímero, crear historias destacadas, organizar y resaltar, no solo exhibirán productos y procesos creativos, sino que también contarán historias más extensas sobre la linda cultura colombiana que inspira cada obra. La meta es organizar y resaltar estratégicamente este contenido, creando una experiencia visual cohesiva que refleje la autenticidad y belleza de las artesanías de Artesanías Lotus.

DISEÑO DE INDICADORES DE GESTION

Los indicadores de gestión, son medidas cuantificables que se utilizan para evaluar el rendimiento y el éxito de una organización, un equipo, un proyecto o un proceso en relación con sus objetivos y metas estratégicas. Estos indicadores brindan información clave para la toma de decisiones y la mejora continua.

Con el fin de cumplir la estrategia del plan de promoción, se busca definir métricas clave para evaluar el éxito de la misma y realizar ajustes según sea necesario, y así reconocer el impacto obtenido en un periodo de tiempo determinado.

Tabla 7: Indicadores para Artesanías Lotus.

Nombre del área		Ventas	
OKR Y KPI			
OBJETIVO	RESULTADOS CLAVE	INDICADORES	PROCENTAJE DE AVANCE
Crear contenido orgánico en instagram con el fin de captar nuevos seguidores	Aumentar el alcance de las publicaciones.	Número de clientes/ Tamaño del mercado objetivo.	0%
	Conseguir un 20% más de seguidores.	Seguidores inicio del periodo - seguidores final del periodo	0%
	verificar semanalmente el alcance de las publicaciones	Personas alcanzadas y numero de interacciones en una semana	0%
	Identificar el tiempo que dedican el área de ventas a la construcción de contenidos en un día.	Tiempo para contenidos / total de la jornada x100	0%
Aumentar la visibilidad y el posicionamiento de la tienda de Artesanías Lotus en Instagram	Segmentar anuncios para el oriente antioqueño, y captar clientes locales	Personas alcanzadas en el periodo de tiempo del anuncio de la región	0%
	Determinar el promedio de <i>likes</i> en las publicaciones.	Numero de likes / total de las publicaciones	0%
	Aumentar la visibilidad de los productos en Instagram.	Numero de impresiones de productos/ número de seguidores	0%
	Obtener participación activa de los seguidores tanto en historias como en el <i>feed</i> .	Número total de interacciones (respuestas, deslizamientos, clics) en las historias en comparación con el número total de vistas.	0%

Crear alianzas estratégicas con <i>influencers</i> o marcas afines en Instagram	Obtener clientes nuevos en un 20%	Porcentaje de clientes originados en marketing (PCOM) (Londño, 2023)	0%
	Número de clics desde las publicaciones de <i>influencers</i> a la tienda en línea.	Numero de <i>Clics</i> a la tienda en línea	0%
	Obtener <i>feedback</i> de los consumidores para reconocer que está bien o que se puede mejorar.	Porcentaje de respuestas recibidas en comparación con el total de solicitudes de <i>feedback</i> enviadas	0%
	Captar nuevos consumidores a través de formularios, suscripciones o registros en el sitio web.	Porcentaje de visitantes del sitio web que completan y envían un formulario de registro.	0%
Aumentar las ventas a través de Instagram en un 20% en los próximos seis meses.	Fomentar la participación de los usuarios mediante contenido interactivo	Participación en encuestas y preguntas. Tráfico de Instagram al sitio web.	0%

Fuente: Elaboración propia 2023

En la tabla anterior, se puede identificar como se proponen indicadores de gestión, después de haber definido los principales aspectos a mejorar para *Artesanías Lotus*. Los objetivos y resultados claves están diseñados para ampliar el alcance a través de un contenido orgánico que busca mejorar el posicionamiento y aumentar las ventas en línea. Además, se definen indicadores que proporcionan información precisa para orientar los objetivos que la empresa busca implementar.

Adicionalmente, con el propósito de implementar eficazmente el plan de marketing, se ha elaborado un diagrama de Gantt que detalla las actividades planificadas, sus responsables asignados y, en caso necesario, los presupuestos asociados. Este enfoque permite una visualización clara de la ejecución de las actividades a lo largo del tiempo, brindando una guía estructurada para garantizar el cumplimiento de cada tarea de manera eficiente.

Tabla 8: Diagrama de actividades.

	Año 2024											Responsable	Presupuesto
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic		
Crear contenido orgánico en instagram.	■		■		■		■		■	■	■	Administrador - Asesor de ventas	\$ 200.000
Aumentar el alcance de las publicaciones.		■		■		■		■		■		Asesor de ventas	\$
Conseguir un 20% más de seguidores.			■				■				■	Asesor de ventas	\$
Verificar el alcance de las publicaciones,		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Administrador	\$
Identificar el tiempo del área de ventas dedicado a la construcción de contenidos.	■		■		■		■		■	■	■	Administrador	\$
Aumentar la visibilidad y el posicionamiento de la tienda en Instagram.		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Administrador	\$
Segmentar anuncios para el oriente antioqueño, y captar clientes locales.	■			■			■			■	■	Asesor de ventas	\$ 100.000
Determinar el promedio de likes en las publicaciones.		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Asesor de ventas	\$
Aumentar la visibilidad de los productos en Instagram.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Asesor de ventas	\$ 250.000
Obtener participación activa de los seguidores tanto en historias como en el feed.		■		■		■		■		■	■	Administrador	\$
Crear alianzas estratégicas con influencers o marcas afines en Instagram.			■				■				■	Administrador	\$ 500.000
Obtener clientes nuevos en un 20%		■			■			■			■	Asesor de ventas	\$ 250.000
Número de clics desde las publicaciones de influencers a la tienda en línea.			■				■				■	Asesor de ventas	\$

Obtener feedback de los consumidores para identificar mejoras.											Asesor de ventas	\$
Captar nuevos consumidores a través de formularios, suscripciones o registros en el sitio web.											Asesor de ventas	\$ 150.000

Fuente: Elaboración propia 2023

CONCLUSIONES

El proyecto de *marketing digital* para Artesanías Lotus surgió de la necesidad de diseñar una estrategia efectiva de promoción y ventas para la empresa. Después de analizar los resultados obtenidos y la información recopilada se obtienen las siguientes conclusiones:

- En la actualidad, Artesanías Lotus enfrenta un desafío en cuanto a su presencia en redes sociales. Se limita a un perfil en Instagram, pero la falta de consistencia y contenido atractivo afecta su capacidad para conectarse con los clientes, las publicaciones con contenido orgánico se vuelven una prioridad para mantener un crecimiento constante
- La empresa se centra en mostrar los productos sin resaltar los beneficios para el usuario, lo que resulta en dificultades para atraer a la audiencia objetivo. Es importante construir narrativas, incorporando reels e historias sobre la creación de los productos, impacto de las artesanías en la región y las experiencias de los clientes para crear conexiones significativas
- A pesar de contar con un número valioso de seguidores, resulta complicado identificar cuáles están activos y cuáles solo proporcionan asistencia ocasional. Esta situación dificulta el análisis

de mercado, es por esto que tener estrategias en la segmentación es crucial para fomentar una participación más activa.

- Con base a la revisión del *marketing mix*, el análisis de redes sociales y el diseño de indicadores en este trabajo se ha evidenciado que una estrategia enfocada en la creación de contenido valioso para el público objetivo es esencial para lograr un mayor alcance y participación en las redes sociales. Además, se confirma la importancia de mantener una presencia activa y regular en estas plataformas, así como la exploración y aprovechamiento de nuevas redes sociales pertinentes para la empresa, historias de artesanos locales, clientes y testimonios.
- La falta de interacción activa de la audiencia con el contenido de Artesanías Lotus señala la necesidad de desarrollar estrategias específicas de engagement. Estas podrían incluir la implementación de encuestas, preguntas abiertas, y llamadas a la acción para fomentar la participación activa de los seguidores y construir una comunidad más comprometida.

REFERENCIAS

- Cámara colombiana de Comercio Electrónico. (13 de febrero de 2023). *Cámara colombiana de Comercio Electrónico*. Obtenido de INFORME DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN 2022 Y PERSPECTIVAS 2023: https://www.ccce.org.co/gestion_gremial/informe-del-comercio-electronico-en-2022-y-perspectivas-2023/
- GAMMARDELLA, L. (19 de agosto de 2023). *La republica*. Obtenido de La importancia de las plataformas digitales: <https://www.larepublica.co/especiales/redes-la-nueva-vitrina/la-importancia-de-las-plataformas-digitales-3683475>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (02 de agosto de 2023). *Noticia de turismo*.

Obtenido de El sector turismo cierra el primer semestre de 2023 con indicador de visitantes no residentes al alza:

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/primer-semester-2023-visitante-no-residentes->

[alza#:~:text=Junio%202023%2C%20el%20m%C3%A1s%20exitoso&text=Esta%20cifra%20representa%20un%20aumento,cuando%20se%20reportaron%20342.166%20visitantes.](https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/primer-semester-2023-visitante-no-residentes-alza#:~:text=Junio%202023%2C%20el%20m%C3%A1s%20exitoso&text=Esta%20cifra%20representa%20un%20aumento,cuando%20se%20reportaron%20342.166%20visitantes.)

Portafolio. (05 de diciembre de 2019). Obtenido de Artesanías colombianas, negocio que mueve 3 millones de dólares al año: <https://www.portafolio.co/negocios/artesantias-colombianas-negocio-que-mueve-3-millones-de-dolares-al-ano-536244>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing*. Pearson Education.

Cámara de Comercio de Bogotá. (2021). Sectores económicos. Recuperado de

<https://www.ccb.org.co/Negocios-y-empresas/Sectores-econom%C3%ADcos>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.

Peña, R. (2018). *Marketing digital*. ESIC Editorial.

Villarroel, R. (2019). *Estrategias de marketing*. Pearson Education.

Digesit. (30 de junio de 2021). *Digesit, pensamiento en digital*. Obtenido de

<https://digesit.com/como-influyen-las-redes-sociales-en-el-marketing-digital>

Bordón, L. E. (30 de julio de 2012). ABC. Obtenido de La artesanía en Colombia:

<https://www.abc.com.py/edicion-impres/suplementos/escolar/la-artesania-en-colombia-432389.html>

Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad. Ediciones de la U, 2021.

Hotmart Blog. (10 de mayo de 2022). Obtenido de 9 soluciones para problemas de marketing recurrentes en los negocios: <https://hotmart.com/es/blog/problemas-de-marketing>

Instituto Europeo de Posgrado. (01 de octubre de 2018). Obtenido de Marketing Mix: concepto, las 4P's y cómo aplicarlo: <https://iep.edu.es/marketing-mix-concepto-aplicacion/>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (MINCIT). (30 de julio de 2021).

Obtenido de Seis regiones turísticas, la apuesta de Colombia para atraer viajeros internacionales: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/seis-regiones-turisticas-para-atraer-viajeros>

We are Marketing. (10 de agosto de 2022). Obtenido de Plan de marketing digital: cómo hacer una estructura paso a paso: <https://www.wearemarketing.com/es/blog/paso-a-paso-estructura-de-un-plan-de-marketing-digital.html>