



Universidad Internacional
SECUNDARIA.BACHILLERATO.LICENCIATURA.INGENIERÍA.POSGRADO

PARTICIPACIÓN DE SIMPOSIO CON EL TÍTULO:
APLICACIÓN DE HERRAMINETAS DE SOCIAL MEDIA EN
COLABORACIÓN CON EL POSICIONAMIENTO WEB PARA
MEJORAR EL ALCANCE DE LA EMPRESA MAKEUP FOR YOU MX.

MERCADOTECNIA
ASESOR: LUIS DAVID ESPINOZA PEREA

PAULINA LEÓN Y VÉLEZ SERRANO
CINTHIA SAMALY SALAZAR DIAZ

RESUMEN

El presente trabajo de investigación con enfoque mercadológico para presentar en el Simposio de la Escuela de Negocios de la Universidad Internacional, aborda la indagación de herramientas de social media para lograr el posicionamiento de la empresa *Makeup for you mx*, fundada en abril de 2017 por Paulina León y Vélez, actualmente, se tiene la aspiración de expandir los productos a diferentes estados de la república mexicana y, por lo tanto, el crecimiento de la empresa.

El objetivo es investigar las herramientas de social media que nos permitan lograr lo mencionado anteriormente, ya que a través de estos instrumentos se espera conocer a profundidad las métricas actuales de nuestra tienda en línea y a través de esos datos, formar verdaderamente una comunidad en redes sociales, conocer mejor al consumidor para lograr conectar con el a través de distintas estrategias, que permitan crear una difusión de nuestra marca y de la misma forma, identificar nuevas oportunidades y obtener una expansión más rápida en el mercado.

A continuación, presentaremos las estadísticas que nos brinda Instagram del perfil de la empresa, así como las herramientas que la empresa Shopify ofrece al tener una pagina web, las diferentes aplicaciones que nos ayudan a tener un mejor control del público en específico y lo realizado durante la investigación.

PALABRAS CLAVE:

CPC (Coste por clic): sucede cuando los anunciantes pagan por cada clic que dan las personas a su anuncio.

CTA (Llamada a la acción): es lo principal con el que un sitio web, correo, etc... pretende convencer al cliente.

Email Marketing: se pueden realizar campañas de email y de la misma manera incrementa el tráfico y las ventas.

Embudo de conversión: es una manera de medir el recorrido de un usuario, por las páginas que ha pasado y los lugares en los que ha hecho clic.

Influencer: es una persona en redes sociales que tiene influencia sobre otros usuarios.

Lead: el usuario demuestra interés en un producto o servicio y facilita sus datos para recibir más información.

Neuromarketing: da una respuesta a la forma de actuar que tienen los clientes, con los impulsos que reciben al ver un producto o hacer la compra.

Remarketing: va dirigido a los clientes que antes ya hicieron clic en el anuncio o han visitado el sitio.

SEO (Search Engine Optimization): son técnicas que una marca hace para obtener una posición superior en un buscador.

WoM (Word of Mouth): manera de hacer publicidad basada en las opiniones de los clientes.

Marketing de display: es la estrategia que utiliza la exhibición de banners en los blogs y portales mediante la red.

INTRODUCCIÓN

La industria del maquillaje es un sector que está creciendo rápidamente, tan solo en México produce más de 300 millones de empleos y representa el 1% del producto interno bruto (PIB), además, nuestro país ocupa el décimo lugar en consumo de cosméticos a nivel mundial, de acuerdo con información de (Canippec , 2017).

Es evidente, que es un sector con gran oportunidad de negocio y también de nuestro interés, por ello surgió la creación de una comercializadora de maquillaje de nombre “**Makeup For You Mx**”, la historia de este establecimiento inició en el año 2017 por Paulina León y Vélez, una universitaria apasionada por la belleza que se le puede atribuir a hombres y mujeres a través del maquillaje, cautivada por los cosméticos no dudaba en adquirir las nuevas líneas y de las marcas en tendencia y de alta gama, pero al percatarse de que solo las podía adquirir cuando realizaba viajes al extranjero se vino a la mente la noción de suministrar cosméticos, maquillaje de alta calidad, maquillaje de lujo y suplementos alimenticios para rejuvenecimiento, y como una mujer emprendedora y visionaria decidí llevar a *Makeup for you mx* al siguiente nivel, el cual fue hacer oficial mi comercio electrónico a través de una cuenta en Instagram y comencé con la búsqueda de beauty bloggers e influencers para poder llegar a los clientes potenciales de diferentes estados de la república y para darle mayor formalidad, se creó la página web para realizar directamente las compras en línea, actualmente comercializamos más de 45 marcas de maquillaje, estamos en constantes colaboraciones con figuras públicas y una comunidad en Instagram con más de 17,000 seguidores.

Como toda empresa es esencial establecer la misión y visión, como parámetro para nuestras estrategias y la imagen del negocio, por lo tanto, nuestra misión es la siguiente: “Una tienda en línea con el cometido de importar en México las marcas de maquillaje mejor valoradas y productos para el cuidado de la piel que son complejos de adquirir en el país y suministrarlas a la puerta de tu casa, desde cualquier Estado de la República Mexicana”.

Por otra parte, nuestra visión es: “Ser la distribuidora de maquillaje más prestigiosa del país, con múltiples canales de distribución capaz de satisfacer a los clientes más selectos del país”.

Y como ya hemos mencionado anteriormente, para expandir nuestra comercializadora en el universo electrónico, se necesitan cumplir estándares muy altos, como mantener un sitio web optimizado, realizar publicaciones atractivas, responder preguntas al instante, entre otros desafíos y se pretende que a través de esta actividad se logra una investigación sensata de las herramientas de social media, que nos permitan mayor visibilidad de nuestra tienda, alcance a nuevos clientes potenciales, interacción con nuestra comunidad, la gestión propia del negocio, para así lograr nuestras metas de crecimiento.

En el camino de extender nuestro negocio, se han ido identificado algunas problemáticas, como ya se ha dicho establecer tu propia empresa virtual o físicamente requiere mucho esfuerzo, tiempo, conocimientos y estándares, nosotros con el objetivo de suministrar el maquillaje y posicionarnos como la mejor comercializadora de cosméticos en la república mexicana hemos implementado distintas estrategias y a partir del resultado de estas, hemos encontrado que:

- ✓ Debemos obtener mayor interacción con nuestra audiencia, a través de contenido que los motive a participar.
- ✓ Cumplir con nuestras metas de crecimiento, a través de la difusión de nuestra empresa.
- ✓ Incitarlos a la acción de compra en la página web.

Dicho esto, consideramos que la implementación de distintas herramientas de social media contribuirán a una mejora de la empresa, ya que a través de estas, según (Social Ads, 2019) se genera un intercambio entre las empresas y los clientes, asimismo, se satisfacen necesidades a través de los productos o servicios puestos a disposición de los consumidores por medio de la página web, así mismo, nos brinda credibilidad ante los clientes potenciales y nos ayuda a ser visibles en los buscadores, de ahí la importancia de implantas ciertas herramientas que nos permitan el análisis, gestión y crecimiento en *Makeup for you mx*.

Ahora bien, respecto a las herramientas de social media que actualmente se implementan están las siguientes:

Empleamos la plataforma de e-commerce *Shopify*, la cual resulta ser un sistema de gestión de contenidos y nos permite diseñar nuestra tienda online a nuestro gusto sin necesidad de tener conocimientos en programación, resulta muy sencillo, ello justifica su elección para nuestro negocio. Los datos de (Hostinger Tutoriales, 2021) mencionan que es la plataforma líder mundial en ventas por internet, cobran un 2% de las ventas totales aplicadas al sitio y aparte \$312 dólares al año, que equivale a \$6218.95 pesos mexicanos, (tipo de cambio al 14/06/2021 por Coinbase), de igual forma, brinda ocho herramientas necesarias desde un panel de

control para manejar la tienda: inicio, pedidos, productos, clientes, informes y estadísticas, marketing, descuentos y aplicaciones.

De acuerdo con la información del sitio web de (Shopify, 2021), la importancia de cada herramienta:

- ✓ Inicio: brinda una visión general de la tienda, los pedidos que han realizado en el último mes tus clientes, los que necesitan revisión, los que necesitan prepararse para envío, los pagos que tienes que capturar y otras visiones generales del sitio.
- ✓ Pedidos: muestra los pedidos que ha tenido la tienda y que artículos tiene cada pedido, así como la cantidad de pedidos que se han recibido.
- ✓ Productos: es el sitio donde ves tu stock disponible en la tienda y lo gestionas.
- ✓ Clientes: en este se obtiene la información de los clientes que han comprado en la tienda, datos como su correo electrónico, nombre, teléfono y también podemos designar grupos de clientes y analizar qué es lo que cada cliente busca.
- ✓ Informes y estadísticas: otorga el informe completo de nuestra tienda, ventas totales, ventas del día, ventas de la semana, cuantos clientes han visitado la tienda, cuantos clientes dejaron un carrito abandonado, etc.
- ✓ Marketing: herramienta que administra el tráfico del sitio por medio de aplicaciones de marketing, ya sea *Facebook Ads*, o cualquier sitio de publicidad, ahí se puede ver como va la campaña del sitio a comparación de las visitas que has recibido.

- ✓ Descuentos: esta se utiliza cuando queremos dar un descuento en todo el sitio, o en algunos productos, ahí generamos un código para que el cliente lo aplique en el proceso de compra.
- ✓ Aplicaciones: son las aplicaciones que ofrece SHOPIFY, hay de pago como gratuitas, muchas ayudan a mejorar el diseño de la pagina, otras a manejar el tráfico, entre otras.

De igual forma, una de las redes sociales y que al mismo tiempo se convierte esencial para la expansión y difusión de *makeup for you mx* es Instagram y crea mejores beneficios ahora con su canal de venta online que nos conecta a potenciales clientes directamente con su *e-commerce*, es decir, *Instagram Shopping* se convierte en la herramienta exclusiva del gigante Instagram que nos permite a nosotros como marca o negocio ofrecer sus productos a través de la plataforma.

Para aprovechar el poder de Instagram, es fundamental que nosotros, los emprendedores activemos esta funcionalidad en nuestra cuenta de empresa y la incluyamos como estrategia en redes sociales.



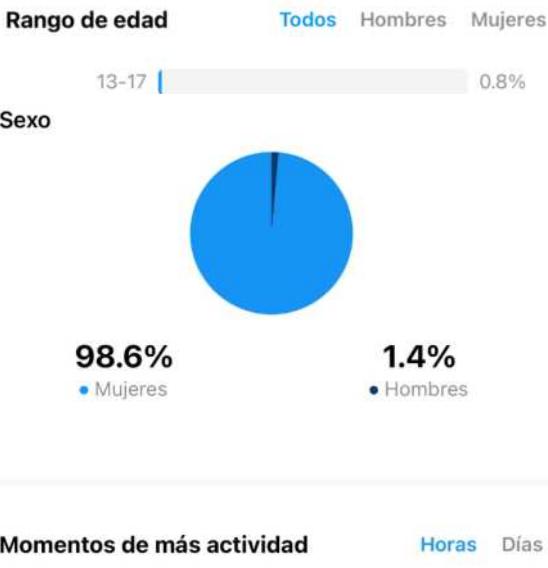
A la brevedad, algunas estadísticas de Instagram de los últimos 7 días, de *Makeup For You Mx*:

El siguiente grafico nos muestra que la pagina cuenta con 17,168 seguidores, en periodo de siete días, se obtuvieron 14 nuevos seguidores y, por el contrario, nos dejaron de seguir 57 personas, esto nos indica que sin duda debemos trabajar en estrategias para mantener a nuestra comunidad y

aportarles contenido de valor.

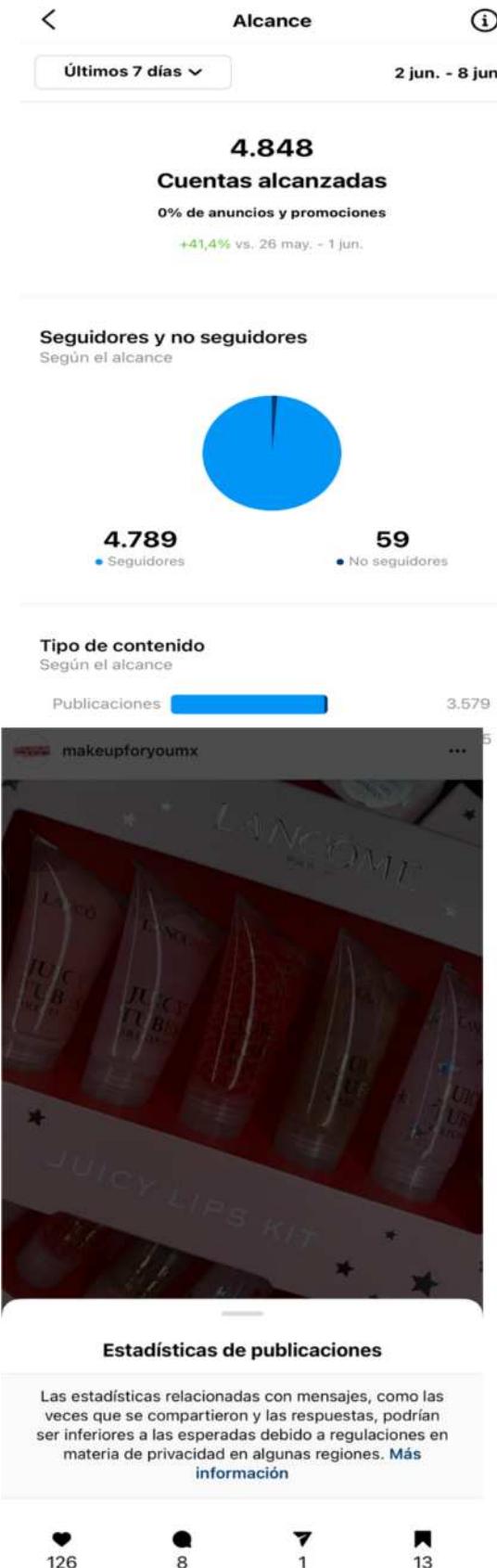


En este gráfico de barra podemos notar que el 18% de las personas que nos siguen, son de la ciudad de México y el rango de edad son personas entre 25 y 34 años, representando el 52.5% de nuestra comunidad.



Este gráfico representa las estadísticas de las diferencias que hay en nuestra comunidad en cuanto a género, siendo la mayor parte de nuestra audiencia, 16,927 mujeres ocupando un 98.6% y 240 hombres representando un 1.4%.





Según *Instagram Insights*, nos arrojó que del 26 de Mayo al 1 de Junio, se obtuvo un alcance de 4,848 personas, cabe mencionar que este crecimiento fue sin haber implementado alguna campaña publicitaria y lo que nos proporciona esto valiosos números es por medio del alcance que se genera a través de nuestras publicaciones.

Nuestra última publicación a la fecha del 14/06/2021, nos indica que se obtuvieron 126 *likes*, 8 comentarios que buscan consultar el precio del producto y 1 persona envió por mensaje privado esa publicación y 13 personas la guardaron.

Actividad del perfil

vs. 26 may. - 1 jun.

Visitas al perfil

348

-27,9%

Toques en el sitio web

93

-6,1%

Toques en el botón "Correo"

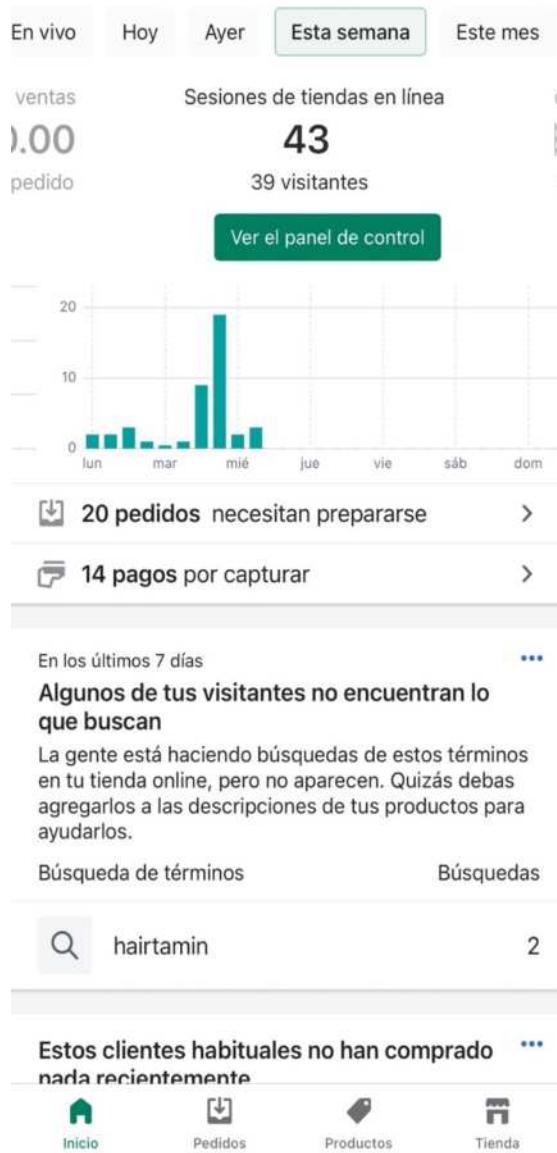
0

0%

La actividad en el perfil, según *Instagram Insights*, nos muestra que 348 nuevas personas visitaron el perfil de *Makeup For You Mx*, aunque representa un -27.9% de lo que anteriormente visitaban y 93 personas de nuestra comunidad se dirigieron a la página web.

Cabe señalar, que toques en el botón “correo” no tiene ninguno porcentaje porque solamente se utiliza para algún inconveniente con él envío, etc. y, por el contrario, lo hacen por mensaje directo en Instagram

Ahora bien, ya hemos hablado de la importante que resulta *Shopify* para nuestro comercio electrónico y para corroborarlo, me permito exponer las siguientes gráficas:



Shopify, se encarga de llevar un control muy completo de nuestra página, además de que reconoce algún tipo de fraude a la hora de que intentan hacer compras, esa es una de las razones por la cual preferimos trabajar con esta herramienta.

Para empezar, muestra cuantas sesiones ha habido en la tienda y de cuantas personas. Para la rentabilidad de nuestro negocio debemos saber identificar las preferencias de las personas y sobre todo de nuestro *buyer persona* para suministrar en nuestro inventario los productos preferidos por nuestra

comunidad, asimismo, *shopify* nos proporciona el número de personas interesadas que entran a ver el producto.

En los últimos 14 días

•••

Productos más vistos con mayor frecuencia

Los productos más vistos tienen más probabilidades de ser comprados.

Producto

26 may.-8 jun.



MORPHE X JAMES CHARLES
THE MINI PALETTE

21 view



Mini Juicy Tubes Original Lip
Gloss Set

17 view



Shape Tape Contour Concealer 12 view

Estos clientes habituales no han comprado nada recientemente

Otra de las ventajas de este sistema de gestión, es que te permite realizar un análisis de las personas que no han regresado a comprar a la página y cuando fue su último pedido y la cantidad.

Intenta enviarles un código de descuento por correo electrónico para alentarlos a realizar su próxima compra.

Cliente

Fecha del último pedido



ERIKA MANCILLA

Total gastado hasta la fecha:
\$ 1,010.00

9 mar. 2021



Araceli Servin Tabarez

Total gastado hasta la fecha:
\$ 4,378.00

5 oct. 2020



Daniela González Arguello

Total gastado hasta la fecha:
\$ 7,475.00

31 dic. 2020

De igual forma, con la intención de ampliar el alcance y aumentar el conocimiento de *makeup for you mx* se han realizado distintas colaboraciones con “*beauty bloggers*” para crear campañas poderosas que pongan la marca en un lugar de

Aprende sobre tácticas de retención de clientes

máxima visibilidad y repercusión, para obtener ventajas respectivamente de conversión.

El uso de *influencers* como una herramienta de marketing genera muchas posibilidades, ya que se crea una nueva vía para nosotros como marca porque nos permiten conectar con el público objetivo de forma instantánea y directa a gran escala.

A continuación, los resultados de las previas colaboraciones:

INFLUENCER	PAGO	SEGUIDORES ARriba	AÑO	VENTAS
SOFIA GUILLEMIN	800	1200	2017	5,000
MARIANA RODRÍGUEZ	5,000	5,000	2017	27,000
PAULINA FLORENCIA	0	2500	2020	33,000
FERNANDA RANVI	0	50	2020	0
EUGENIA RODRIGUEZ	5,500	150	2020	20,000
KAREN MUÑOZ	3,500	120	2019	8,000
BEAUTY TIPS BY ANINA	0	90	2021	2,000
VALERIA SERNA	1,500	200	2019	7,900
ALE ROSCHELL	500	150	2021	5,200
PAMELA MC BEATH	0	500	2018	4,000
LULU PANTOJA	5,500	150	2018	6,000

Como se puede observar en la tabla anterior, el resultado que se obtuvo fue distinto de acuerdo con la audiencia de cada *influencer* y con base a eso es lo que ellas cobran, pero es importante tener en mente no dejarnos guiar por un gran número de seguidores, porque esto no te garantiza que crecer tu audiencia, es por ello, que se debe elegir *beauty blogger* correcto.

Sin embargo, es claro que debemos analizar a profundidad los resultados de las estrategias de marketing para realizar mejoras en *makeup for you mx*, se podría hacer a través de la medición del rendimiento para conocer a que nos ha llevado la inversión de nuestros recursos y para saber como medir, debemos saber que es lo que se tiene que medir y esto se puede obtener por medio de los indicadores clave de rendimiento, conocidos como *KPI* (*Key Performance Indicators*).

Según (Molvinger, 2020) nos dice que los *KPI* nos ayudan a analizar Instagram, que es nuestra red social donde se genera el contenido y queremos mejor el alcance y crecimiento, de tres factores:

1. La cuenta.
2. Instagram Stories.
3. Métricas para las campañas de *Instagram Ads*.

Métricas para la cuenta:

- **Número de seguidores:** ver el balance de seguidores, cuántos seguidores se han ganado y cuántos se han perdido para ver cómo crece la cuenta. Además, resulta interesante consultar datos demográficos de los seguidores para tener en cuenta en la futura estrategia de contenidos, especialmente, el porcentaje de hombres y mujeres, edad, ciudades y país del que proceden.

- **Visitas al perfil:** el número de veces que se ha visitado tu perfil de Instagram.
- **Uso del hashtag:** en el caso de que tu marca haya creado un hashtag propio, es muy importante monitorizarlo y ver si se utiliza o no.

Análisis de post e *Instagram Stories*:

- **Engagement:** son las interacciones que muestran los usuarios con los contenidos, la tasa de engagement se calcula con el número de interacciones totales (del post o de la story) dividido por el número de seguidores.
- **Impresiones:** son las impresiones del contenido publicado en un período de tiempo determinado. Este valor equivale al número de veces que el post o story ha sido visto, contando que el mismo usuario ha podido ver la publicación repetidas veces.
- **Alcance:** es el número de cuentas únicas que han visto cualquiera de tus publicaciones. A diferencia de las impresiones, en este caso hablamos de usuarios únicos y no de total de visualizaciones.

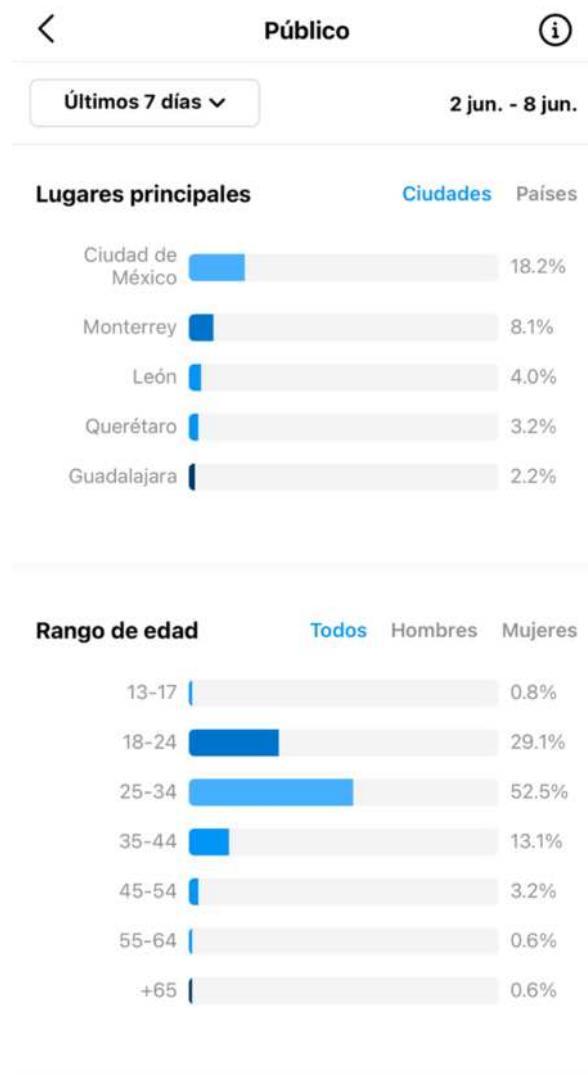
Mencionado esto, la herramienta que consideramos correcta para medir el rendimiento de la cuenta es ***Instagram Insights***, esta nos permite realizar un análisis que viene integrada por defecto en Instagram cuando te creas una cuenta profesional (perfil de empresa).

Ya se ha expuesto que nos permite ver los principales datos demográficos de nuestros seguidores y también el rendimiento de los posts y campañas, pero muy a grandes rasgos, asimismo, resulta útil para indicarnos los picos de hora y los días en los que tu audiencia consume más Instagram y

publicaciones más populares, además, hace un pequeño resumen de las impresiones y el alcance de la cuenta.

Métricas más importantes que tiene en cuenta:

- Cuentas alcanzadas
- Impresiones
- Interacciones con el contenido (con los posts, con las historias y con los vídeos de IGTV)
- Visitas al perfil
- Clics en el sitio web



Obtenido de makeup for you mx, 2021.
(<https://www.instagram.com/makeupforyoumx/?hl=es-la>)

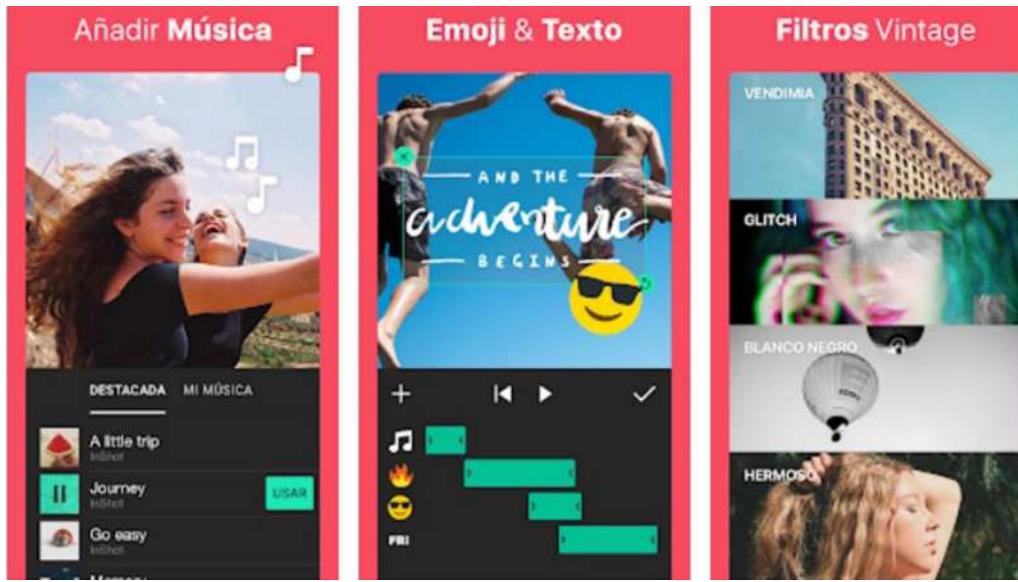
Otro objetivo de nuestra empresa es aportar contenido de valor que de alguna forma resulte con mejor rendimiento y consideramos que una estrategia es a través de videos o *reels* donde se pueda mostrar el producto y uso, según (Moreno, 2020) se ha demostrado que el vídeo marketing es la mejor herramienta para promocionar un producto, potenciar la imagen de una marca y para captar leads y para obtener eso, vamos a utilizar la herramienta:

InShot:

Con esta herramienta podemos crear videos creativos que al mismo tiempo se puede utilizar como *reels*, (una nueva función que como usuarios nos permite utilizar fragmentos de temas musicales para hacer clips de video y una de sus ventajas es que atrae al público más joven y nos ayuda como marcas a potencializar nuestro alcance).

En *InShot* se pueden agregar filtros, música, efectos, recortar clips, cambiar el formato del video, modificar la velocidad del video, entre otras muchas funciones.

De la misma forma según (Moreno, 2020) tiene una interfaz sencilla y fácil de utilizar, junto con opciones de edición de videos muy completas en su versión free.



Como es evidente, estas herramientas te permiten realizar un análisis a profundidad para percibir que es lo que se debe mejorar y desarrollar estrategias para nuestra comercializadora y como es bien sabido en el mundo del *marketing* se debe crear contenido de valor que despierte el interés de nuestra audiencia a la que queremos llegar y esto lo podemos lograr a través de identificar nuestro *buyer persona*, ya que con esto podemos conocer las inquietudes e intereses de nuestros clientes y no olvidemos lo más importante cómo los busca y dónde.

Es muy importante tener muy clara la idea de nuestro *buyer persona*, para lograrlo, necesitamos reunir mucha más información, que no sólo nos ayudará a crear el contenido con el enfoque adecuado, sino la estrategia de contenido de forma global, es decir, de nuestra imagen de marca y la selección de canales a través de la que haremos la difusión.

A continuación, el perfil de nuestro cliente ideal:

DANIELA ARRIAGA

Diseñadora de Interiores Arquitectónico, 29 años

DATOS DEMOGRÁFICOS

Vive en CDMX

Ocupación: Diseñadora en Proyectos Arquitectónicos en una cadena
de restaurantes

Nivel de Cargo: Empleada

Nivel Educativo: Maestría

LE MOTIVA:

Que las personas tengan una buena experiencia en el lugar, que el espacio sea un ambiente agradable y a la vez cálido. Siempre con la intención de que las personas salgan con ganas de querer regresar

LE DESMOTIVA:

Que a veces no tiene tiempo para todos los pendientes.

NECESIDADES:

Aprender a calcular los tiempos y saber organizarse para poder ahorrar mejor

METAS Y DESEOS:

Buscar y encontrar materiales que cada vez sean más sustentables, pero al mismo tiempo no incremente tanto el costo.

Poder hacer algo qué tal vez no sea tan caro pero al mismo tiempo sea durable y bueno.

GUSTOS Y AFICIONES:

Los perros, estar con la familia, novio, amigos y seguir creciendo en todos los ámbitos

SU COMPORTAMIENTO EN INTERNET:

El 60% del día, esta en su célula

A redes sociales le dedica el 50%

Los grupos a los que pertenece en redes sociales son de Maquillaje, healthys, perros, de humor, diseño y amigos

Una vez identificado, podemos percibir que gracias a esta información podemos conocer mejor el público al que nos dirijamos, saber qué tipo de contenido crear y con qué estilo hacerlo, así como los datos sociodemográficos que nos ayuden a la creación de contenidos respecto a los temas a tratar.

De igual modo, tenemos un conocimiento de cómo interactúa nuestro cliente, qué redes sociales usa, qué blogs sigue y qué búsquedas hace en internet y a partir de esto podemos emplear distintas estrategias efectivas y no actuar con incertidumbre y riesgos.

CONCLUSIÓN

Finalmente, con esta investigación esperamos establecer estrategias de marketing adecuadas que consientan distintas ventajas como: tener más ventas y de manera constante, hacer posible el crecimiento de la empresa y poder mantenerla, entender que es lo que buscan los clientes y satisfacer sus necesidades e incluso superar sus expectativas, ya que para Makeup For You Mx los clientes son primordiales y por supuesto fortalecer la relación con el mercado meta y destacar entre la competencia.

Este proyecto ayudo mucho a la empresa Makeup For You Mx para darse cuenta en lo que estaban fallando y sin duda, todo lo aprendido se pondrá en marcha cuanto antes para ver cambios favorables para el negocio.

BIBLIOGRAFÍA

- Canipec . (2017). *canipec.org.mx*. Obtenido de Cámara nacional de la industria de productos cosméticos:
<https://canipec.org.mx/tenemos-que-hablar-sobre-la-importancia-del-maquillaje/>
- Entrepreneur. (2021). *ADN 360°*. Obtenido de
<https://adn360.mx/articulo?alias=Por-que-tu-negocio-debe-tener-una-pagina-web>
- Hostinger Tutoriales. (2021). *Hostinger.mx*. Obtenido de
<https://www.hostinger.mx/tutoriales/mejores-plataformas-ecommerce/>
- Molvinger, A. (2020). *Inboundcycle.com*. Obtenido de
<https://www.inboundcycle.com/blog/de-inbound-marketing/mejores-herramientas-para-analizar-instagram>
- Shopify. (2021). *Shopify.mx*. Obtenido de <https://www.shopify.com.mx/>
- Social Ads. (2019). *Antevenio.com*. Obtenido de
<https://www.antevenio.com/blog/2019/02/herramientas-de-social-media/>