

Proyecto de Pasantía para opción de Grado

Áreas de marketing, ventas y diseño

Nombre del Estudiante

Paula Andrea Bolaños Molina

Código estudiantil

44718

Programa Académico

Diseño de Modas

Universidad ECCI

Director Pasantía

Mildred Yaneth Escobar Ladino

Asesora

Docente

Bogotá, D. C.

Septiembre, 2021

Tabla de Contenido

RESUMEN	5
ABSTRACT	6
INTRODUCCION	7
1. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA	8
1.1 razón social	8
1.2 ubicación	8
Figura 1: Ubicación de la empresa Dajall tejidos en mostacillas	8
1.3 creación de nombre Dajall	8
1.4 logotipo	9
Figura 2: Logotipo Dajall	9
1.5 Misión	9
1.6 Visión.....	9
1.7 Valores	9
1.8 Estructura organizacional	10
2. Desarrollo de actividades	10
2.1 Descripción de las Actividades Realizadas	10
1. Asistir de manera efectiva a nuestro encargado del área de marketing y ventas. ...	10
1.1. Área de marketing	10
• ADN de marca	10
• Categorización de audiencias para campañas digitales	10
• Creación de contenido digital.	11
ADN DE MARCA	11
Figura 3: Enfoque social de Dajall	11
figura 4: Segmentación de mercado	11
Figura 5: Perfil del cliente de Dajall.....	12
CATEGORIZACIÓN DE AUDIENCIAS PARA CAMPAÑAS DIGITALES.....	12
Figura 6: Mapa de empatía (Montana, 2021).....	13
CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL.....	14
SEO DE LA MARCA	14
VOZ DE LA MARCA.....	14
Figura 7: Infografía de voz de marca	15
1.2. Área de ventas	16

Grafico 1: Ventas en % de Dajall	16
Grafico 2: Ventas en \$ de Dajall	16
2. Desarrollo de nuevos contenidos para las redes sociales	17
2.1. Área de marketing: publicidad por redes sociales	17
Figura 10: Publicaciones en redes sociales	17
ENTREVISTA FACEBOOKFORBUSINESS	18
Figura 11: Entrevista de facebookbusiness a la fundadora de Dajall (Jaramillo, Tejidos Dajall, 2021)	18
2.2. Área de diseño (colección de tapabocas bordados a mano)	18
Figura 12: Publicación de colección de tapabocas estampados	19
Figura 13: publicación de colección de tapabocas bordados	19
Figura 14: publicación de colección de tapabocas bordados y estampados en el exterior	20
2.3. Área de diseño (colección de chaquetas de jean intervenidas con bordados)	20
Figura 15: Dibujo a plano de colección de chaquetas en jean	21
Figura 16: Mensaje de Bogotá local	22
3. Atención del cliente en forma digital y presencial	22
3.1. FERIA EVA	22
Figura 17: Publicaciones de historias de la feria EVA	23
3.2. TODOS SOMOS AMAZONAS	23
Figura 18: Feria todos somos amazonas	24
3.3. FERIA DEL HOGAR	24
Figura 19: Stand colgante de la feria del hogar	25
Figura 20: Stand completo de la feria del hogar	25
4. Apoyar en la búsqueda de clientes	26
Tabla 1: Base de datos	27
5. Apoyar le análisis de resultados de campaña	27
BUYER PERSONA	27
1. BUYER PERSONA	27
2. BUYER PEROSNA	28
3. BUYER PERSON	29
2.2. Cronograma de actividades	30
2.4. Objetivo específicos	34
2.5. Descripción del problema	34
2.6. Diagnóstico de la empresa	34
2.7. Análisis dofa en el área de marketing	35
2.7.1 Debilidades:	35

2.7.2	Oportunidades:	35
2.7.3	Fortalezas:	35
2.7.4	Amenazas:	36
2.8.	Análisis dofa en el área de ventas	36
2.8.1.	Debilidades	36
2.8.2.	Oportunidades	36
2.8.3.	Fortalezas	36
2.8.4.	Amenazas	37
2.9.	Análisis dofa en el área de diseño	37
2.9.1.	Debilidades	37
2.9.2.	Oportunidades	37
2.9.3.	Fortalezas	37
2.9.4.	Amenazas	37
2.10.	Estrategia de mejora	38
3.	Resumen de insights de la marca	40
3.2.	Crecimiento general de la marca	40
	Figura 21: Crecimiento de marca	41
3.3.	Lugares destacados	41
	41
	Figura 22: Lugares destacados	41
3.4.	Intervalo de edad	41
	Figura 23: Intervalo de edad	42
3.5.	Genero.....	42
	Figura 25: Genero	42
3.6.	Momentos de más actividad	43
	Figura 26: Momentos de más actividad	43
4.	Conclusiones.....	43
5.	Solución	44
6.	Recomendaciones	44
	Bibliografía	45

RESUMEN

El siguiente documento es el informe que contiene lo más relevante sobre el periodo de las pasantías que realice en la empresa **Tejidos Dajall**, en el que se desempeñó mis habilidades como diseñadora de modas y mis conocimientos sobre Marketing Digital donde aplique con el fin de dar un ágil reconocimiento de fallas que se tenía en el momento de hacerse conocer mediante las redes sociales o los medios de comunicación en los que se veían y dar un diagnóstico de ventas. En el primer indicador se muestra una breve reseña sobre la empresa, en el segundo indicador se muestran las funciones como pasante y se hace un análisis riguroso para dar con las fallas y plantear una estrategia para la solución de ventas bajas, dando soluciones a los problemas de marketing, con el objetivo de alcanzar metas y tener un avance en el desarrollo del crecimiento de la empresa. Para finalizar en el último indicador se ven reflejadas las conclusiones, los aportes sobre la pasantía, planes de acción que desarrollara la empresa y las soluciones.

ABSTRACT

The following document is the report that contains the most relevant information about the period of the internships carried out in the company **Tejidos Dajall**, in which my skills as a fashion designer and my knowledge about Digital Marketing where applicable in order to give a agile recognition of failures that were had at the time of making themselves known through social networks or the media in which they were seen and give a sales diagnosis. The first indicator shows a brief review of the company, the second indicator shows the functions as an intern and a rigorous analysis is made to find the faults and propose a strategy for the solution of low sales, giving solutions to the problems marketing, in order to achieve goals and have a breakthrough in the development of the growth of the company. Finally, the last indicator reflects the conclusions, the contributions about the internship, action plans that the company will develop and the solutions.

INTRODUCCION

Este informe final de Pasantía en la empresa Tejidos Dajall recolecta el desarrollo y la evolución de aprendizaje. Cabe descartar que Diana Jaramillo es una artesana contemporánea que elabora tejidos en mostacillas, ella es la principal fundadora de la empresa Dajall donde cumple con una experiencia de 7 años. Todo comenzó cuando ella en sus pasatiempos realizaba estos innovadores tejidos. Poco a poco ella al ir realizando esto constantemente, se terminó dando cuenta que se estaba convirtiendo en su mayor pasión al ver cómo iban tomando forma sus creaciones, cada joya diseñada por ella es única y cuenta con un significado ancestral. (Jaramillo, Tejidos dajal , 2021)

En la búsqueda de aumentar sus ventas se implementaron bases de marketing digital donde fue necesario buscar a una pasante para la realización de este proceso. Poco después se llevó a cabo un convenio con la empresa Dajall tejidos en mostacillas, con el fin de entrar a este equipo de trabajo y poder darle así una solución a las carencias que tenía la empresa.

Una vez adentro de la empresa Dajall lo primero que me delegaron fueron las funciones principales de marketing digital como: la implementación de estrategias y métodos para incrementar las visitas y ventas, donde tuve que utilizar un software de diseño para desarrollar nuevos contenidos diarios e innovadores para las redes sociales. Mi segunda función estuvo en el área de diseño donde realice una colección de tapabocas bordados a mano y estampados intervenidos con hilos y mostacillas, junto a otra colección de chaquetas de Jean intervenidas con bordados y diferentes funciones de uso. Mi tercera función se enfocó en el área de atención al cliente donde permanentemente tuve que atender tanto digital como presencial las súplicas de los clientes, finalmente mis últimas funciones se centraron en la búsqueda de clientes y el análisis de las campañas.

1. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

1.1 razón social

Dajall, tejidos en mostacillas

1.2 ubicación

Carrera 68b #96-70, Bogotá



Figura 1: Ubicación de la empresa Dajall tejidos en mostacillas

1.3 creación de nombre Dajall

Nuestra marca es “Dajall” Tejidos en Mostacilla, representa mi nombre abreviado (Da: Diana - Jall: Jaramillo), por ser la líder de este emprendimiento, pero, sobre todo, representa a un equipo de trabajo de tejedores Dajall, en su mayoría de origen capitalino. Esta marca fue registrada en el año 2016, gracias a una alianza entre Artesanías de Colombia y la Superintendencia de Industria y Comercio. Actualmente somos una empresa con un enfoque social (trabajos con mujeres cabezas de familia de la ciudad de Bogotá) y desarrollo de joyería artesanal vanguardista, innovadora e inspirada por nuestra ciudad Bogotá. (Jaramillo, Manual de Marca , 2020)

1.4 logotipo



Figura 2: *Logotipo Dajall*

1.5 Misión

La misión de “Dajall” Tejidos en mostacilla es trabajar en el desarrollo de artesanías vanguardistas, brindando a nuestros clientes productos de bisutería y otros accesorios de uso personal.

1.6 Visión

En Dajall queremos fortalecer y ampliar nuestra red de trabajo en los próximos 3 años, beneficiando así a artesanos que se dediquen en diferentes oficios principalmente los tejidos en mostacilla y joyería.

1.7 Valores

Innovadores, creativos, diferentes, experiencias, versátiles, empáticos, conectados con lo ancestral y Cosmológicos.

1.8 Estructura organizacional

GERENTE: Sandra Milena Jaramillo Delgado es la encargada de planificar, organizar, controlar, analizar, calcular y conducir el trabajo de la empresa.

CONTADOR: María Isabel Jaramillo Delgado es la encargada de llevar la contabilidad de la empresa y llevar un balance de los ingresos y gastos.

AREA DE MERCADEO: La Pasante Paula Andrea Bolaños Molina se encargó de llevar un seguimiento en el área de mercadeo con el fin de aumentas las ventas y el flujo de seguidores.

AREA DE DISEÑO Y PRODUCCION ARTESAL: Diana Marcela Jaramillo Delgado es la principal encargada de diseñar los accesorios e innovar constantemente.

AREA DE VENTAS: Christian David Cely Morales se encarga de llevar las ventas y supervisar los productos para el bienestar del cliente.

2. Desarrollo de actividades

2.1 Descripción de las Actividades Realizadas

1. **Asistir de manera efectiva a nuestro encargado del área de marketing y ventas.**

1.1. Área de marketing

Mediante clases de marketing digital proporcionadas por la cámara de comercio, se implementó nuevas teorías sobre el manejo de redes sociales para la creación de nuevo contenido y el crecimiento de la fanpage, tales como:

- ADN de marca
- Categorización de audiencias para campañas digitales

- Creación de contenido digital.

ADN DE MARCA

Se creó un portafolio digital resaltando los valores de la marca, enfoque social, la segmentación del mercado y el perfil del cliente, en la cual se tuvo una asesoría de ADN de mood board por parte de Fiorella Perini, donde nos resalta el trabajo en equipo por los avances.



Figura 3: Enfoque social de Dajall



figura 4: Segmentación de mercado

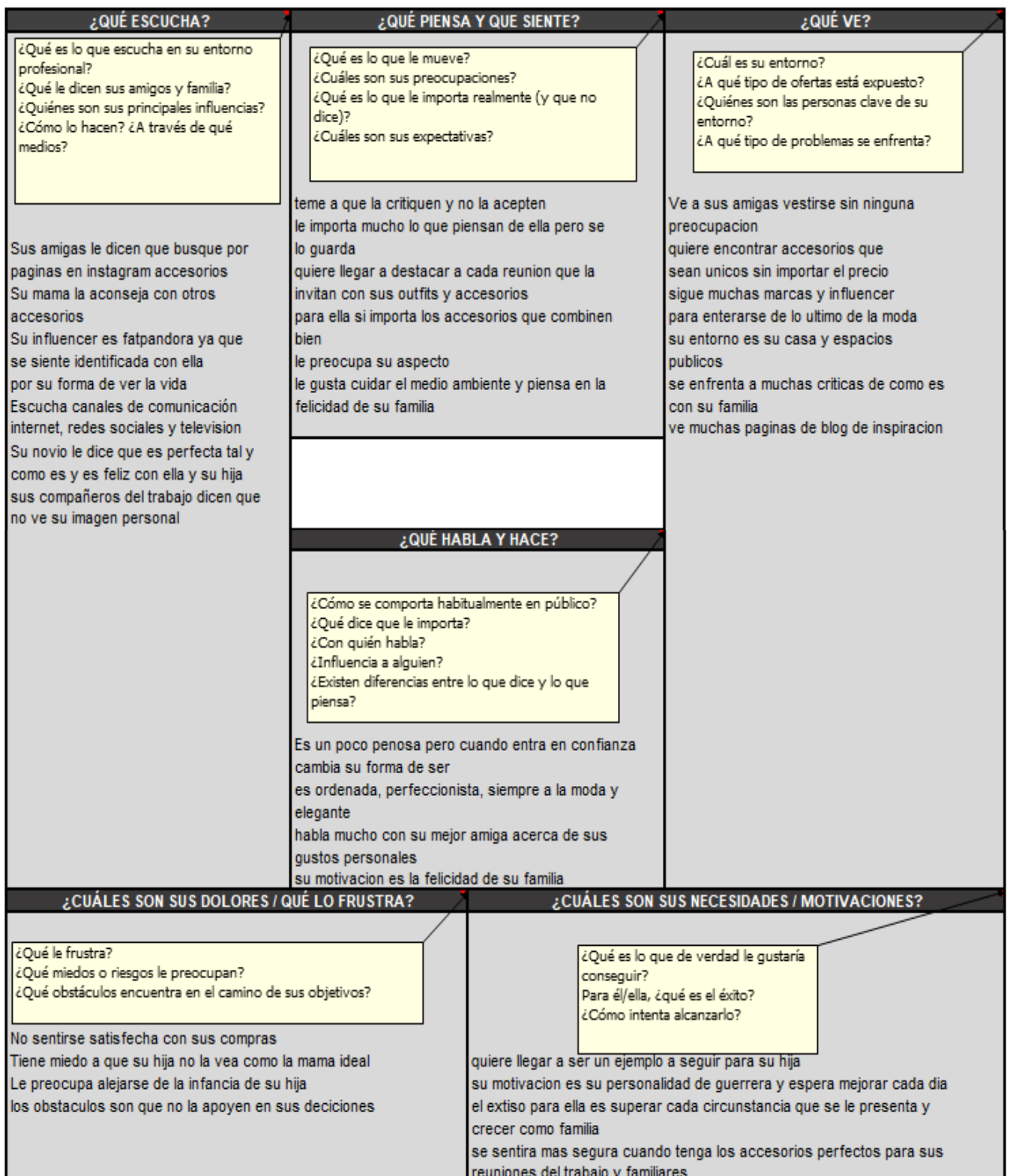


Figura 6: Mapa de empatía (Montana, 2021)

CREACIÓN DE CONTENIDO DIGITAL

El tema de creación de contenido digital nos ayudó a fortalecer las bases digitales de la empresa Dajall de manera que se describió el SEO de la marca para una búsqueda más fácil, definiendo así el título y el subtítulo.

SEO DE LA MARCA

“En Dajall elaboramos joyas artesanales basándonos en los tejidos ancestrales, están intervenidos con innovadores diseños y técnicas como el origami. Estamos inspirados en los cerros santafereños, en la fuerza de las montañas. Son tejidas por manos artesanales rolas, cada forma y cada color es una pieza única y armoniosa. La marca escrita en mayúscula busca indicar que hay una connotación fuerte y poderosa al momento de identificarse visualmente, nuestros colores corporativos se consideran aspectos como la humanidad, felicidad, amor, armonía y paz. Esta marca fue registrada en el año 2016 gracias a una alianza entre artesanías de Colombia y la superintendencia de industria y comercio”.

VOZ DE LA MARCA

Por otro lado, profundizamos en la comunicación y personalidad de la marca, por medio de una infografía definimos el personaje, el tono, el lenguaje y el propósito que tiene la marca Dajall tejidos en mostacillas.

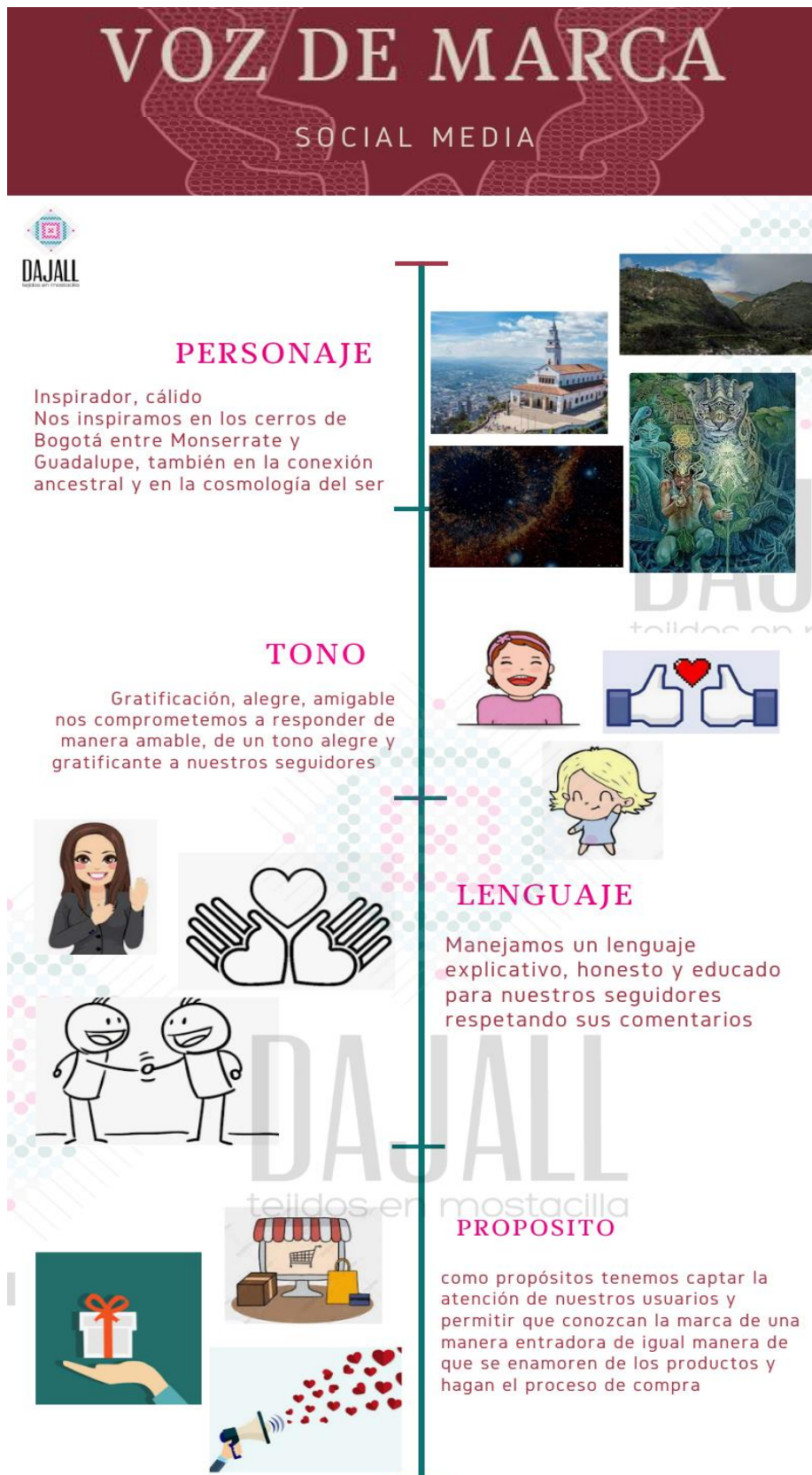


Figura 7: Infografía de voz de marca

1.2. Área de ventas

Gracias a la participación de ferias tales como; feria Eva, todos somos amazonas y feria del hogar y durante el transcurso de las ferias se pudo observar que hubo un aumento significativo en las ventas, donde se incrementó de un 4% a un 34% lo que significa que la empresa alcanzó resultados gratificantes.

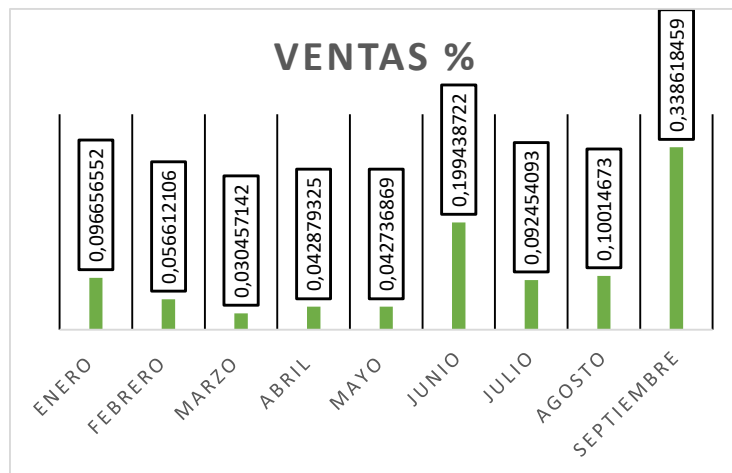


Gráfico 1: Ventas en % de Dajall

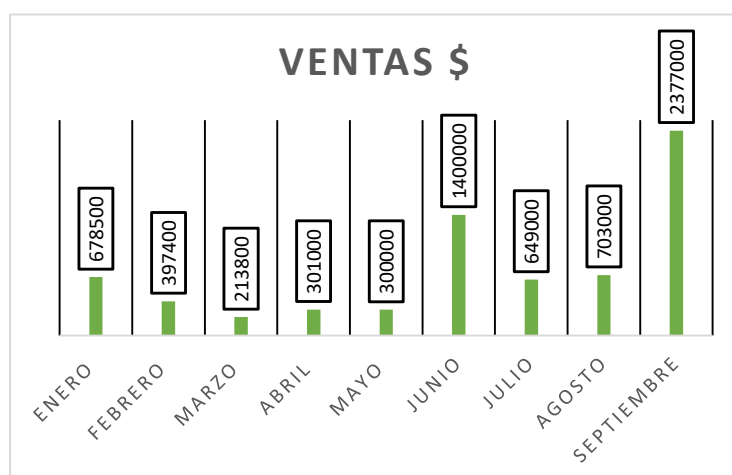


Gráfico 2: Ventas en \$ de Dajall

2. Desarrollo de nuevos contenidos para las redes sociales.

2.1. Área de marketing: publicidad por redes sociales

En área del marketing se desarrolló contenido publicitario por medio de redes sociales como lo es: Instagram y WhatsApp invitado a nuestros seguidores a que nos acompañen en la presentación de nuevos productos en dicha exposición, gracias a la base de datos obtenida en el desarrollo de las ferias se logró conocer la variedad de gustos y preferencias de posibles clientes tanto los intereses como pedidos posteriores a las mismas ferias. Gracias a nuestro equipo de trabajo pudimos tener clientes felices portando productos Dajall, sintiéndonos orgullosas de la empresa.

Por medio de las redes sociales dábamos a conocer la nueva colección de tapabocas y demás productos, de igual manera invitábamos a nuestras clientas a eventos próximos que darían a conocer más la marca de una manera presencial por medio de ferias.



Figura 10: Publicaciones en redes sociales

ENTREVISTA FACEBOOKFORBUSINESS

Se dio a conocer la marca Dajall tejidos en mostacillas a través de una entrevista organizada por Facebook business, en donde Cirle Tatis Arzuza fue la encargada de llevarla a cabo, presentando el emprendimiento de una manera muy particular, invitando a muchos más emprendimientos a que se animen a mostrar su talento y a adquirir más experiencia con las diferentes plataformas digitales y medios de comunicación que lo hacen más fácil para que sean conocidos.



Figura 11: Entrevista de facebookbusiness a la fundadora de Dajall (Jaramillo, Tejidos Dajall, 2021)

2.2. Área de diseño (colección de tapabocas bordados a mano)

Se creó una colección de tapabocas en el área de diseño inspirada en la fuerza de la naturaleza y sus alrededores llamada así la “colección orgánica” de by Paula Bolaños. En primer lugar, las flores y animales fueron bordados a mano y así pudimos captar la atención de nuestras clientes por la delicadeza de cada uno de los bordados y además de los detalles que los hacían ver únicos, por otra parte, se utilizó telas estampadas de flores y fueron intervenidas con mostacillas e hilos de bordar dándole una apariencia más artesanal.



Figura 12: Publicación de colección de tapabocas estampados



Figura 13: publicación de colección de tapabocas bordados



Figura 14: publicación de colección de tapabocas bordados y estampados en el exterior

2.3. Área de diseño (colección de chaquetas de jean intervenidas con bordados)

Se propuso una colección de chaquetas en jean, intervenidas con bordados de las huertas de ciudad bolívar y su al rededor, cabe resaltar que la propuesta fue de Diana Jaramillo la fundadora de Dajall tejidos en mostacillas.

Los materiales serán a base de jean eco amigable, del mismo modo así poder reducir el impacto ambiental y darles un valor agregado a las chaquetas. Así como podrán ser ajustables en largo y tendrán doble función.

En el desarrollo de las chaquetas se hicieron dibujos a plano para posteriormente convertirlos a digital y tener una vista más clara de cada diseño de las chaquetas.



Figura 15: Dibujo a plano de colección de chaquetas en jean

Se llevó a cabo la inscripción del formulario a la postulación de Bogotá local en donde los son fondos de desarrollo local a 17 localidades de Bogotá, en conjunto con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Esto quiere decir que tendríamos la oportunidad de tener una asesoría personalizada y obtener a un incentivo económico que nos permitirá fortalecer nuestro negocio con el fin de aumentar la producción y crecer en el desarrollo de nuevos productos, tales como; son la colección de chaquetas en jean. Después de un tiempo de espera nos llegó un correo informándonos que fuimos seleccionados para ser parte de este gran programa de impulso local.



Figura 16: Mensaje de Bogotá local

3. Atención del cliente en forma digital y presencial.

3.1. FERIA EVA

Atreves de un colectivo de marcas pudimos participar en conjunto con la feria Eva mother's edition impulsando así la marca con el fin de futuras ventas con clientes fijos, mediante el marketing de "vos a vos" para llegar a más personas de igual modo a través de varias redes sociales como: Instagram, WhatsApp y Facebook para llegar aquellas personas quienes no

conocen nuestros productos e invitarlas a conocernos; también se hizo la cuenta regresiva en donde se especificaba el lugar y fecha y hora.

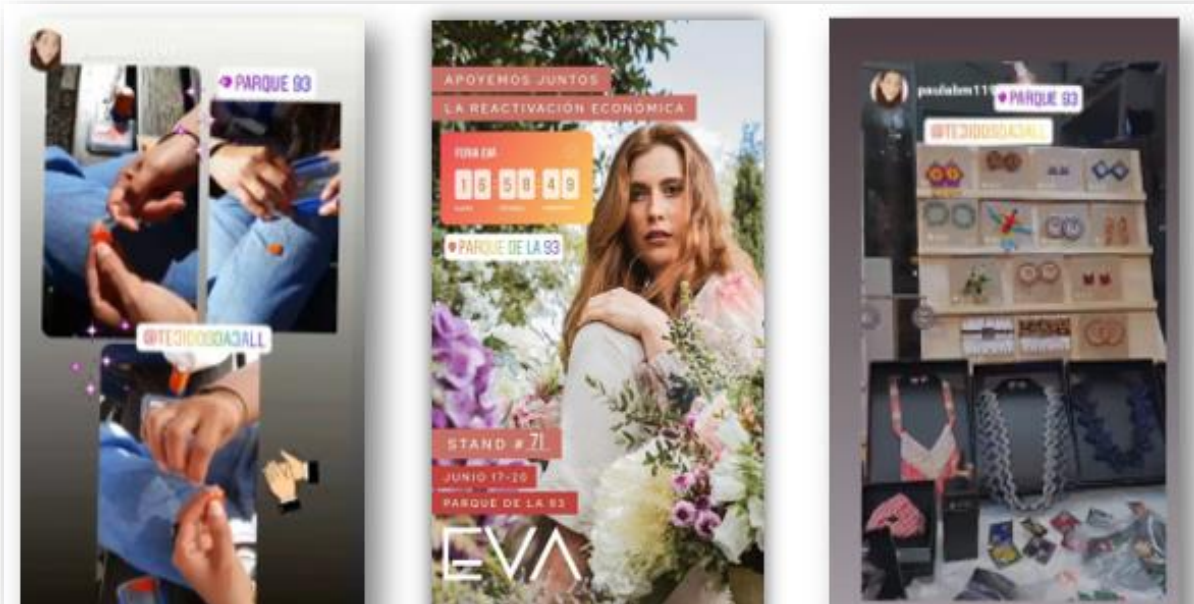


Figura 17: Publicaciones de historias de la feria EVA

3.2. TODOS SOMOS AMAZONAS

El día 4 de julio se llevó a cabo una participación en el parque de los periodistas junto con muchos más emprendimientos e indígenas de las amazonas, exponiendo sus productos al público. por otra parte; asistió la Miss Amazonas 2021 Laura Vargas dándonos la oportunidad de estar en medio de emprendimientos y haciéndole entrega de nuestro tapabocas bordado a mano de la colección orgánica de tapabocas.



Figura 18: *Feria todos somos Amazonas*

3.3. FERIA DEL HOGAR

Se realizó la postulación a un concurso a través de la Cámara de comercio en una plataforma llamada Bazzarbog para ser seleccionadas y así asistir a la feria del hogar, en la cual hubo muchos postulados al mismo para obtener un lugar en dicha feria, se clasificó en el beneficio de dicho puesto, dado que la marca DAJALL, Ganó este puesto por su innovación y la variedad de productos artesanales que se pueden llegar a realizar creativamente. Se realizaron meses atrás una variedad y cantidad de productos como collares, manillas anillos y aretes proyectándose a la venta y disponibilidad de dichos productos para poder generar grandes ganancias después de haber invertido bastante tiempo y esfuerzo para esta realización y preparación.



Figura 19: *Stand colgante de la feria del hogar*



Figura 20: *Stand completo de la feria del hogar*

Allí también hubo la posibilidad de poder crear una gran base de datos con el ingreso de nuevos clientes que quisieron conocer el producto, con el fin de futuras ventas con clientes fijos que gustan de la originalidad de los productos de Dajall tejidos en mostacillas.

4. Apoyar en la búsqueda de clientes.

Se creó una base de datos en Excel en la cual buscamos posibles proveedores, ferias y tiendas de diseño, de forma tal que la marca pueda aumentar las ventas y ampliar sus clientes para tener un aumento de seguidores en redes sociales.

Foto	Nombre	Descripción	Numero de conta	Ubicación	Productos	Precios (rangos acc	Poder adquisitivo	Instagram	Página web
	La Percha	Reunen marcas de diseño independientes colombianos	3196138227	Bogotá	Accesorios Blusas Chaquetas Bodys Pantalones	\$28,000 a \$192,000	Poder adquisitivo medio y alto	https://www.instagram.com/lapercha_bogota/	https://lapercha.com.co/
	Tienda del Museo Nacional		287 5001 ext. 105	Calle 29 bis 6-58 Of 201 Edificio El Museo	Clasificado por marcas		Poder adquisitivo medio y alto	https://www.instagram.com/tiendamuseonacional/	https://www.tiendadelmusico.com/
	Tienda Pitch&Hunt	La tienda de los emprendedores colombianos	320 3861633	Bogotá Metrópolis L 118A/119A	Accesorios Belleza Calzado Ropa	\$20,000 a \$38,000	Poder adquisitivo medio	https://www.instagram.com/pitchandhunt/	https://pitchandhunt.co/
	Sismika	Tienda de accesorios y joyas Diseño local para el mundo	320 8792630	Bogotá, CC El Retiro Local 143	Joyería Mochilas			https://www.instagram.com/sismikafashion/	
	Invest in bogota	Convocatorias y eventos de emprendimiento	+57 031 742 3030	Bogotá, Colombia.	Clasificado por marcas		Poder adquisitivo medio y alto	https://www.instagram.com/investinbogota/?hl=es-la	https://es.investinbogota.org/

	BRITTSHP Colombia Inter	Tienda de regalos	506 6057 0221	Av. El Dorado #9 103, Bogotá	Clasificado por marcas			https://www.instagram.com/brittshop_mtr/	
	Exposición Campestre Buendía, Arte y entretenimiento	Exposición Campestre, emprendedores Colombianosco aire libre en Usaquen.	318 307 5106	Cra 5 calle 119B-City Parking	Moda Bisutería Decoración Alimentos Ocio		Poder adquisitivo medio y alto	https://www.instagram.com/buendiaexpo/?hl=es-la	http://buendiaartesanos.com/web/
	Feria ImpactCo	Emprendimientos que cambian el mundo	316 235 4410		Clasificado por marcas		Poder adquisitivo medio y alto	https://www.instagram.com/feria.impactco/?hl=es-la	
	Feria Mandala	Organización encargada de ofrecer eventos que sirvan como vitrina a diferentes emprendedores	http://feriamandala.com	Calle 83 # 12A-36 - Casa de la Cerveza Barrio: El Retiro	Clasificado por marcas		Poder adquisitivo medio y alto	http://feriamandalaonline.com/encuesta.php https://www.instagram.com/laferiamandala/?hl=es-la	
	Camara de comercio	la XVII Feria de Jóvenes Empresarios de Bogotá 2021	(571) 3830330/ #383		Clasificado por marcas		Poder adquisitivo medio y alto	https://www.ccb.org.co/Eventos-y-capacitaciones/Nuestros-eventos/Eventos-Fortalecimiento-Empresarial/2021/Participa	







	Innpulsa Colombia	Agencia de emprendimiento e innovación del Gobierno Nacional de Colombia	743 79 39	Calle 28 No. 13 A 15 Piso 37, Bogotá - Colombia.	Clasificado por marcas		Poder adquisitivo medio y alto	https://www.instagram.com/innpulsaol/?hl=es-la	https://innpulsaolombia.com/convocatorias/aldea-bogota-cultural-y-creativa
	Casatrece	Tienda de Diseño	3136281629	Carrera 25a #1 a sur 45 local 1500 C.C. el tesoro, Medellín-Colombia	Joyería Moda Belleza Infantil swimwear	\$28,000 a \$200,000	Poder adquisitivo medio y alto	https://www.casatrece.com/	https://www.casatrece.com/
	Feria Itinerante de Arte y Diseño Colombia	Arte y entretenimiento	3134466523	carrera 14 con 82 CC andino y el Retiro	Clasificado por marcas		Poder adquisitivo medio y alto	https://www.instagram.com/flashbazaar.co/	
	IFLS + EICI International Footwear & Leather Show junio 2021	Marroquinería, Calzado infantil, Calzado masculino, Calzado femenino, Piel, Moda	(57 -1) 3344055	Cra. 4a #26a -71, Bogotá PBX: (57 -1) 2816400	Clasificado por marcas		Poder adquisitivo medio y alto	https://www.instagram.com/acicam_col/	https://www.neventum.es/ferias/ifls-eici-international-footwear-leather-show
	Feria Buro	BURÓ, La experiencia del diseño Colombiano	315 3668636					https://www.instagram.com/feriaburo/?hl=es-la	https://convocatoriaburo.typeform.com/to/z2bilFVB
	Bananabanal	bananabanal diseño colombiano	314 3229130	Cra. 6 #35-37 110311 Bogotá, Colombia	Clasificado por marcas		Poder adquisitivo medio y alto	https://www.instagram.com/bananabanal/?hl=es-la	

Tabla 1: Base de datos

5. Apoyar le análisis de resultados de campaña

Gracias al curso de Categorización de audiencias para campañas digitales pudimos profundizar en el Buyer persona, ante todo se clasificaron nuestros clientes, por público objetivo y público potencial, así entendiendo sus necesidades y gustos. Finalmente se escogieron las clientes más objetivas que tiene la empresa Dajall.

BUYER PERSONA

1. BUYER PERSONA

Nombre: Mireya Martínez

- Trabaja desde casa como contestadora de domicilios en la empresa de electrónica de su esposo.

- vive en la ciudad de Bogotá es casada y con dos hijos, sus tiempos libres la pasa con sus hijos y esposo viajando por el mundo, le gusta hacer compras y estar siempre a la moda con las últimas tendencias.

3. Datos demográficos:

- mujer de entre 35 y 55 años le gusta nuevos retos en la vida, hacer una nueva persona.
- tiene un salario mínimo de \$2.000.000.

4. Interés

- quiere buscar el regalo perfecto para su mejor amiga y para ella para una fiesta en la costa Caribe.

5. Reto

- su principal reto es encontrar accesorios que tenga un diseño innovador y combine con un vestido de escote.

2. BUYER PERSONA

Nombre: Marbel Molina

- Es profesional de ingeniera de sistema y trabaja para una empresa grande.
- Vive en Bogotá junto con su hijo en un apartamento con vista a la ciudad, gusta hacer yoga y salir a caminar por las tardes.

3. Datos demográficos:

- Mujer entre los 40 a los 50 años, le gusta hacer salidas con sus amigas y familiares conociendo la ciudad.

4. Interés

- Busca accesorios contemporáneos y con innovación en el diseño para complementar sus outfit y regalarles accesorios a sus amigas.

5. Reto

- Encontrar accesorios adecuados a la temporada y que sean de mucho diseño e innovación para ocasiones especiales.

3. BUYER PERSON

Nombre: Natalia Elejalde

- Es profesional y doctora en medicina estética, especialista en terapias alternativas.
- Vive en un apartamento en Rio negro Antioquia, le gusta viajar a lugares llenos de magia y diversidad.
- También le gusta el arte, la ciencia y la belleza.

3. Datos demográficos:

- Mujer entre los 25 a 35 años le gusta dejar su huella personal y profesional.
- Su salario es de \$10.000.000

4. Interés

- Busca joyas vanguardistas que se adapten a su forma de vestir tanto en accesorios como complementos de otros.

5. Reto

- Su reto es conocer y visitar emprendimientos que muestran una diferenciación de otros, con el objetivo de comprar nuevos accesorios.

2.2. Cronograma de actividades

Día	Hora	Area de ventas	Area de marketing	Area de diseño
			introducción de la marca	
18/05/2021	7:00 am a 4:00 pm	investigación de posibles distribuidoras (parte 1)		
		recopilacion de investigacion de marcas, base de datos		
			Asistencia técnica de identidad de marca	
19/05/2021	7:00 am a 4:00 pm	investigación de posibles distribuidoras(parte2)		
		recopilacion de investigacion de marcas, base de datos		
			Asistencia técnica de identidad de marca	
20/05/2021	7:00 am a 4:00 pm	Investigación de posibles distribuidoras(parte3)		
		Rcopilacion de investigacion de marcas, base de datos		
				Investigación y analisis de mercado (tapabocas en tela)
21/05/2021	7:00 am a 4:00 pm			Punto de inspiración y propuesta de materiales
				Carta de color y carta de materiales

	7:00 am a 4:00 pm	Documento en excel (base de datos)		
24/05/2021			preparacion de entrvista (facebook)	
				Presentación propuesta de diseño (tapabocas)
25/05/2021	7:00 am a 4:00 pm	Documento en excel (base de datos)		Elaboracion de bocetos dibujo a plano (tapabocas)
			Asistencia técnica de identidad de marca	
26/05/2021	7:00 am a 4:00 pm	Investigación de posibles distribuidoras(parte4)		
		Documento en excel (base de datos)		
			Trabajo portafolio digital	
				Proceso de medidas, patronaje y corte de molde tapabocas
27/05/2021	7:00 am a 4:00 pm			Adquisición de tela quirurgica, tela base y forro
				trazado sobre tela de molde base y tela interior

28/05/2021	7:00 am a 4:00 pm			trazado de molde en tela forro
				Proceso de tendido de telas
			Trabajo portafolio digital	corte de telas (base superior, inferior y forro)
				Dibujo de diseños en base tela de los tapabocas
31/05/2021	7:00 am a 4:00 pm			Trabajo de bordado tapabocas negros de flores rojas
				Trabajo de bordado tapabocas negros de flores paisaje
				confeccion de los tapabocas negros bordados (2) F. rojas y paisaje
			Asistencia técnica de identidad de marca	
1/06/2021	7:00 am a 4:00 pm	Documento en excel (base de datos)		Trabajo de bordado tapabocas estampados de flores rosado(2)
				Trabajo de bordado tapabocas estampados de flores azul(2)
			Asistencia técnica de identidad de marca	
2/06/2021	7:00 am a 4:00 pm			Trabajo de bordado tapabocas negros de flores rojas
				Trabajo de bordado tapabocas blanco de gato

		Investigación de posibles distribuidoras(parte5)		
3/06/2021	7:00 am a 4:00 pm	Documento en exel (base de datos)		
				Trabajo de bordado tapabocas azul celeste (2) confeccion tapabocas flores rosado(2), flores azules (2)
				confeccion tapabocas blanco gato, azul celeste (2)
4/06/2021	7:00 am a 4:00 pm			Trabajo de bordado tapabocas color piel con flores (2) confeccion tapabocas piel con flores (2)
				confeccion tapabocas morados (2), blancos con flores (2) y azul celeste abeja
8/06/2021	7:00 am a 4:00 pm		preparacion y sesion de fotos tapabocas (negros con flores) trabajo de creacion de contenido instagram	
			Asistencia técnica de identidad de marca registro de actividades pasantia	
9/06/2021	7:00 am a 4:00 pm			confeccion tapabocas negros ELF- MAR (2), blancos gato y mariposa (2) y lavado Trabajo de bordado tapabocas blanco arbol de flores rosadas

			Asistencia técnica de identidad de marca	
10/06/2021	7:00 am a 4:00 pm			confeccion tapabocas blanco arbol y lavado
	7:00 am a 4:00 pm		trabajo de creacion de contenido instagram (fotos tapabocas)	
		Investigación de posibles distribuidoras(parte5)		
				Fichas tecnicas de diseño de tapabocas Fichas tecnica de patronaje de tapabocas medida estandar
14/06/2021	7:00 am a 4:00 pm			corte de tapabocas nuevos blanco con flores y gato con corazon corte de forro de tela externa tapabocas blancos y primera confeccion
			Reunion avance pasantias Asesoria de ADN mood borad	
15/06/2021	7:00 am a 4:00 pm		Publicacion en historias de instagram invitacion a feria eva	
				corte y confeccion de bolsas quirurgicas
		Investigación de posibles distribuidoras(parte5)		
		Documento en exel (base de datos)		

			preparacion y organización de Stand feria EVA	
16/06/2021	7:00 am a 4:00 pm			
17/06/2021	9:30 a 8:30	Feria eva		
18/06/2021	9:30 a 8:30	Feria eva		
19/06/2021	9:30 a 8:30	Feria eva		
20/06/2021	9:30 a 8:30	Feria eva		
			Recopilacion de ventas de feria eva	
22/06/2021	7:00 am a 4:00 pm			trabajo de tapabocas clienta de feria eva (2 tapabocas de boda)
			investigacion de ferias proximas	
				corte y confeccion de tapabocas de fisesa
23/06/2021	7:00 am a 4:00 pm			fichas tecnicas de ruta operacional y costos

25/06/2021	7:00 am a 4:00 pm		Reunion presencial (trabajo de fotografia tapabocas)	
			Caracterización de audiencias para campañas digitales	
28/06/2021	7:00 am a 4:00 pm		trabajo de copys de publicaciones tapaboccas	bordado de tapabocas negro y azul celeste
			Caracterización de audiencias para campañas digitales	
29/06/2021	7:00 am a 4:00 pm			compra de nuevos insumos para tapabocas
30/06/2021	7:00 am a 4:00 pm			trabajo de bordados confeccion de tapabocas
1/07/2021	7:00 am a 4:00 pm		preparacion sesión de fotos al aire libre de los tapabocas	
				trabajo de bordados
	7:00 am a 4:00 pm	venta de tapabocas		
2/07/2021				confeccion de tapabocas bordado tapabocas arbol
4/07/2021	9:00 a 5:00	feria de todos somos amazonas	Invitacion por redes sociales	

			Caracterización de audiencias para campañas digitales	
6/07/2021	7:00 am a 4:00 pm		Asesoría de marca	confeccion de tapabocas y labado
				corte de tela de tapabocas encargos feria amazonas
8/07/2021	7:00 am a 4:00 pm	entrega de tapbocas		bordado tapabocas negro brillante y blanco brillante
				confeccion de tapabocas y labado
				confeccion tapabocas elefante y margaritas
				corte y confeccion de bolsas negras quirurgicas
9/07/2021	7:00 am a 4:00 pm	Investigación de posibles distribuidoras(parte 6)		compra de tela quirurgica y forro de tapabocas
			Caracterización de audiencias para campañas digitales	
			reunion de seguimiento	
12/06/2021	7:00 am a 4:00 pm			investigacion y propuesta de colección de chaquetas en jean mood borad de materiales

			Caracterización de audiencias para campañas digitales	
13/06/2021	7:00 am a 4:00 pm			confeccion tapabocas flores laterales, gato con corazon y gato con perro confeccion tapabocas mariposa, colibri y labado dibujo a plano de chaquetas de jean
304 horas				corte y confeccion de bolsas negras quirurgicas
14/06/2021	7:00 am a 4:00 pm		prueba y ensayo de reels para instagram	continuacion de dibujo a plano chaquetas de jean
			trabajo de bayer person	
15/06/2021	7:00 am a 4:00 pm		fotografias tapabocas elefante y margarita envio trabajo bayer person	
16/06/2021	7:00 am a 4:00 pm			fichas tecnicas de materiales tapabocas reunion presencial trabajo de chaquetas de jean
19/06/2021	7:00 am a 4:00 pm			investigacion de proveedores de denim amigable

			recopilacion informacion proveedores	
20/07/2021	7:00 am a 4:00 pm			continuacion de fichas tecnicas de ruta operacional tapabocas corte bolsas negras
			muestra de investigacion de proveedores	
			link de bogota local, postulacion microempresas 2.0	
21/07/2021	7:00 am a 4:00 pm			busqueda de referentes de huertas de bogota dibujos de bordados chaquetas
			inscripcion en fondo emprender	
22/07/2021	7:00 am a 4:00 pm			
			inscripcion de bogota local, postulacion microempresas 2.0	
23/07/2021	7:00 am a 4:00 pm			
			Caracterización de audiencias para campañas digitales	
26/07/2021	7:00 am a 4:00 pm			trabajo de bordado tapabocas verde militar hongo trabajo de bordado tapabocas negro con flores rojas

			toma de fotografias tapabocas	
27/07/2021	7:00 am a 4:00 pm			lavado de tapabocas y proceso de calidad
				trabajo de tira en cacuho manilla (pedido)
28/07/2021	7:00 am a 4:00 pm		trabajo de analisis de competencia	
			iniciacion de curso Illustrator de prendas	
29/07/2021	7:00 am a 4:00 pm		trabajo mapa de actores	
				confeccion de tapabocas mariposa margarita y elefante entrega de tapabocas
400 horas exedidas				
2/09/2021	10:00 am a 7:30pm	feria del hogar		
3/09/2021	10:00 am a 7:30pm	feria del hogar		
4/09/2021	10:00 am a 7:30pm	feria del hogar		
5/09/2021	10:00 am a 7:30pm	feria del hogar		
6/09/2021	10:00 am a 7:30pm	feria del hogar		

7/09/2021	10:00 am a 7:30pm	feria del hogar		
8/09/2021	10:00 am a 7:30pm	feria del hogar		
9/09/2021	10:00 am a 7:30pm	feria del hogar		
10/09/2021	10:00 am a 7:30pm	feria del hogar		
11/09/2021	10:00 am a 7:30pm	feria del hogar		
12/09/2021	3:00 pm a 7:30pm	feria del hogar		
14/09/2021	10:00 am a 7:30pm	feria del hogar		
15/09/2021	10:00 am a 7:30pm	feria del hogar		
16/09/2021	3:00 pm a 7:30pm	feria del hogar		
17/09/2021	10:00 am a 7:30pm	feria del hogar		
18/09/2021	10:00 am a 7:30pm	feria del hogar		

2.3. Objetivo general

- Aplicar conocimientos de marketing, ventas y diseño para el desarrollo de nuevo contenido para un impulso comercial ampliando la base de datos.

2.4. Objetivo específicos

- Apoyar en el área de marketing y ventas fortaleciendo los conocimientos y su ves el crecimiento de la empresa.
- Implementar nuevas propuestas de diseño para la ampliación del producto.
- Realizar nuevo contenido digital para generar más tráfico en redes sociales.

2.5. Descripción del problema

La principal causa de que la empresa Dajall aún no alcance su mayor grado de éxito es debido a la falta de tiempo que tiene Diana Jaramillo, es claro resaltar que para que la empresa incremente su nivel se necesita de atención y tiempo lo cual es complicado para la dueña, ya que sus quehaceres diarios son de importancia y no alcanza a completar sus funciones de marketing con su empresa Dajall.

2.6. Diagnóstico de la empresa

Al diagnosticar que esta era la razón por la cual la empresa se veía perjudicada en la parte del marketing, fue necesario buscar personal capacitado en el área de marketing digital para la ayuda e incremento de ventas y visitas de su empresa.

Por medio de un análisis DOFA se pudo definir cuales son sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que tiene la empresa Dajall Tejidos en mostacillas por áreas de trabajo; para tener un desarrollo y un diagnóstico más claro en lo que se trabajó durante el proceso de pasante.

2.7. Análisis dofa en el área de marketing

2.7.1 Debilidades:

- No tener claro el calendario de programación para las publicaciones.
- No tener suficiente tiempo para dedicarse al desarrollo de nuevo contenido.
- Desactualización en las publicaciones de nuevos productos por la página web.

2.7.2 Oportunidades:

- Implementar nuevas estrategias como el inbound marketing para incrementar el conocimiento de la marca a nuevos clientes.
- Agrandamiento en el mercado objetivo por medio de estrategias de marketing por redes sociales.

2.7.3 Fortalezas:

- Conocer las necesidades y rutinas de consumo de posibles clientes.
- Tener claro cuál es el Bayer persona para el sitio web.
- Es un producto que tiene un nivel alto de interés por los seguidores en las redes sociales.

2.7.4 Amenazas:

- La competencia en el mercado de marcas emergentes aun no posicionadas.
- Las estrategias mal desarrolladas pueden tener altibajos al momento de implementarlas y atrase el proceso de marketing.
- No tener un porcentaje algo de visibilidad en las campañas publicitarias.

2.8. Análisis dofa en el área de ventas

2.8.1. Debilidades

- No identificar las posibles fechas de promociones y temporada.
- Desactualización en los precios por la página web.
- Altos precios en la adquisición de nueva materia prima.

2.8.2. Oportunidades

- Agrandamiento en el mercado objetivo para nuevas ventas.
- Adquisición de nueva materia prima amigable con el medio ambiente y la automatización en los precios.
- Llamar la atención y tener un buen flujo de seguidores con nuevas publicaciones originales.

2.8.3. Fortalezas

- Control en el desarrollo de las promociones de los productos.
- Buen servicio al cliente en ventas presenciales y virtuales.
- Una buena distribución de los productos en los pedidos online.

2.8.4. Amenazas

- Un mal desarrollo en el manejo de la contabilidad de la empresa.
- Competencia en precios similares.

2.9. Análisis dofa en el área de diseño

2.9.1. Debilidades

- Poca financiación en la materia prima y herramientas de trabajo.
- Falta de conocimiento en las nuevas tendencias y desarrollo de nuevos productos.

2.9.2. Oportunidades

- Automatización en los procesos de fabricación de los productos gracias a nuevas integrantes del equipo de trabajo.
- Ampliación en el catálogo con nuevos productos.

2.9.3. Fortalezas

- Variedad de accesorios, formas, colores y calidad en los productos.
- Diseños artesanales, únicos he innovadores.
- Un buen plan de desarrollo en el proceso de los productos.
- Tener un buen conocimiento en el área de manufactura.

2.9.4. Amenazas

- La fabricación de productos a base de maquinaria o robots con inteligencia artificial, amenazan los procesos artesanales que se desarrollan a base de la mano de obra manual.
- Plagio en los productos y publicaciones en otras marcas que lo implementen.
- Baja calidad de los insumos adquiridos de nuevos distribuidores.
- Bajos por desperdicios en materia prima con defectos de fabricación.

2.10. Estrategia de mejora

Durante este periodo de las pasantías en la empresa Dajall tejidos en mostacillas, aporte conocimientos de diseño, tendencia y marketing digital, desarrollado

Estrategias para el crecimiento en ventas y en el aumento de seguidores en redes sociales, ampliando el catálogo de productos como por ejemplo la colección de tapabocas bordados a mano inspirados en la fuerza de la naturaleza llamada así la colección “orgánica” y además una colección de tapabocas estampados de flores intervenidos con mostacillas e hilos de bordar.

Brinde apoyo en el desarrollo de nuevos contenidos en social media para poder tener un buen flujo de nuevos seguidores en las redes sociales.

De igual modo se llevó a cabo un desarrollo comercial en cada una de las ferias que participamos en el transcurso de las pasantías para darle un impulso al nuevo catálogo de productos ya antes mencionados, finalmente brinde un apoyo adicional de Marketing Digital que complementa asistiendo a cursos de la Cámara de Comercio. Asimismo, brinde un aporte en la producción de

los productos para las ferias y para los puntos físicos de la empresa para mantener surtido variado de ellos para una mayor venta.

2.11. Indicadores de campañas: la campaña de los tapabocas bordados a mano



Instagram

tejidosdajall
Bogotá

tejidosdajall Colección orgánica de Paula Molina, conecta con lo nuestro 🌻🌿🍀 ...más


500
Personas alcanzadas ⓘ

Interacciones con la publicación ⓘ

31 Me gusta	6 comentarios
0 veces guardado	

Actividad de la cuenta ⓘ

0 mensajes de texto	0 correos electrónicos
0 llamadas	0 clics en "Cómo llegar"
0 clics en el sitio web	



Dajall Tejidos en Mostacilla.
8 Dmi j un yoo - 🌍

Cuídate sin perder tu estilo 🌸 nueva colección orgánica de Paula Molina 🌻🌿🍀

#Bordados #Tapabocas #orgánica #Mostacillas

Sandra Milena Jaramillo y 8 personas más

152
Personas alcanzadas ⓘ

0% de publicaciones promocionadas

152 orgánicos	0 pagados
---------------	-----------

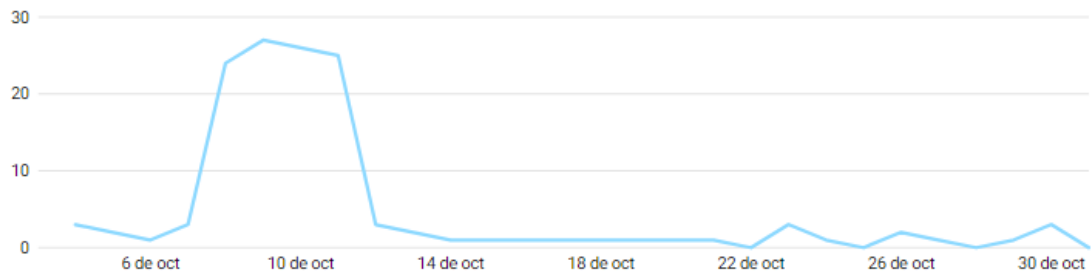
14
Interacciones con la publicación ⓘ

9 reacciones	0 comentarios
9 en publicación	0 en publicación
0 en contenido compartido	0 en contenido compartido
0 veces compartido	5 clics
0 en publicación	1 clics en fotos
0 en contenido compartido	0 clics en el enlace
	0 clics para reproducir
	4 clics de otro tipo

0
Comentarios negativos ⓘ

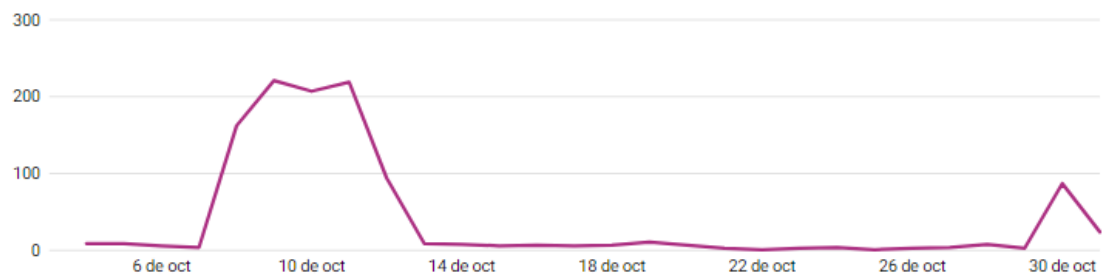
Alcance de la página de Facebook ⓘ

89 ↓ 81.8%



Alcance de Instagram ⓘ

571 ↓ 76.9%



3. Resumen de insights de la marca

3.2. Crecimiento general de la marca

Se hizo más reconocida en redes sociales, gracias a que pudimos obtener un flujo más alto de seguidores nuevos puesto que se tuvo más presencia en las ferias ya mencionadas anteriormente, las cuales fue un impulso.

Igualmente se amplió el portafolio de producto incluyendo más colores y modelos para la atracción de los clientes.



Figura 21: *Crecimiento de marca*

3.3. Lugares destacados

Clara mente se destaca en la gráfica que la ciudad con mayor índice de visitas fue la capital del país con un 54.9 %.

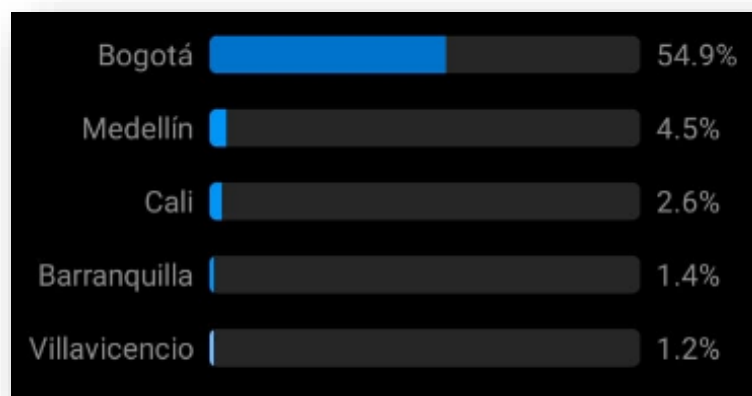


Figura 22: *Lugares destacados*

3.4. Intervalo de edad

Esta estadística nos proporciona el rango de edad en la cual nos enfocamos en nuestro perfil de cliente, dándonos a conocer que el 41.0% están en una edad de 25 a 34 años. Pero sin embargo

se ha ampliado el rango de edad de 35 a 44 años con un 31.1 % por ser un producto muy exclusivo e innovador.

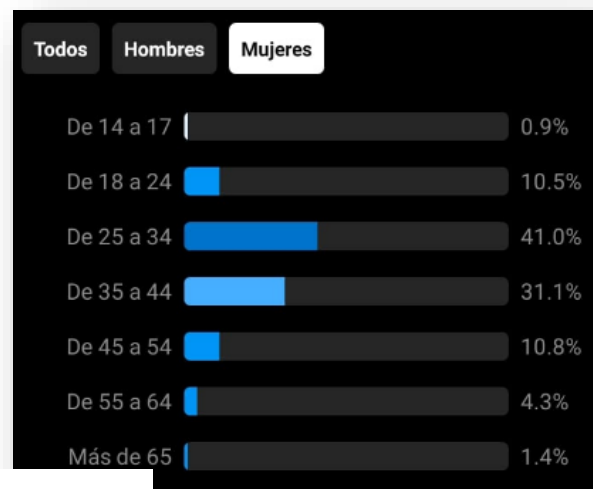


Figura 23: Intervalo de edad

3.5. Genero

En la gráfica se muestra que las mujeres son nuestro público objetivo con un 82,3 % y el 17.7 % son hombres. Esto quiere decir que se ha extendido nuestro mercado a un público más abierto.

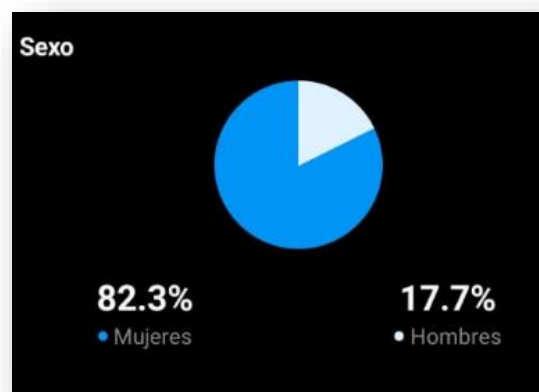


Figura 25: Genero

3.6. Momentos de más actividad

La actividad de los usuarios fue constante en todos los días, no hubieron subidas ni bajadas, gracias a un desarrollo de marketing por stories en las redes sociales que nos permitieron interactuar más con los seguidores.

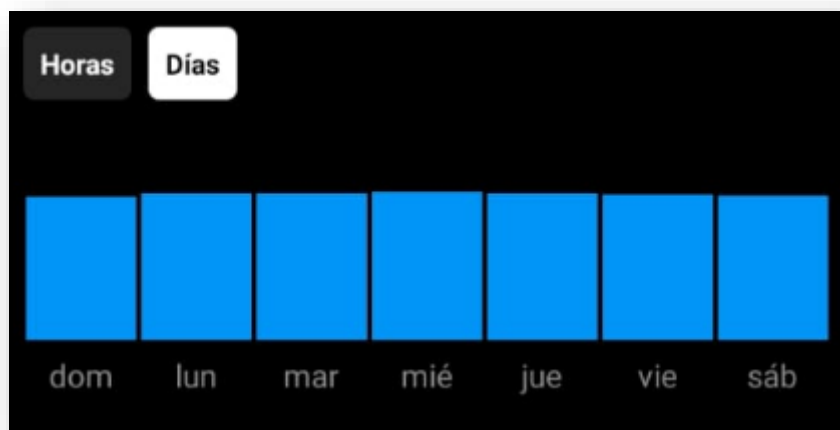


Figura 26: *Momentos de más actividad*

4. Conclusiones

Al emprender un proyecto, se deben tomar varios factores como la implementación de la idea, la estrategia, el modelo de negocio, la marca y el plan para que todo continúe acorde a lo planeado. Aparte de esto la responsabilidad y el compromiso se ven involucrados, ya que sin esto el emprendimiento quedaría inestable y podría no satisfacer sus metas.

El propósito de Dajall es poder crecer a tal punto de alcanzar el éxito, innovando he implementado métodos para incrementar las visitas de clientes y las esperadas ventas. Para poder lograr esto fue necesario de mi ayuda, donde yo me encargué de gestionar toda la parte del área de diseño y mejorar el área de marketing digital.

5. Solución

Finalmente, las soluciones que se pudieron brindar en el proceso, fueron estrategias que retribuyeran a los métodos que se realizaban como tal en la empresa Dajall tejidos en mostacillas, ya que eso limitaban el proceso, por una parte, se crearon nuevas ideas para aumentar los productos y así poder tener una gama más alta con el fin de incrementar la publicidad, ventas y seguidores, por otro lado, se cumpliría con el desarrollo de las plataformas virtuales, activando así el plan esperado. Ya por terminar, se puede concluir que el proyecto fue de gran impacto que ayudó al futuro exitoso de Dajall tejidos en mostacillas con la extensión de los productos y un buen manejo de las redes sociales.

6. Recomendaciones

La empresa Dajall tejidos en mostacillas ha tenido un largo recorrido en el crecimiento tanto en el ADN de marca como en el desarrollo de marketing y ventas, sus productos son muy innovadores y llamativos de modo que siempre tendrán un puesto en su área comercial. No cabe duda que a donde quieran que participen o los encuentren seguirán dejando su huella con la originalidad de sus productos.

Como recomendaciones es que mantenga actualizada el catalogo en la página web y en las redes sociales, inclusive que desarrollen nuevas estrategias de marketing de contenido para generar más tráfico en sus redes, seguir con el apoyo de la cámara de comercio de Bogotá de tal manera que obtengan actualizaciones de marketing digital, formas de ventas y un informe de las tendencias próximas para la innovación de nuevos productos.

Mediante el convenio con la empresa se dio una nueva colección de chaquetas que se

Se crean nuevos diseños para seguir implementándolo en un futuro cercano con el apoyo de Bogotá capital.

Bibliografía

Jaramillo, D. (2020). *Manual de Marca* . BOGOTÁ.

Jaramillo, D. (Enero de 2021). *Tejidos dajal* . Obtenido de <https://tejidosdajall.com/nosotros/>

Jaramillo, D. (2021). *Tejidos Dajall*. Bogota: Instagram.

Montana, L. (2021). *Mapa de empatia*. Bogota: Exel.