

Impulsando a través del marketing digital una empresa local

Patricia Ramírez Márquez

Universidad Autónoma del Estado de México

pramirez006@alumno.uaemex.mx

ORCID: 0009-0008-7418-8997

Laura Cecilia Méndez Guevara

Universidad Autónoma del Estado de México

ORCID: 0000-0002-4190-7157

lcmendezg@uaemex.mx

RESUMEN

El presente proyecto se enfoca en una unidad de negocio que requiere de incursionar en internet, lo cual permitirá ofrecer además de sus productos algunos servicios adicionales para fiestas infantiles y reuniones sociales. Se describen las estrategias de marketing digital desarrolladas, incluyendo la creación de redes sociales, una tienda virtual *e-commerce* con la creación de un sitio web en la plataforma denominada *Tienda Nube*, y la creación de productos publicitarios digitales. También se detalla el diseño del logotipo y el eslogan que permitirá que algunos de sus clientes potenciales los encuentren en Internet a través de sus redes sociales. En un informe final se anexa la estructura organizacional con descripciones de puestos para el equipo. Se anexa un análisis y experiencias sobre el desarrollo del proyecto y la satisfacción del cliente. Realizar un proyecto en el cual se pueda abordar un modelo de negocios basado en el Marketing digital permite llevar a esta pequeña empresa a un mayor éxito comercial.

Palabras clave: Estrategias Digitales, Marketing Digital, Redes Sociales.

Boosting a local business through digital marketing

ABSTRACT

The present project focuses on a business unit that requires entering the internet, which will allow it to offer not only its products but also some additional services for children's parties and social gatherings. The developed digital marketing strategies are described, including the creation of social media, a virtual e-commerce store with the creation of a website on the platform called *Tienda Nube*, and the creation of digital advertising products. The design of the logo and the slogan is also detailed, which will allow some of its potential customers to find them on the Internet through their social networks. A final report includes the organizational structure with job descriptions for the team. An analysis and experiences regarding the

development of the project and customer satisfaction are attached. Carrying out a project that can address a business model based on digital marketing allows this small company to reach a greater commercial success.

Keywords: Digital Strategies, Digital Marketing, Social Media.

INTRODUCCIÓN

En el panorama competitivo actual, la incursión en el mundo digital ya no es una opción, sino una necesidad imperante para los negocios locales que buscan no solo sobrevivir, sino prosperar. El presente proyecto surge de esta premisa, centrándose en el caso de una dulcería, que es un negocio con un sólido arraigo en la comunidad que requería una transformación digital para expandir su alcance y optimizar su operación. La falta de una presencia en línea efectiva limitaba su potencial de crecimiento, restringiendo la interacción con clientes a un formato puramente físico e impidiendo la exploración de nuevas oportunidades de negocio, como la oferta de servicios para eventos y reuniones sociales.

Para abordar esta problemática, un equipo de especialistas en desarrollo de software y marketing digital diseñó una estrategia integral que va más allá de la simple creación de una página web. El plan de acción incluyó la implementación de un ecosistema digital completo, comenzando con el diseño de una identidad visual renovada, con un logotipo y un eslogan distintivos.

Se desarrollaron perfiles en plataformas de redes sociales para fomentar la interacción directa con la audiencia y se estableció una tienda virtual robusta a través de la plataforma Tienda Nube, permitiendo a la dulcería ofrecer sus productos y servicios a un público mucho más amplio.

La estrategia general se basó en crear los componentes de Marketing Digital y comunicarlo siguiendo el modelo de comunicación web (Kutchera, García & Fernández 2021, p. 264) un enfoque integral que abordó la presencia en línea desde múltiples frentes, asegurando una visibilidad y un alcance óptimos. Las acciones clave incluyeron:

Finalmente, la creación de material publicitario digital aseguró que la marca fuera visible y atractiva para nuevos clientes potenciales en los canales en línea.

El éxito de este proyecto no se limitó a la simple implementación de herramientas; una parte fundamental del proceso fue la evaluación continua del impacto generado. A lo largo y al final de la ejecución, se llevaron a cabo análisis detallados para medir el alcance, la interacción del público y la satisfacción del cliente.

Para Tunaroz y Rojas (2016) como se citó en Castro y Carpio (2023): A medida que la tecnología y el acceso a Internet han avanzado, el marketing digital se ha vuelto cada vez más importante para las

empresas en la era digital, es por ello que genera una ventaja competitiva ante otras organizaciones; de igual manera si se hace referencia a las pequeñas y medianas empresas (pymes), integrando a las comunicaciones integradas del marketing, las cuales buscan brindar información efectiva, mediante un canal bidireccional, en el cual se recopilen datos relevantes y significativos del mercado, favoreciendo las relaciones y vínculos entre los clientes y la marca.

Al hacer una comparación con las referencias bibliográficas de hace algunos lustros, podemos identificar que Kendall y Kendall (2011), sólo consideraba tres tipos de roles en el proyecto de sistemas:

- Agente de cambio.
- Consultor de sistemas.
- Personal de apoyo.

Lo anterior, permite identificar que actualmente se han diversificado los roles del equipo de sistemas inclusive algunos son nuevos oficios, en especial los desarrollados para especializarse en Marketing Digital, a partir de ello se hará la nueva imagen y propuesta.

METODOLOGÍA

La metodología de Senn (1992), representa un enfoque del ciclo de vida clásico del desarrollo de sistemas, proporciona un marco estructurado para guiar el proyecto desde su concepción hasta su implementación. Detalla una serie de actividades que se alinean perfectamente con cada una de las seis fases de este modelo.

1. Investigación Preliminar y Determinación de Requerimientos. Esta fase se centra en la identificación del problema y la definición de las necesidades del sistema. La primera etapa de tu proyecto, Recepción del cliente y análisis de requerimientos, corresponde directamente a esta fase. Incluye la recopilación de información y la definición de las necesidades de la empresa para la implementación de estrategias de marketing digital. La entrevista estructurada con la alta gerencia es el método principal utilizado para determinar estos requerimientos. La recopilación de información se realizó a través de una entrevista estructurada hacia la alta gerencia de la empresa, misma que dio total apertura para el desarrollo de la propuesta. Acorde a Kendall y Kendall (2005, p.89) es una conversación dirigida con un propósito específico que utiliza un formato de preguntas y respuestas.

2. Diseño del Sistema. En esta etapa se formula el diseño lógico del nuevo sistema, basándose en los requerimientos recopilados. Se detallan las actividades de diseño que se realizaron, como la creación de una identidad visual renovada, con un logotipo y un eslogan distintivos.

3. Desarrollo del Software. Esta fase abarca la creación y construcción de los componentes del sistema. Las acciones clave incluyeron la creación de perfiles en redes sociales como Facebook e Instagram, la

implementación del e-commerce, y el desarrollo de material publicitario digital. También esta etapa incluye la creación de un canal de YouTube para la difusión de videos.

4. Prueba del Sistema. El objetivo de esta fase es verificar que el sistema funcione correctamente y cumpla con los requerimientos. Incluye el análisis de resultados y satisfacción del cliente. Se revisaron los resultados del proyecto para verificar que los objetivos se hubieran cumplido, demostrando que la estrategia digital tuvo un impacto positivo significativo en la empresa local.

5. Implantación y Evaluación. En esta fase final, el sistema se pone en marcha y se evalúa su éxito a largo plazo. El informe final entregado a la alta gerencia, que incluye un análisis del desarrollo del proyecto y una evaluación de la satisfacción del cliente, representa esta fase.

Alcance de la Investigación

El alcance del proyecto se enfoca a un caso específico de un negocio local, la dulcería "El Chanfle", que buscaba una transformación digital. La investigación se limita a la implementación de una estrategia de marketing digital integral para este negocio en particular.

Los objetivos principales son:

- **Expandir el alcance** del negocio y optimizar su operación a través de una presencia en línea efectiva.
- **Diseñar y crear** un ecosistema digital completo, incluyendo una identidad visual, perfiles en redes sociales (Facebook e Instagram), una tienda virtual (e-commerce) en la plataforma Tienda Nube, y material publicitario digital.
- **Evaluar el impacto** de las estrategias implementadas, midiendo el alcance, la interacción del público y la satisfacción del cliente.

Por lo anterior, el alcance de la investigación no busca generar hallazgos generalizables a todos los negocios, sino que se centra en demostrar la viabilidad de una estrategia de marketing digital para un negocio local en particular.

Diseño de la Investigación

La investigación utiliza un enfoque metodológico que se puede describir como un estudio de caso en una pequeña unidad económica con un diseño práctico y aplicativo. La metodología se centra en un proceso estructurado para llevar a cabo el proyecto. Los pasos seguidos son:

- **Recepción del cliente y análisis de requerimientos:** Se recopiló información y se definieron las necesidades de la dulcería.
- **Organización del equipo de trabajo y planeación de actividades:** Se asignaron roles específicos y se creó un plan de trabajo.

- Ejecución del proyecto: Se llevaron a cabo las tareas planificadas, como la creación de las plataformas digitales y el material publicitario.
- Análisis de resultados y satisfacción del cliente: Se revisaron los resultados para verificar el cumplimiento de los objetivos.

El diseño también incorpora elementos del Diseño Centrado en el Usuario (DCU), una estrategia que prioriza las necesidades y deseos del usuario final en cada fase del proyecto. Esto se evidencia en la primera fase de análisis de requerimientos, donde se identificaron las necesidades de los clientes del negocio y en la evaluación final de la satisfacción del cliente para validar el éxito de las soluciones implementadas.

La recopilación de información se realizó a través de una entrevista estructurada dirigida a la alta gerencia de la empresa.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos demostraron un impacto positivo significativo en la empresa local, traducéndose en un notable aumento de la visibilidad, una mejora en el posicionamiento de la marca y la apertura de nuevos canales de venta que han impulsado el crecimiento del negocio. Este proyecto es un claro ejemplo de cómo una estrategia digital bien planificada puede revitalizar y asegurar la viabilidad de un negocio local en la economía moderna.

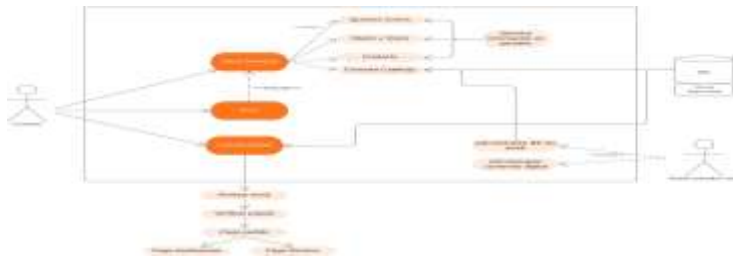
El desarrollo del proyecto de marketing digital para la dulcería "El Chanfle" demostró el impacto positivo que una estrategia digital integral puede tener en un negocio local. Los resultados obtenidos no solo cumplieron con los objetivos iniciales, sino que también generaron un valor añadido significativo para la empresa.

Complementariamente, se utilizó el Diseño Centrado en el Usuario (DCU) como Estrategia de Innovación Digital, que es una filosofía y un proceso de desarrollo de productos que sitúa a las necesidades, deseos y limitaciones del usuario final en el centro de cada fase del proyecto. El DCU consiste en una filosofía y un proceso de desarrollo de productos que sitúa a las necesidades, deseos y limitaciones del usuario final en el centro de cada fase del proyecto (Franco, 2015). A diferencia de las metodologías tradicionales que se enfocan en las funcionalidades técnicas o en los objetivos de negocio, el DCU prioriza la experiencia del cliente para crear soluciones que no solo sean útiles, sino también intuitivas, eficientes y agradables de usar. En el contexto del proyecto de la dulcería "El Chanfle", esta estrategia fue la base para asegurar que las soluciones digitales implementadas realmente resolvieran los desafíos del negocio y mejoraran la interacción con sus clientes.

A diferencia de las metodologías tradicionales que se enfocan en las funcionalidades técnicas o en los objetivos de negocio, el DCU prioriza la experiencia del cliente para crear soluciones que no sólo sean útiles, sino también intuitivas, eficientes y agradables de usar. En el contexto del proyecto de la dulcería "El Chanfle", esta estrategia fue la base para asegurar que las soluciones digitales implementadas realmente resolvieran los desafíos del negocio y mejoraran la interacción con sus clientes.

Figura 1

Diagrama de casos de uso UML dulcería "El Chanfle".



Aplicar la metodología definida por el equipo de trabajo, permitió obtener los siguientes artefactos:

Creación de plataformas digitales: Se estableció una sólida presencia en redes sociales, con la creación de perfiles profesionales en Facebook e Instagram, permitiendo una comunicación más directa con los clientes y un canal para la difusión de productos y promociones.

Implementación de e-commerce: Se diseñó y puso en marcha una tienda virtual en la plataforma Tienda Nube, lo que facilitó un nuevo canal de ventas y optimizó el proceso de compra para los clientes.

Identidad de marca mejorada: Se creó un logotipo y un eslogan ("Mantente dentro del mundo digital") que proporcionaron a la dulcería una identidad visual moderna y coherente, fortaleciendo su reconocimiento en línea.

Desarrollo de material publicitario: Se produjeron anuncios publicitarios digitales para promocionar los productos y servicios de la dulcería, captando la atención de nuevos clientes.

Satisfacción del cliente: El análisis final del proyecto concluyó con la completa satisfacción del cliente, quien validó que los resultados generados cumplieron y superaron las expectativas.

Figura 2

Slogan digital dulcería "El Chanfle".



La aplicación de la metodología de trabajo permitió una gestión organizada y eficiente del proyecto. Se estructuró el equipo de trabajo con roles definidos como: Director de Proyecto, Community Manager, Creativo y Diseñador Gráfico; fue fundamental para la correcta ejecución de cada fase, desde el análisis de requerimientos hasta el análisis final de resultados.

El proyecto no solo se limitó a la implementación de herramientas digitales, sino que también permitió la evaluación del impacto positivo que generó en la empresa. El análisis de resultados confirmó que la incursión en el mundo digital puede transformar significativamente la viabilidad y el crecimiento de un negocio local. La experiencia adquirida en el desarrollo del proyecto, el trabajo en equipo y el análisis de la satisfacción del cliente son aspectos clave que contribuyeron al éxito de esta iniciativa, sirviendo como una valiosa referencia para futuros proyectos.

Figura 3

Muestra la documentación del caso de uso principal para la creación de la página web.

Página Web para la dulcería "El Chanfle"	
Actores	Usuario Administrador de sitio
Tipo	Básico
Propósito	El usuario entra a la página para poder conocer acerca de la historia de la dulcería "El Chanfle", conocer los productos que ofrecen y realizar su pedido.
Resumen	Es caso es iniciado por el usuario, al entrar a la página y así pueda seleccionar alguna opción
Precondiciones	Se requiere entrar al link de la pagina
Flujo Principal	Se debe entrar al menú principal para seleccionar cualquier modulo en el menú despegable
Excepciones	Es necesario ver el contenido del inicio

La ejecución del proyecto, detallada en el documento, es el resultado directo de este enfoque. La creación de perfiles en Facebook e Instagram no fue una acción aleatoria, sino una respuesta a la necesidad de los usuarios de interactuar con la marca en plataformas que ya utilizan a diario. De igual manera, la tienda virtual en Tienda Nube se implementó para ofrecer un proceso de compra fácil y accesible, respondiendo a la necesidad de los clientes de poder adquirir los productos desde la comodidad de sus hogares. El desarrollo del logotipo y el eslogan también formó parte de esta estrategia, pues se buscaba crear una identidad de marca que fuera memorable y resonara con el público objetivo.

Figura 4

Muestra la creación de la página web en la red social Facebook.



El análisis de resultados y satisfacción del cliente es la culminación del proceso de DCU. Este paso es crucial para validar que las soluciones implementadas funcionaron como se esperaba y generaron un impacto positivo real. Al evaluar la satisfacción del cliente, el equipo del proyecto pudo confirmar que las herramientas digitales creadas no solo eran funcionales, sino que también mejoraron la experiencia general de los usuarios con la dulcería. En resumen, el proyecto de la dulcería "El Chanfle" es un claro ejemplo de cómo el DCU, al poner a las personas en primer lugar, se convierte en la clave para lograr resultados exitosos y sostenibles en el entorno digital.

Figura 5

Muestra la creación del primer flyer publicitario.



En este *flyer* se da a conocer cada uno de los productos populares que vende la dulcería El Chanfle con su precio. Se utilizaron colores llamativos e imágenes alusivas al producto para la máxima atención del cliente que queremos captar, adoptando la estrategia visual que atrae al cliente.

Creación de Ecosistema en Redes Sociales: Se diseñaron y activaron perfiles profesionales en plataformas clave como Facebook e Instagram. El contenido se adaptó para reflejar la identidad de la marca, interactuar con la audiencia y promocionar productos y servicios de manera atractiva.

Desarrollo de e-commerce: Se seleccionó la plataforma Tienda Nube para la creación de una tienda virtual. Esta plataforma permitió una implementación rápida y un manejo intuitivo del catálogo de productos, facilitando la experiencia de compra en línea para los clientes.

Tienda Nube: Tienda Nube es una plataforma de comercio electrónico que te permite crear y gestionar tu propia tienda online de forma fácil y sin necesidad de conocimientos técnicos.

Figura 6

Muestra la interfaz nuestros productos de lo que se maneja en la plataforma Tienda Nube.

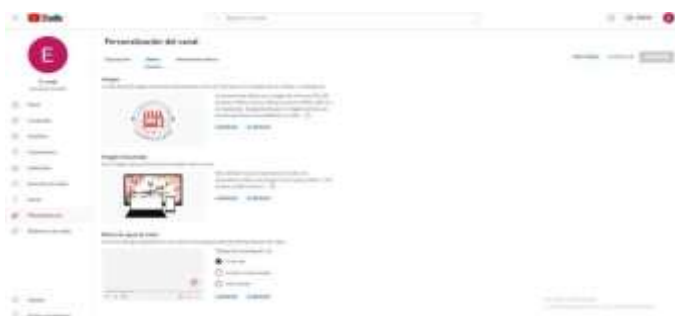


Se adjunta el link de Tienda nube Link: <https://elchanfledulceria.mitiendanube.com>, donde se puede ingresar y visualizar la creación de esta tienda,

Creación de Identidad Visual y Material Publicitario: Se diseñó un nuevo logotipo y un eslogan distintivo que refleja la visión de la dulcería en el mundo digital. Este diseño fue la base para la creación de productos publicitarios digitales que se difundieron en las redes sociales y otros canales.

Figura 7

Muestra la Creación del canal Youtube “El Chanfle” Dulcería.



El anuncio publicitario fue alojado en el canal de YouTube empresarial de “El Chanfle” para darle difusión y nos ayude a obtener clientes en un futuro. YouTube es una herramienta poderosa para las empresas de todos los tamaños. Donde se puede llegar a una audiencia más amplia, conectarse con los clientes potenciales y generar resultados.

Enlace del video “El ChanfleDulcería Anuncio Publicitario”

<https://www.youtube.com/watch?v=los1mRqbh-Q>

El informe final que se entregó a la alta gerencia de la empresa local incluye un análisis detallado del desarrollo del proyecto y una evaluación de la satisfacción del cliente. La principal conclusión es que las estrategias implementadas generaron un impacto positivo significativo en el negocio. Los indicadores de desempeño clave, como el aumento de seguidores en redes sociales, el tráfico en la tienda virtual y positiva la retroalimentación de los clientes, confirmaron que el proyecto logró sus objetivos. La experiencia del equipo de trabajo y los resultados obtenidos validan la eficacia de la metodología utilizada y demuestran cómo la tecnología y el marketing digital son herramientas esenciales para el crecimiento y la sostenibilidad de un negocio local.

En dicho informe ejecutivo lo que más le agradó a la alta gerencia fue la estructura organizacional del equipo en la ejecución del proyecto fue posible gracias a una estructura organizativa clara y eficiente, que permitió

una coordinación fluida y la asignación precisa de responsabilidades. El equipo estuvo compuesto por especialistas con roles específicos:

- **Director de Proyecto:** Encargado de la supervisión general, la planificación estratégica y la toma de decisiones clave para asegurar que el proyecto se mantuviera en curso.
- **Community Manager:** Responsable de la gestión de las redes sociales, la creación de contenido y la interacción directa con la comunidad de clientes en línea.
- **Creativo:** Responsable de la conceptualización de ideas y la dirección creativa de la campaña, asegurando que el mensaje de la marca fuera original y atractivo.
- **Diseñador Gráfico:** Responsable de la creación del logotipo, el eslogan y todo el material visual del proyecto, garantizando una imagen de marca profesional y coherente.

En la figura 8, se presenta la interfaz de la página web que muestra principalmente el logo de la empresa denominada dulcería “El chanfle”. La página cuenta con un encabezado en donde del lado izquierdo se muestra el logo de la empresa y del lado derecho se muestran 4 apartados principalmente: Inicio, Acerca de, Catálogo, Contacto, asimismo los medios de comunicación como lo son Facebook, YouTube, Instagram. Cada apartado redirecciona hacia la página correspondiente, al igual que los logos de las redes sociales redireccionan en una pestaña nueva a cada red elegida.

Figura 8

Datos de contacto y redes sociales en la página web final.



CONCLUSIONES

El proyecto de Marketing Digital de la dulcería "El Chanfle" es un caso de estudio ejemplar que demuestra cómo la integración estratégica de la tecnología puede transformar un negocio local tradicional en un competidor robusto en la economía digital. Desde la perspectiva de un experto en marketing digital, la

estrategia implementada fue acertada al no limitarse a la simple creación de perfiles en redes sociales, sino al construir un ecosistema digital coherente y funcional. La selección de plataformas como Tienda Nube fue un acierto, ya que ofreció una solución de *e-commerce* accesible y fácil de gestionar para un negocio pequeño, permitiendo una rápida incursión en la venta en línea. La creación de una identidad de marca unificada con un logotipo y eslogan claros proporcionó la base para una comunicación efectiva y consistente en todos los canales digitales, lo que es fundamental para generar confianza y lealtad en la audiencia.

Se puede concluir que la metodología de trabajo fue un factor crítico para el éxito del proyecto. La estructuración en fases, desde la toma de requerimientos hasta el análisis de resultados y la asignación de roles específicos al equipo, no solo aseguraron una gestión eficiente del tiempo y los recursos, sino que también permitieron un enfoque metódico para la resolución de problemas. Este enfoque sistemático no solo facilitó la implementación técnica, sino que también permitió la medición precisa del impacto. Los resultados, que incluyen la mejora de la visibilidad y la apertura de un nuevo canal de ventas, validan la premisa de que una estrategia digital bien planificada, basada en un entendimiento profundo del cliente y del negocio, es el motor de un crecimiento sostenible. En última instancia, este proyecto subraya que la tecnología, cuando se aplica con inteligencia y propósito, no es solo una herramienta, sino un catalizador para la innovación y la expansión empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Castro, M. R., & Carpio, M. V. (2023). Estrategias del marketing digital adaptadas a pequeñas y medianas empresas en Latinoamérica. *Bolentín De Coyuntura*, (38), 07-17. (2023). Estrategias del marketing digital adaptadas a pequeñas y medianas empresas en Latinoamérica. *Bolentín De Coyuntura*, (38), 07-17.
- Franco, S., A. (2015). *Aplicación de DCU en el desarrollo de interfaces con nuevos paradigmas* (Bachelor's thesis).
- Kendall, J. & Kendall, J (2005). *Análisis y diseño de sistemas*. Prentice Hall.
- Kutchera, J., García, H., & Fernández, A. (2014). *EXITO: su estrategia de marketing digital en 5 pasos*. Grupo Editorial Patria.
- Senn, J. A. (1992). *Análisis y Diseño de Sistemas de Información*. México: McGraw-Hill.