

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



BABY HAND

Second-Hands Clothes

Trabajo de grado

Erika Acero

Danna Bayona

Sofía Moncada

Bogotá D.C

2022

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



BABY HAND

Second-Hands Clothes

Trabajo de grado

Erika Acero

Danna Bayona

Sofía Moncada

Luisa de los Ángeles Betancourt Castro

Administración de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2022

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el documento de título “BABY HAND”, en la opción de grado de Programa Avanzado de Direccionamiento Empresarial y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Erika Lorena Acero Montaña

Danna Fernanda Bayona Torres

Sofía Moncada Rincón

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Erika Lorena Acero Montaña

Danna Fernanda Bayona Torres

Sofía Moncada Rincón

Tabla de contenido

1.	Introducción:	11
2.	Contexto Macro ambiental:	12
3.	Contexto Micro ambiental:	14
a.	Clientes:	14
b.	Proveedores:	14
c.	Plantilla de empleados:	14
d.	Mercado:	15
e.	Capacidad económica:	15
4.	Análisis DOFA y PESTEL:	15
5.	Planteamiento del problema a manera de pregunta:	17
6.	Objetivo general:	17
a.	Objetivos específicos:	17
7.	Segmentación y Buyer:	18
8.	Promesa básica:	19
9.	Propuesta de valor:	19
10.	Declaración de posicionamiento:	19
11.	Content marketing:	20
12.	Benchmarking Digital:	22
13.	Customer Journey Map:	23
14.	Similar web:	25
15.	Percepción digital - Eye Tracker:	28
16.	Mock Up producto:	30
17.	SEO:	30
19.	Estrategias de marketing digital:	35
20.	Plan de medios:	39
21.	Referencias:	41

Tabla de figuras

Figura 1 Pirámide poblacional.....	13
Figura 2 DOFA	16
Figura 3 PESTEL	16
Figura 4 Buyer	18
Figura 5 Benchmark Digital.....	23
Figura 6 Coustmer Journey Map.....	24
Figura 7 Trafico y compromiso	26
Figura 8 Visitas a lo largo del tiempo.....	26
Figura 9 Geografía.....	27
Figura 10 Canales de marketing	27
Figura 11 Búsqueda orgánica	27
Figura 12 Eye Tracker Mujeres	28
Figura 13 Eye Tracker Hombres.....	29
Figura 14 Página web.....	30
Figura 15 Inicio página web:.....	31
Figura 16 Sección compras:	32
Figura 17 Sección ventas:	32
Figura 18 Sección carrito de compras:.....	32
Figura 19 Sección blog:.....	33
Figura 20 Sección cajita sorpresa:.....	33
Figura 21 Sección suscríbete:	34
Figura 22 Google Ads:	35
Figura 23 Facebook:	37
Figura 24 Instagram:	37
Figura 25 TikTok:	38
Figura 26 Presupuesto:	39
Figura 27 Cronograma:	40

Glosario:

Sostenibilidad: permite satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades propias (Naciones Unidas, 2022).

Inflación: es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país durante un periodo de tiempo sostenido, normalmente un año. Cuando el nivel general de precios sube, con cada unidad de moneda se adquieren menos bienes y servicios. Es decir, que la inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda: una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía (El Economista, 2022).

Interfaz: conexión, física o lógica, entre una computadora y el usuario, un dispositivo periférico o un enlace de comunicaciones (RAE, 2022).

Responsabilidad social: es el compromiso que tienen las personas, instituciones y empresas para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global (Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Sustentabilidad, 2019).

Sanitización: permite reducir la cantidad de microbios que se encuentran en una superficie o en un ambiente (Pérez Porto, J, 2020).

Online: significa “en línea”. El concepto se utiliza en el ámbito de la informática para nombrar a algo que está conectado o a alguien que está haciendo uso de una red (generalmente, Internet) (Pérez Porto, J & Merino, M, 2010).

Pauta publicitaria: se denomina Pauta Publicitaria al grupo de espacios de publicidad seleccionados para una comunicación concreta y que se establecen durante un período de tiempo determinado. Estas pautas necesitan de un análisis previo y darán como resultado el desarrollo de una campaña publicitaria para un producto o servicio (Corporación de Medios de Andalucía S.A, 2022).

PayPal: es una compañía estadounidense que opera métodos de pago seguros en línea. Por las garantías que ofrece, es una de las plataformas más utilizadas en comercio electrónico, pero también para el envío de dinero entre particulares. La principal ventaja de PayPal es que no comparte datos bancarios ni personales con los vendedores, de modo que resulta una forma de pago idónea cuando se albergan dudas sobre la legalidad de un eCommerce (Arimetrics, 2020).

Resumen:

Es bien sabido que los bebés en sus primeras etapas de vida tienen un crecimiento bastante acelerado, ocasionando que sus medidas tanto en peso como en tamaño varíen constantemente, siendo necesaria una renovación periódica de su closet; esto supone un problema tanto ambiental como económico, ya que anualmente se desechan grandes cantidades de ropa la cual tiene un proceso lento de degradación, generando un impacto importante de la moda en el ecosistema, además de ser un gasto considerable para los padres. Baby Hand es una empresa que busca dar solución a este problema, dándole la opción a los padres de vender la ropa que ya no les queda a sus bebés y al mismo tiempo comprar la que necesitan, siendo nosotros los intermediarios de esta interacción; brindándoles constantemente ropa a la moda, de su talla y completamente sanitizada, junto con una suscripción mensual a una caja sorpresa la cual les llegará acorde a los gustos de los padres y a las etapas de los bebés.

Palabras Claves:

Baby Hand, bebé, papas, segunda mano, ropa, página web, redes sociales, compra, venta, blog, suscripción, mamá, papá, ahorro, tiempo.

Abstract:

It is well known that babies in their early stages of life have a fairly accelerated growth, causing their measurements both in weight and size vary constantly, being necessary a periodic renewal of their closet; this is both an environmental and economic problem, since annually large amounts of clothing are discarded which has a slow process of degradation, generating a significant impact of fashion in the ecosystem, besides being a considerable expense for parents. Baby Hand is a company that seeks to provide a solution to this problem, giving parents the option to sell the clothes that no longer fit their babies and at the same time buy the clothes they need, being us the intermediaries of this interaction; constantly providing them with fashionable clothes, of their size and completely sanitized, along with a monthly subscription to a surprise box which will arrive according to the tastes of parents and the stages of the babies.

Key Words:

Baby Hand, baby, dads, second hand, clothes, website, social networks, buy, sell, blog, subscription, mom, dad, save money, time.

1. Introducción:

Al identificarse la necesidad de los padres no solo por renovar constantemente el guarda ropa de sus bebés debido a su rápido crecimiento en esta etapa de sus vidas, sino también de optimizar los gastos en este proceso; y a su vez aprovechando el constante crecimiento de los e-commerce y la facilidad que brindan estos al momento de hacer las compras. Teniendo en cuenta esto, se origina la idea de crear un negocio en el cual se le dé un nuevo uso a la ropa de bebé, la cual en su inmensa mayoría termina en excelente estado por el poco uso que se le da, además de generar un beneficio económico para los padres al poder vender estas prendas y al obtenerlas a un precio más asequibles; buscando generar una conciencia ambiental, en cuanto a el daño que ocasiona la industria textil en el mundo y de esta manera, contribuir de manera sostenible con nuestra marca a la sociedad. La esencia de la nuestra marca y lo que nos diferencia de otras, aparte de la compra y venta de la ropa, es el brindar un sentimiento de acompañamiento y seguridad para sus bebés en cada prenda, además de mostrar un interés genuino por estos a través de un plus que son nuestras cajas sorpresas de suscripción, las cuales se adecuarán a los gustos y necesidades de cada uno de nuestros clientes y los acompañara a lo largo de estas etapas de sus vidas.

2. Contexto Macro ambiental:

Baby Hand será una página web que operara en Colombia, por lo tanto, se enfrentara a diversos factores macro ambientales como lo son, las regulaciones nacionales como la:

Ley 527 de 1999, esta establece las bases para el e-commerce, define y reglamenta el uso de los mensajes de datos, las firmas digitales y las bases para la construcción de un marco regulatorio más amplio para el comercio electrónico en Colombia (Calderon, 2021).

La cual es importante para brindarle a nuestros clientes la protección de sus datos generando así confianza y seguridad al momento de utilizar la página web; por otro lado, es importante tener en cuenta que, según (Calderon, 2021):

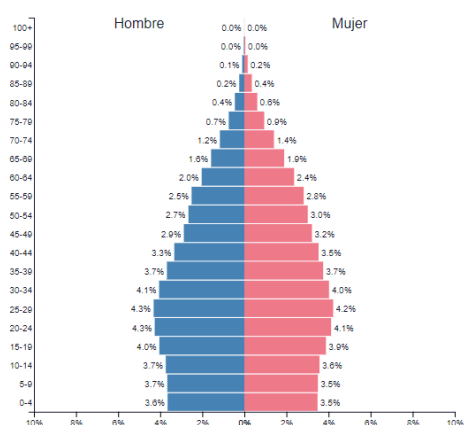
El artículo 91 de la ley 633 de 2000 en la cual se estipula que cualquier página web de origen colombiano que dedique su actividad al e-commerce deberá inscribirse en el registro mercantil y suministrar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) la información de transacciones económicas en los términos que esta entidad lo requiera, para así llevar un registro y seguimiento de nuestra actividad legalmente.

Durante los últimos años de pandemia, se ha registrado en Colombia un crecimiento en las ventas online; por lo que ahora es un canal clave para la población, “es por esto que se incluyó un impuesto al consumo para comercio electrónico de 4 %” (Benavides, 2019) generando así una regulación por parte del gobierno al e-commerce.

Baby Hand tendrá que enfrentarse a una “inflación acumulada en 2022 del 12,2%, en la cual el sector de vestido y calzado genera un porcentaje de 10,2% acumulado desde enero hasta octubre del 2022” (Datos macro, 2022); por lo que se deberá fijar los precios, en base a esta y su fluctuación anual.

A nivel mundial y “según cifras de la ONU producción textil es responsable del 20% de las aguas residuales globales y del 10% de las emisiones globales de carbono, además se conoce que en Colombia solo se recicla el 5% de los desechos textiles” (Caracol Radio, 2021), así que por medio de Baby Hand se estaría generando un impacto positivo a nivel ambiental y cultural, ya que en Colombia no es común que las persona compren ropa de segunda mano gracias a los prejuicios sociales frente a la compra y el uso de esta.

Figura 1 Pirámide poblacional



NOTA: Pirámides de población del mundo desde 1950 a 2010.

Fuente: (Population Pyramid, 2022)

Como se observa en la imagen de la pirámide poblacional, Colombia cuenta con una población de 51,512,766 al año 2022 considerándose un país con un gran número de habitantes, hay un mayor número de mujeres representando el 50.8% aproximadamente de la población total, mientras los hombres cuentan con un 49,2% aproximadamente del total. En cuanto a lactantes e infantes determinados anteriormente en nuestro mercado objetivo van de los 0 a los 5 años, las niñas representan un 3,5% de la población y los niños un 3,6%, determinando que el tamaño de mercado en el que nos basaremos será de 7.1% de la población total.

Si nos vamos a los puros criterios económicos entre 24% y 33% de la población colombiana pertenece a la clase media. Según el Dane, “los hogares por nivel de ingreso que se pueden caracterizar como clase media tienen en promedio cuatro personas con ingresos entre los \$2.7 y \$14.8 millones” (Ortiz, 2022), lo cual es beneficioso, ya que la empresa centra su estrategia en las clases medias.

3. Contexto Micro ambiental:

a. Clientes:

En Baby Hand se debe estudiar al público en general y al público objetivo, para que independientemente de su edad, su conocimiento tecnológico y su experiencia con las compras online, este pueda lograr de manera rápida y sencilla realizar la compra gracias a que nuestra página web permitirá hacerlo de manera intuitiva.

b. Proveedores:

Los principales proveedores serán los mismos usuarios de la página web, por medio de la venta de la ropa de su bebé.

c. Plantilla de empleados:

Al ser un emprendimiento en crecimiento, inicialmente no se contará con empleados además de las fundadoras de la empresa.

d. Mercado:

El mercado de Baby Hand estará segmentado hacia Padres de familia de clase media, con bebés en un rango de edad de 0-3 años.

e. Capacidad económica:

Inicialmente la inversión se realizará hacia la creación de la página web, y la promoción de esta.

4. Análisis DOFA y PESTEL:

Para realizar el análisis de la matriz DOFA y PESTEL, se tomaron en cuenta diversos aspectos que pueden afectar tanto directa como indirectamente a Baby Hand en sectores demográficos, económicos, tecnológicos, políticos y socioculturales en el mercado colombiano; tomándolos como referencia para la mejora continua de nuestro emprendimiento.

Figura 2 DOFA



Fuente: Elaboración propia.

Figura 3 PESTEL



Fuente: Elaboración propia.

5. Planteamiento del problema a manera de pregunta:

¿Cómo crear una página web para Colombia en la que se ofrezca a los padres la opción de compra y venta de ropa para bebé de segunda mano a lo largo de sus primeros 3 años de vida durante el 2022?

6. Objetivo general:

Crear una página web en la que se ofrezca a los padres la opción de compra y venta de ropa para bebé de segunda mano, que brinde la opción de vender la ropa que ya no le queda a sus bebés y a la vez comprar la que necesitan, siendo nosotros los intermediarios de esta interacción brindándoles calidad, confianza y sostenibilidad en cada etapa de la vida de sus hijos ofreciendo seguridad, credibilidad y ahorro económico en cada prenda.

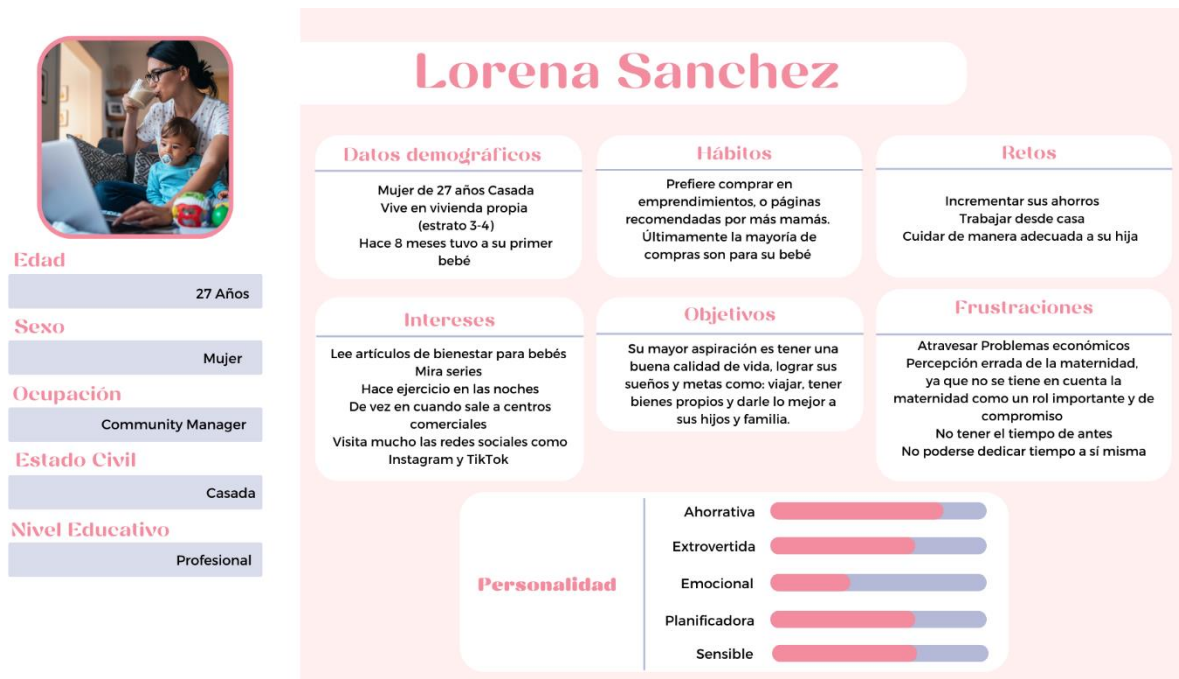
a. Objetivos específicos:

- Generar beneficio económico para los padres al poder vender estas prendas.
- Originar un ahorro para los padres al comprar las prendas a un precio más accesible.
- Desarrollar una conciencia ambiental en cuanto al daño que ocasiona la industria textil en el mundo y de esta manera, contribuir a la sostenibilidad con nuestra marca.
- Brindar un sentimiento de acompañamiento y seguridad para los padres y sus bebés por medio de cada prenda.

7. Segmentación y Buyer:

Dentro del buyer persona tomamos en cuenta a Lorena Sánchez quien tiene 27 años, es casada y tiene una ocupación como community manager, tuvo a su primer bebé hace ocho meses, por ende sus intereses se han tornado a temas relacionados a su bebé aspirando a tener una buena calidad de vida para toda su familia; enfrentando así diversos retos tanto económicos como sociales en esta nueva etapa de su vida, esto la ha llevado a crear nuevos hábitos como es la compra online ya que le genera beneficios al ahorrar tiempo al momento de realizar compras para su bebé, logrando obtener mayor tiempo de calidad junto a su hijo; es por esto que para Lorena Baby Hand es la marca ideal ya que se adapta a sus necesidades, brindándole prendas de segunda mano en un excelente estado con precios accesibles a tan solo un clic.

Figura 4 Buyer



Fuente: Elaboración propia.

8. Promesa básica:

“Renueva el armario de tu bebé al tiempo que eres sostenible y ahorras dinero”.

9. Propuesta de valor:

Una opción rápida, económica y sostenible, que a través de un clic renueva el clóset de tus hijos.

10. Declaración de posicionamiento:

Para los padres de familia modernos y responsables socialmente, Baby Hand es una página web de compra y venta de ropa de segunda mano para bebé que ofrece ahorro tanto de tiempo como de dinero proporcionando facilidad, agilidad y confianza al momento de realizar la compra, ya que es una página pensada para la interacción online de manera sencilla y segura para renovar el closet de los bebés.

11. Content marketing:

Todos alguna vez hemos escuchado a las mamás quejarse de que la ropa se le está quedando muy rápido a sus hijos, esto es debido al crecimiento acelerado que tienen los bebés en su primera etapa de vida.

Lo que no saben las mamás es que en su primer año los bebés llegan a triplicar su peso y además duplicar su medida de nacimiento, la velocidad a la que crecen es muy rápida durante los tres primeros años de vida, aunque va disminuyendo progresivamente: “25 cm el primer año de vida, 10-12 cm el segundo año y alrededor de 8 cm el tercer año” (Asociación Española de Pediatría, 2014).

Es por esto que los bebés dejan la ropa en un corto tiempo y con poco uso, generando que sus padres se encuentren en un continuo gasto económico frente a la compra de nuevas prendas; ya que para nadie es un secreto que la ropa para bebés tiene un alto precio en el mercado. Logramos evidenciar que a medida que los niños van creciendo, los padres buscan comprar más ropa para diferentes ocasiones, la cual sea de buena calidad, tenga un precio asequible y se encuentren a la moda, buscando un sentimiento de plenitud ya que los padres siempre quieren lo mejor para sus hijos y que no les falte nada.

Teniendo en cuenta lo anterior, observamos que los padres tienen el deseo de brindarle a sus hijos todo lo que ellos no tuvieron en su niñez y a su vez experimentar un sentimiento de orgullo y satisfacción frente a la percepción de los demás sobre el cuidado y bienestar que los padres brindan a sus hijos.

Otra perspectiva sobre los padres modernos de la última década es que estos están optando por nuevas tendencias de crianza, enfocándose en la conciencia ecológica e

incentivando a sus hijos a desarrollar una sensibilidad ambiental desde pequeños. Por ende, al estar en una compra continua de ropa, se está incentivando al aumento de la contaminación por residuos del sector textil, ya que en el “país menos de un 5% de los desechos de este sector se reciclan” (Caracol Radio, 2021), generando consecuencias negativas.

Para satisfacer las necesidades de los padres y de sus bebés, buscamos brindarles calidad, confianza y sostenibilidad en cada etapa de la vida de sus hijos, ofreciendo seguridad, credibilidad y ahorro económico en cada prenda. Esto lo haremos por medio de la recolección de la ropa, realizando una ruta de recogida. Desde los padres que la están vendiendo, hasta nuestras instalaciones. en la cual se realizará una segunda inspección para conocer mejor el estado de las prendas.

Luego pasará por un estudio fotográfico en el cual se recalcaron los atributos de cada prenda y así publicarlas en la página web, posteriormente pasará por un proceso de sanitización en el cual se lavará, desinfectará y preparará para continuar con el empaque y despacho del producto, llegando de la mejor manera a los clientes.

Para ayudar a los padres se crea Baby Hand, el cual es una marca sostenible especializada en la compra y venta de prendas de segunda mano que brinda estilo comodidad y ahorro; por medio de una página web con precios asequibles y un proceso de compra rápido.

Baby Hand está dirigido para un segmento específico de consumidores que se encuentren en la etapa de ser padres de niños entre los 0 a los 3 años, los cuales se interesen y apasionen por el bienestar y el cuidado de sus hijos; brindándole la opción a los padres de vender la ropa que ya no les queda a sus bebés y al mismo tiempo comprar la que necesitan, siendo nosotros los intermediarios de esta interacción.

Nuestro valor agregado será una suscripción mensual, en la cual los padres estarán pagando por una caja sorpresa en la que recibirán diferentes prendas teniendo en cuenta la etapa del bebé y los gustos de preferencia de los padres. Esto con el fin de ahorrarles tiempo a la hora de ir de compras, ya que lo podrán realizar desde la comodidad de su casa, siendo este un factor fundamental cuando se tiene bebés en el hogar y se debe optimizar el tiempo en las diversas actividades que tienen los padres durante el día.

Pero para nadie es un secreto que el comprar en línea genera desconfianza, es por esto que en la página web de Baby Hand se desarrollara un blog en el cual los clientes podrán realizar comentarios y reseñas frente a su experiencia de compra, teniendo en cuenta aspectos como la calidad, proceso de sanitización y la confianza de que el producto llegara a su casa; además, para generar mayor confianza vamos a promocionar la marca por medio de influencers los cuales se encuentren atravesando por esta misma etapa de ser padres, a quienes les van a llegar mensualmente una de nuestras cajas sorpresas y con la cual deberán realizar un unboxing de los productos, estos deberán mostrar las prendas y como les quedan a sus hijos por medio de sus redes sociales generando una mayor interacción entre los influenciadores, Baby Hand y los clientes.

Gracias a Baby Hand modificaremos la percepción de los padres sobre la compra y el uso de ropa de segunda mano para sus bebés y a su vez ayudamos al mundo con segundas oportunidades.

12. Benchmarking Digital:

Baby Hand deberá centrar sus esfuerzos en tener una página web con una interfaz sencilla pero llamativa, la cual sea intuitiva y fácil de manejar para los usuarios, ya que a

diferencia de los competidores no se cuenta con PDV físico, por lo que se tiene que generar mayor impacto por medio de la página web, además de eso es muy importante que cuente con presencia activa en la principales redes sociales, para hacer crecer y tener una mayor visibilidad y recordación de marca, por otro lado, un blog es un recurso muy importante que se debe desarrollar para generar más cercanía y confianza por parte de los usuarios con la marca.

Figura 5 Benchmark Digital

Benchmarks	Website	Website 1 = débil 10 = fuerte	Blog	Blog 1 = débil 10 = fuerte	Instagram	Instagram 1 = débil 10 = fuerte	LinkedIn	Contenido 1 = débil 10 = fuerte	Plataforma o Estrategia	Plataforma 1 = débil 10 = fuerte	Valoración Total
BABYHAND	N/A	1	N/A	1	N/A	1	N/A	1	N/A	1	5
SEGUNDAS DE PRIMERA	https://comomeveo.com.co/que-es-como-nuevo-segundas-da-primera/	7	https://comomeveo.com.co/blog/	8	https://www.instagram.com/comomeveo/	5	N/A	1	Tienda online y física	8	29
USADOS DE PRIMERA	https://usadosdeprimera.com.co/	9	N/A	1	https://www.instagram.com/usadosdeprimera/	7	https://www.linkedin.com/company/usadosdeprimera/	1	Tienda online y física	8	26
SUPER NUEVO	https://www.supernuevousados.com/	9	https://www.supernuevousados.com/blog/	7	N/A	1	N/A	1	Tienda online y física	8	26

NOTA: Para acceder a la Figura 5 haga clic en el siguiente enlace:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1q4dmTjB5mPYoaHC6lzEtCfQi3-viHwBQ/edit#gid=663341597>

Fuente: Elaboración propia.

13. Customer Journey Map:

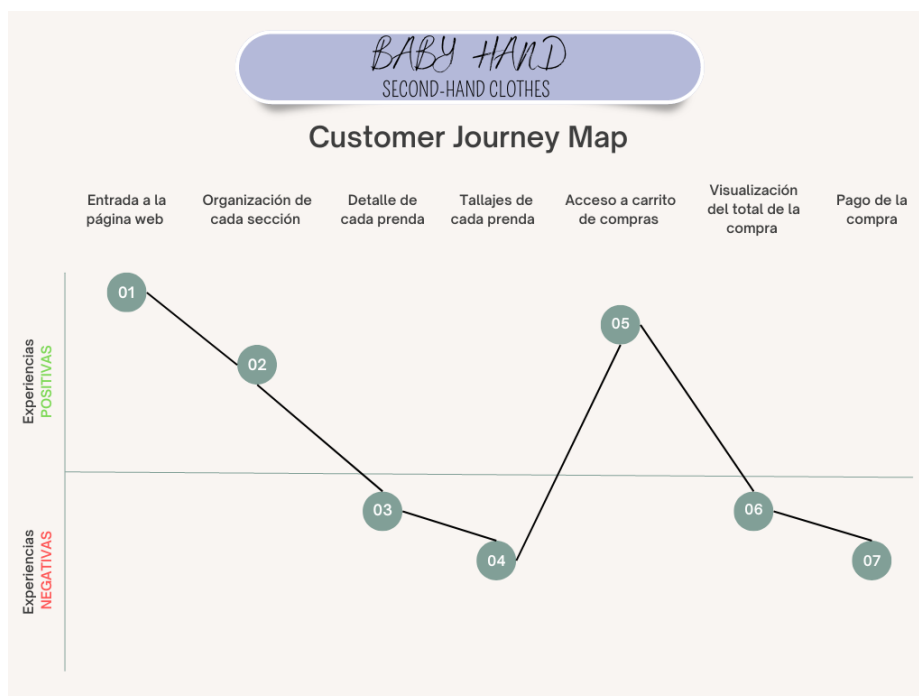
Antes: La experiencia del cliente comienza con la búsqueda de artículos de segunda mano para sus bebés, llevándolos a conocer a Baby Hand por medio de diferentes maneras como son las redes sociales de Instagram, Facebook o TikTok debido a la publicidad que generamos en ellas, también pueden llegar a conocernos por la voz a voz de la experiencia de nuestros consumidores.

Durante: La experiencia comienza entrando a nuestra página web, en la cual pueden encontrar varias secciones de compra y venta de prendas que se encuentran en buen estado,

visualizando así el detalle y característica de cada una de estas, brindándoles la posibilidad de elegir entre una gran variedad de opciones realizando posteriormente la selección y compra de esta por medio del método de pago seleccionado.

Después: Posteriormente de realizar la compra, el cliente podrá vivir la experiencia de recibir el producto el cual llegará a la puerta de su casa y así podrá evidenciar el proceso que se realiza desde Baby Hand, esto generará que nuestros consumidores compartan su experiencia con sus conocidos atrayendo posibles clientes con los mismos intereses y a su vez generando una fidelización y experiencia con la marca.

Figura 6 Customer Journey Map

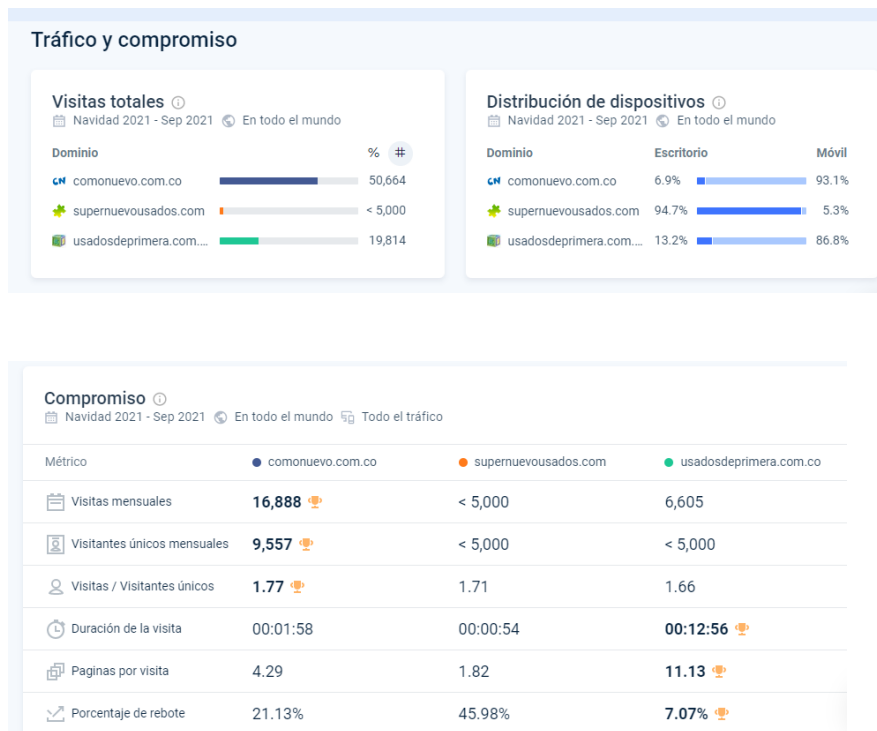


Fuente: Elaboración propia.

14. Similar web:

- Por el lado del tráfico y compromiso, evidenciamos que como nuevo tiene un total de 50.664 visitas, siendo el primero con más vista entre sus competidores.
- En el aspecto de la distribución de dispositivos súper nuevo tiene un mayor tráfico en el celular mientras que como nuevo en el escritorio.
- Frente al compromiso como nuevo es el líder en aspectos como visitas mensuales, visitantes únicos mensuales y visitas únicas; mientras que, en aspectos como la duración de la visita, paginas por visita y el porcentaje de rebote usados de primera tiene un gran peso en dichos aspectos.
- Podemos ver que, en las visitas a lo largo del tiempo en el periodo de julio a septiembre del 2021, cómo nuevo siempre ha evidenciado un crecimiento constante; usados de primera era constante hasta agosto y después obtuvo un incremento y por último súper nuevo se mantuvo constante con los números.
- Las 3 tiendas se encuentran ubicadas en Colombia contando con un mayor tráfico como nuevo.
- Para finalizar dentro de la búsqueda orgánica que realizan los clientes se evidencia que la búsqueda de la mayoría de los usuarios los lleva a como nuevo, ya que esta se relaciona a los artículos que estos ofrecen.

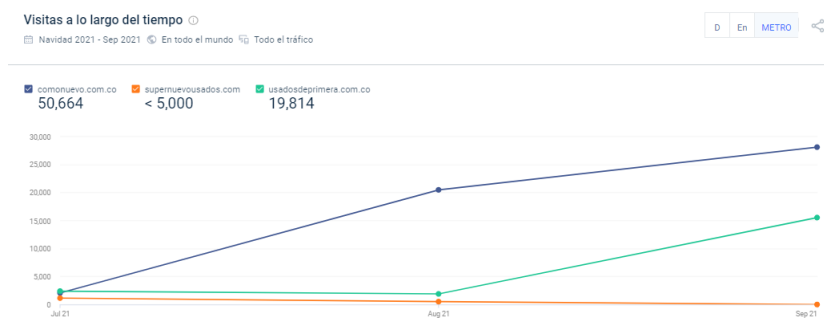
Figura 7 Tráfico y compromiso



NOTA: Tráfico y compromiso.

Fuente: (Similarweb, 2022)

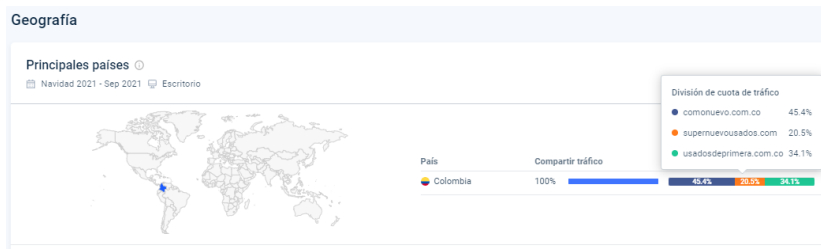
Figura 8 Visitas a lo largo del tiempo



NOTA: Visitas a lo largo del tiempo.

Fuente: (Similarweb, 2022)

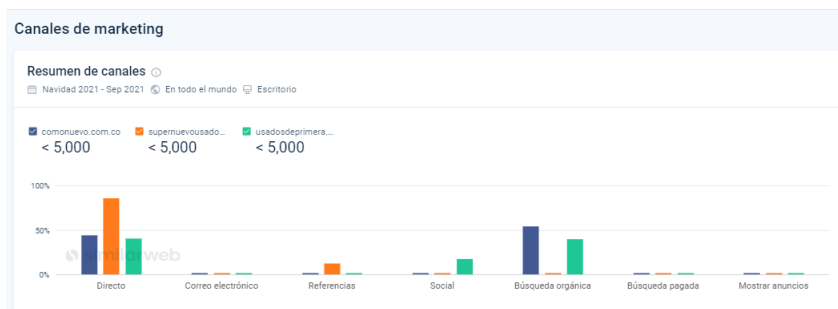
Figura 9 Geografía



NOTA: Geografía.

Fuente: (Similarweb, 2022)

Figura 10 Canales de marketing



NOTA: Canales de marketing.

Fuente: (Similarweb, 2022)

Figura 11 Búsqueda orgánica



NOTA: Búsqueda orgánica.

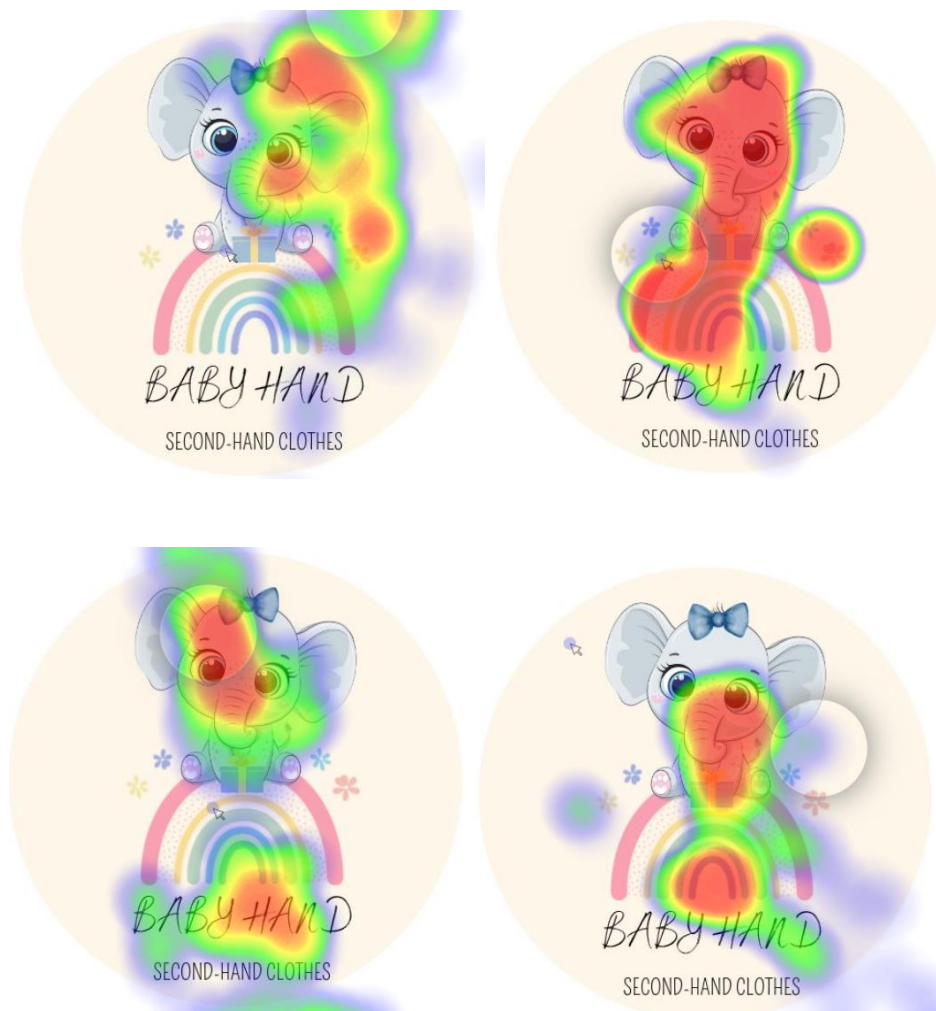
Fuente: (Similarweb, 2022)

15. Percepción digital - Eye Tracker:

Se realizó un estudio de Eye Tracker a un grupo de 8 personas de las cuales 4 fueron mujeres y 4 fueron hombres, el estudio consistió en que observaran detenida y detalladamente el logo de Baby Hand por un lapso de tiempo de 20 segundos.

Los resultados arrojados por parte de las mujeres en el estudio fueron los siguientes:

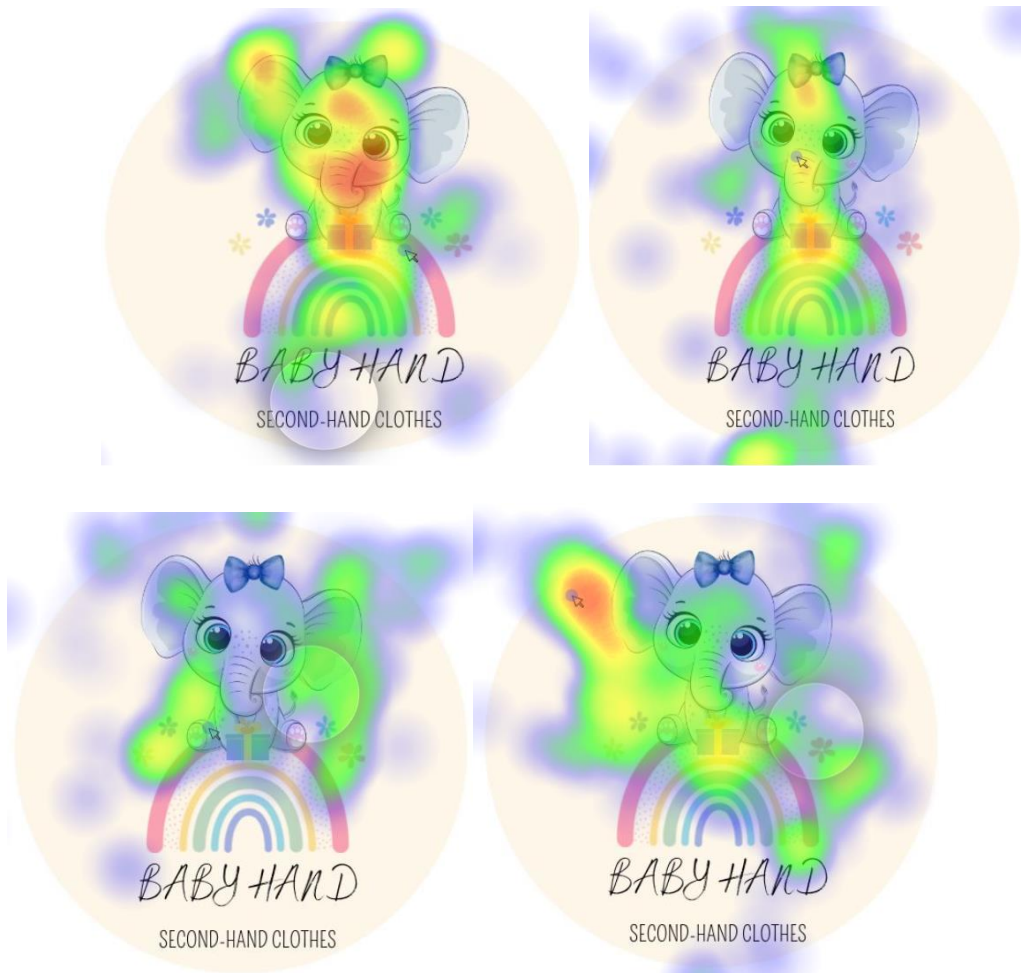
Figura 12 Eye Tracker Mujeres



Fuente: Elaboración propia

Los resultados arrojados por parte de los hombres en el estudio fueron los siguientes:

Figura 13 Eye Tracker Hombres



Fuente: elaboración propia

A partir de las imágenes resultantes del estudio, se logra evidenciar por parte de las mujeres mayor atención al logo focalizada principalmente en la parte central del rostro del elefante y una leve ojeada hacia el nombre. En cuanto a los hombres, se determina que su atención es más dispersa y no centran demasiado su mirada en un punto específico, a pesar de ello el punto focal sigue siendo el centro del rostro del elefante, y no hay observación del nombre.

16. Mock Up producto:

El producto desarrollado de nuestra marca consiste en un sitio web de compra y venta online, el cual se puede visualizar de la siguiente manera:

Figura 14 Página web



Fuente: elaboración propia.

17. SEO:

Para la creación de la página web se utilizó Google sites la cual es una herramienta gratuita, en la cual se desarrolló desde cero Baby Hand.COM. Dentro de la página web, nuestros clientes encontrarán todos los servicios que ofrecemos, como lo son la compra, donde podrán encontrar diferentes prendas con sus características y precio, además encontrarán la opción de vender la ropa que deseen mediante un intuitivo sistema en el cual

deberán subir la foto de la prenda y describir las características de esta, para pasar así al chequeo interno por parte de la marca y garantizar el estado y sanitización de la prenda, obtenido así una oferta y la autorización de publicación para la venta, así mismo tendrán la opción de suscribirse a nuestro sistema de cajas sorpresas en uno de los tres modos ofrecidos mensualmente (Basic, Standard y Premium) adaptándose a sus gustos y necesidades; por otro lado la página cuenta con un blog en el cual podrán interactuar e informarse acerca de temas relacionados con bebés, las actualizaciones de este podrán ser notificadas por medio de correos electrónicos lo cual será permitido de manera voluntaria al registrarse en nuestro newsletter, esta web está diseñada para que los usuarios la puedan manejar de manera sencilla e intuitiva, contando con una plataforma de pagos PayPal con todo tipo de tarjetas.

Enlace directo al sitio web:

<https://sites.google.com/estudiantes.areandina.edu.co/baby-hand/inicio>

Figura 15 Inicio página web:



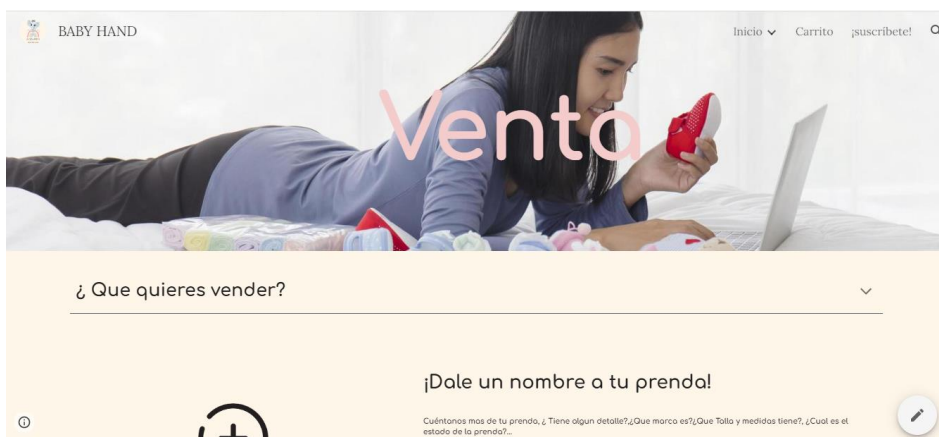
Fuente: Elaboración propia.

Figura 16 Sección compras:



Fuente: Elaboración propia.

Figura 17 Sección ventas:



Fuente: Elaboración propia.

Figura 18 Sección carrito de compras:



Fuente: Elaboración propia.

Figura 19 Sección blog:



Fuente: Elaboración propia

Figura 20 Sección cajita sorpresa:



Fuente: Elaboración propia.

Figura 21 Sección suscríbete:

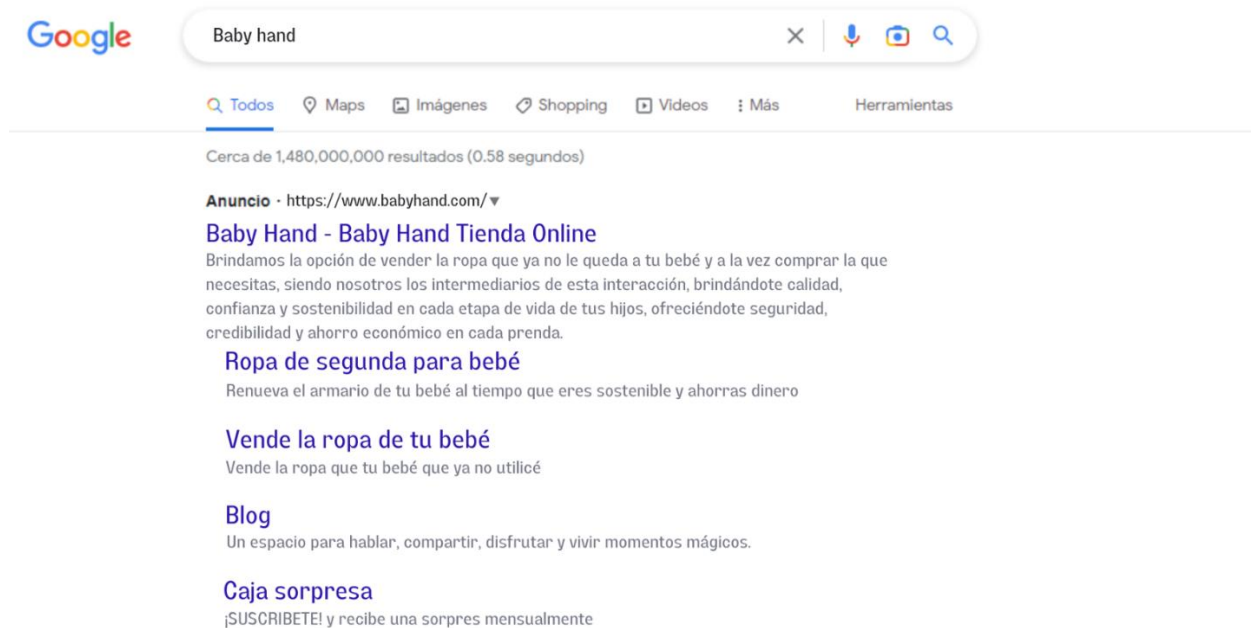


Fuente: Elaboración propia.

18. SEM:

Para la comunicación y promoción de Baby Hand se utilizó la herramienta de Google Ads en la cual, por medio del modo experto se desarrolló una campaña enfocada en tráfico para generar vistas a la página web, para esto definimos una serie de palabras clave referentes a nuestra marca para así facilitar e incrementar la aparición de la marca en el buscador, además se implementó el uso de los enlaces de sitio para así aumentar los clics, todo esto bajo un presupuesto mensual de \$100.000 COP.

Figura 22 Google Ads:



Fuente: Elaboración propia.

19. Estrategias de marketing digital:

Entre las estrategias de marketing a implementar para la comunicación y promoción de Baby Hand se encuentran:

- a. **E-mail marketing:** la función de esta estrategia radica en el envío de correos electrónicos a los clientes potenciales interesados en recibir información de la marca, los cuales previamente se deben haber suscrito y aceptado la recepción de los correos y el uso correcto de sus datos personales, con el fin de generar una intención de compra. Esta base de datos se obtendrá mediante un registro que podrán realizar los clientes de manera voluntaria dentro de la página web al comenzar a navegar dentro de esta, los correos a enviar serán tanto informativos como promocionales.

b. Blogs: esta estrategia se utiliza con el fin de generar cercanía e interacción con el cliente, ya que dentro de esta se redactan y publican artículos referentes a todo aquello que le puede interesar a los padres con hijos de 0-3 años, además de tener la opción de compartir sus propias experiencias. Las actualizaciones de este blog podrán ser informadas por medio del e-mail.

c. Redes sociales: Según Medina (2022) el reporte de Global Digital:

expone el impacto de la publicidad dentro de las redes sociales en los usuarios activos, que comprenden el 81% de la población colombiana, de los cuales el 52% son mujeres y el 48% restante hombres, con una participación del 37% de mujeres y el 35% de hombres, entre los 18 y 44 años de edad, entre estos, el 65% visita las redes sociales para buscar información sobre marcas y productos.

Conforme a la estrategia digital de Baby Hand, las redes sociales a utilizar para la comunicación y promoción de la marca serán: Facebook, Instagram y TikTok teniendo en cuenta la información obtenida del estudio de Global Digital frente a las estadísticas digitales de cada una de estas redes, estratégicamente son la mejor opción para la marca, ya que estas son las que atraen un mayor tráfico, principalmente de mujeres y hombres jóvenes quienes son nuestro mercado objetivo.

En la **Figura 23** se evidencia que Facebook cuenta con una audiencia de 35 millones de usuarios de los cuales el 51% son mujeres y el 49% son hombres convirtiéndose así en la red social de mayor tráfico con una participación del 69%.

Figura 23 Facebook:



NOTA: Facebook: Resumen de la audiencia disponible para anuncios.

Fuente: (Medina, 2022)

Frente a Instagram y como se muestra en **la Figura 24**, dentro de esta red social se encuentra activa una audiencia de 18.3 millones de personas en Colombia, lo que significa que el 36% de la población hace uso de esta red social, destacando una mayor cantidad de mujeres (56%) que de hombres (44%). Instagram genera un 7% de tráfico a nivel digital.

Figura 24 Instagram:



NOTA: Instagram: Resumen de la audiencia disponible para anuncios.

Fuente: (Medina, 2022)

Según la **Figura 25**, por su parte, TikTok posee una audiencia de 13.6 millones de personas, lo que significa que el 27% de la población está activa en esta red social. Al igual que en Facebook e Instagram, en TikTok hay más mujeres (63%) que hombres (38%).

Figura 25 TikTok:



NOTA: TikTok: Resumen de la audiencia disponible para anuncios.

Fuente: (Medina, 2022)

d. Marketing viral: Teniendo ya definidas las redes sociales mediante las cuales se comunicará y promocionará Baby Hand, para cada una se implementarán, creará y compartirá contenido específico y diseñado estratégicamente para cada red social.

- Facebook: Se creará un grupo y/o fan page en la cual los padres puedan interactuar entre ellos, haciendo preguntas, compartiendo anécdotas, experiencias y testimonios sin dejar de ser un contenido controlado y supervisado por los moderadores de la página.
- Instagram: Se diseñará un feed creativo y acorde a los valores de la marca; se subirán historias diarias informativas, interactivas y promocionales, de estas se fijarán como historias destacadas principalmente aquellas que sean informativas; Se tomará provecho de la función de los reels para mostrar nuestros productos, y situaciones cotidianas en las cuales se puedan utilizar.

- TikTok: Al ser esta la red social del momento, la aprovecharemos para comunicar y dar a conocer nuestra marca, por medio de videos como Storytimes, GRWM, logística de la marca, y siguiendo los trends que sean afines con la marca, esto pensando estratégicamente en el algoritmo de la aplicación para que nos de la mayor viralidad posible.

20. Plan de medios:

- a. **Presupuesto:** Durante el año se destinará dentro del presupuesto de Baby Hand un total de 70.000.000, para la realización del proyecto el cual cuenta con diversas estrategias con el objetivo de atraer nuevos clientes; dividiendo este monto mensualmente dentro de diversas categorías generando un total de 65.000.000, como se muestra en la figura 26.

Figura 26 Presupuesto:

Categorías	Presupuesto Total	Gastado hasta Hoy	Restante	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octube	Noviembre	Diciembre
Cajón de Suscripciones	\$ 2.000.000	\$ 1.862.000	\$ 138.000	\$ 84.000	\$ 126.000	\$ 126.000	\$ 126.000	\$ 168.000	\$ 168.000	\$ 140.000	\$ 154.000	\$ 175.000	\$ 175.000	\$ 210.000	\$ 210.000
Procesos de sanificación	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 0	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Logística	\$ 4.000.000	\$ 3.840.000	\$ 160.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000
Google Ad Sense	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 0	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000
Sínter de almacenamiento	\$ 15.000.000	\$ 14.400.000	\$ 600.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Ferrias de emprendimientos	\$ 15.000.000	\$ 12.000.000	\$ 3.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 3.000.000	\$ 0	\$ 3.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Posta publicitaria en redes sociales	\$ 5.000.000	\$ 4.550.000	\$ 450.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Celebraciones con influencers	\$ 8.700.000	\$ 8.700.000	\$ 0	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 2.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 2.700.000	\$ 0
Promociones y descuentos	\$ 5.100.000	\$ 5.100.000	\$ 0	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 300.000	\$ 400.000	\$ 600.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 300.000	\$ 600.000	\$ 300.000
Lanzamiento de marca	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	\$ 0	\$ 8.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total	\$ 70.000.000,00	\$65.002.000	\$4.998.000	\$18.024.000	\$3.096.000	\$2.996.000	\$3.996.000	\$2.996.000	\$4.996.000	\$2.210.000	\$3.024.000	\$3.043.000	\$2.943.000	\$9.120.000	\$6.180.000

NOTA: Para acceder a la Figura 26 haga clic en el siguiente enlace:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1q4dmTjB5mPYoaHC6lzEtCfQi3-viHwBQ/edit#gid=663341597>

Fuente: Elaboración propia.

- b. **Cronograma:** Para organizar mensualmente las actividades que se realizarán para la fidelización de los clientes, se creó un cronograma en el cual se llevará un registro de

planeación para el cumplimiento de dichas estrategias que se utilizaran durante el año de lanzamiento de Baby Hand.

Figura 27 Cronograma:

		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN												
Lanzamiento de marca	Procesos logísticos de campaña de lanzamiento de Baby Hand y creación de contenido promocional para las redes sociales.	X											
Armado de cajas	Compra de materiales y armado de las cajas de suscripción.	X							X				
Actualización de contenido	Renovación de contenido en las redes sociales.	X											
Creación de historias	Creación de tips en historias para redes sociales, con datos que sean de interés para los papás.	X											
Preparación ferias	Desarrollo de propuestas y muestras promocionales para el mes de abril.			X	X						X		
Pauta con influencers	Desarrollo de estrategias junto con influencers en la promoción de la marca .			X		X						X	
Giveaway	Realización de un giveaway por medio de la red social Instagram, en el que se obsequiara 2 meses de casas sorpresas al cliente ganador.				X	X							
Organización de feria	Montaje de la feria de emprendimientos en la que participara Baby Hand para dar a conocer la marca.				X	X						X	X
Pautas Goggle Ads	Desarrollo e implementación de pautas por medio de esta herramienta.							X					
Promoción Halloween	Se realizara un descuento del 15% en prendas de halloween.									X			
Promoción navideña	Se realizara un descuento del 20% en prendas seleccionadas de navidad.											X	



Fuente: Elaboración propia.

21. Referencias:

- Arimetrics. (2020). *Qué es PayPal—Definición, significado y ejemplos*.
<https://www.arimetrics.com/glosario-digital/paypal>
- Asociación Española de Pediatría. (2014). *Crecimiento de los niños en los primeros años de vida*. <https://enfamilia.aeped.es/edades-etapas/crecimiento-ninos-en-primeros-anos-vida>
- Benavides, A. (2019, diciembre 11). *Gremio de comercio electrónico, contra el Gobierno por nuevo impuesto*. Forbes Colombia. <https://forbes.co/2019/12/11/economia-y-finanzas/gremio-de-comercio-electronico-contra-el-gobierno-por-nuevo-impuesto/>
- Calderon, A. (2021). *Ley de comercio electrónico en Colombia—Viafirma*.
<https://www.viafirma.com/blog-xnoccio/es/ley-de-comercio-electronico-en-colombia/>
- Caracol Radio. (2021, septiembre 26). La moda sostenible en Colombia. *Caracol Radio*.
https://caracol.com.co/programa/2021/09/26/planeta_caracol/1632661140_980620.html
- Corporación de Medios de Andalucía S.A. (2022). ¿Qué es la Audiencia publicitaria? *CMA Comunicacion*. <https://cmacomunicacion.com/que-es/audiencia-publicitaria/>
- Datos macro. (2022). *IPC de Colombia*. Datosmacro.com.
<https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/colombia>
- El Economista. (2022). *Inflación: Qué es - Diccionario de Economía - elEconomista.es*.
<https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/inflacion>
- Medina, K. R. (2022, junio 21). Situación digital de Colombia en 2022. *Branch Agencia*.
<https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022/>

Naciones Unidas. (2022). *Sostenibilidad / Naciones Unidas*. United Nations; United Nations.

<https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/sostenibilidad>

Ortiz, C. (2022, octubre 14). Ser de clase media. *Diario La República*.

<https://www.larepublica.co/analisis/catalina-ortiz-400501/ser-de-clase-media-3469136>

Pérez Porto, J. (2020, agosto 21). *Definición de sanitizar—Definicion.de*. Definición.de.

<https://definicion.de/sanitizar/>

Pérez Porto, J., & Merino, M. (2010, mayo 28). *Definición de online—Definicion.de*.

Definición.de. <https://definicion.de/online/>

Population Pyramid. (2022). *Pirámides de población del mundo desde 1950 a 2100:*

Colombia -2022. PopulationPyramid.net.

<https://www.populationpyramid.net/es/colombia/2022/>

RAE, & RAE. (2022). *Interfaz / Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/interfaz>

Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Sustentabilidad. (2019). Responsabilidad

Social: Qué es, definición, concepto y tipos. *Responsabilidad Social y*

Sustentabilidad. <https://responsabilidadsocial.net/la-responsabilidad-social-que-es-definicion-concepto-y-tipos/>

Similarweb. (2022). *Tráfico del sitio web: Comprueba y analiza cualquier sitio web*.

Similarweb. <https://www.similarweb.com/es/>