

# PAP

Proyecto de Aplicación profesional

APUESTA

## Economía **solidaria** y trabajo **digno**

### PAP 3J01 CEDECOM MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

“Maraya: Estrategias de Branding y Comercialización en la Industria de la Joyería”.

Giovanna Alessandra Lara Michel - Lic. en Mercadotecnia y Dirección Comercial

Ramiro Alejandro Martínez Gómez - Lic. en Publicidad y Comunicación Estratégica

Camila Amezcua Vega - Lic. en Diseño de Indumentaria y Moda

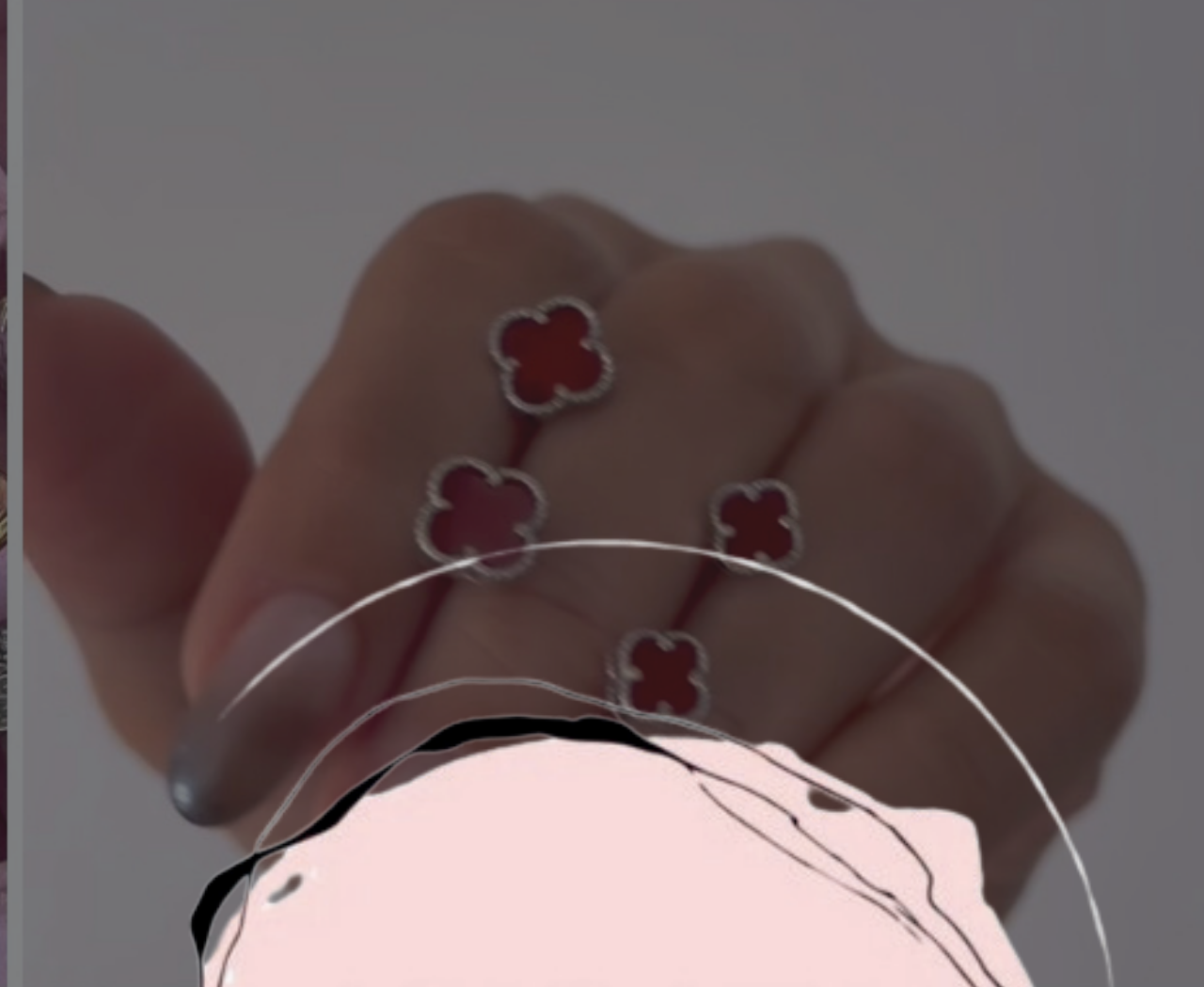
Álvaro Arias Ramírez – Lic. Administración de Empresas

Asesora contabilidad: Mtra. María Eugenia Castañeda.

12 de marzo de 2025

Mtra. Abril Gómez Rodríguez.





# CONTENIDO

## **01. Misión, Visión y Valores**

---

02. Diagnóstico del Producto

---

## **03. Análisis de la Competencia**

---

04. Análisis del Mercado Meta

---

## **05. Análisis del Sector y Análisis de las Capacidades de la Empresa (FODA)**

---

06. Diseño de la Marca

---

## **07. Plan Financiero**

---

08. Creación de contenido

---

09. Promoción y publicidad

---

## **10. Estrategia de ventas**

---

# CONTEXTO DE LA MARCA



# ¿QUÉ ES MARAYA?

Maraya es una empresa familiar que comenzó como emprendimiento hace 9 años por Ma. de los Angeles Vargas Ayala. En 2022, su hija Montserrat López Vargas se unió como socia. Se dedica a la venta de joyería de plata, oro y acero inoxidable, tanto al por menor como al por mayor, con asesoría para regalos empresariales.



# PROBLEMÁTICA

Maraya enfrenta la falta de una identidad de marca sólida y necesita desarrollar contenido dirigido a su mercado meta, así como mejorar su marketing digital para apoyar su crecimiento.



# OBJETIVO

Transformar y optimizar la presencia digital de la joyería Maraya mediante la actualización y gestión de sus redes sociales, la creación de contenido visual y estratégico, así como la implementación de mejoras en su área de finanzas y estrategias de marketing.

Generar un impacto positivo en la visibilidad y posicionamiento de la marca, aumentar la interacción con sus clientes y potenciales compradores, y potenciar sus ventas a través de una estrategia integral que integre creatividad, análisis financiero y tácticas comerciales innovadoras.

# MISIÓN, VISIÓN Y VALORES



## MISIÓN

Somos una empresa mexicana dedicada a la joyería. Diseñamos, producimos y comercializamos en la zona metropolitana de Guadalajara, ofreciendo piezas originales y en tendencia, con materiales de alta calidad. Buscamos satisfacer a nuestros clientes, fortalecer el talento de nuestros diseñadores y artesanos, y colaborar con proveedores especializados para impulsar la industria joyera.

## VISIÓN

Aspiramos a ser una marca de joyería que acompañe a las personas en sus momentos más importantes, brindando confianza en cada creación. Queremos que nuestras joyas sean un reflejo de quienes las usan, convirtiéndose en símbolos de amor, gratitud y celebración, manteniendo siempre el compromiso con la excelencia y la autenticidad.

## VALORES

- Honestidad
- Exclusividad
- Pasión
- Trabajo en equipo
- Compromiso

# DIAGNÓSTICO EMPRESA Y PRODUCTO



# EVALUACIÓN DE EMPRESA

1. IDENTIDAD Y BRANDING
2. PRODUCTO Y PRESENTACIÓN
3. CANALES DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN
4. ESTRATEGIA DIGITAL Y REDES SOCIALES
5. ESTRATEGIA DE PRECIOS Y RENTABILIDAD
6. ATENCIÓN AL CLIENTE Y EXPERIENCIA DE COMPRA

DOCUMENTO

## Precio

- Precios accesibles desde \$380 hasta \$1350.
- Posicionamiento como joyería de gama media-alta.
- Buena calidad a precios competitivos para un público amplio.

## Plaza

- Presencia en redes sociales que facilita el alcance digital.
- Oportunidad de participar en eventos de joyería y vender en puntos estratégicos como centros comerciales o boutiques.
- Venta en línea como canal clave para atraer clientes fuera de su ubicación física y ampliar su presencia.

**4 P'S**



## Producto

- Amplia variedad de joyería: anillos, collares, pulseras y pendientes.
- Diseños modernos y sofisticados.
- Materiales de alta calidad que garantizan durabilidad y atractivo.
- Rango de precios accesible: de \$380 a \$1350.

## Promoción

- Falta una estrategia constante de promociones y dinámicas.
- Oportunidad de lanzar campañas en fechas clave (Navidad, San Valentín, etc.).
- Posibilidad de realizar concursos o sorteos en redes sociales.
- Implementación de un programa de fidelización o descuentos para clientes frecuentes.

# ANÁLISIS DE COMPETENCIA



# INVESTIGACIÓN DE COMPETENCIA

Aspecto	Amanza jewelry	Ana Allier	Malka Joyería
Diseño Web	Elegante y en español, pero con poca interacción digital.	Sofisticado y fácil de navegar, con enfoque en la personalización.	Moderno, con imágenes atractivas y experiencia de compra fluida.
Presencia en Redes	Casi inexistente, no se encuentran perfiles activos.	Baja, sin enlaces visibles desde la web.	Activa en Instagram, TikTok y Facebook, con contenido dinámico.
Productos Destacados	Joyería fina y atemporal.	Personalización en anillos de compromiso y piezas únicas.	Gran variedad de joyas, incluyendo colecciones temáticas.
Engagement con Clientes	Muy bajo, sin interacción digital evidente.	Medio, pero con potencial en storytelling y fidelización.	Alto, con contenido visual atractivo y estrategias de interacción.
Diferenciador	Diseño elegante, pero sin un gancho claro.	Personalización y joyería artesanal.	Gran variedad de productos y estrategias de contenido.

# BENCHMARKING



	Maraya Jewelry	Amanza jewelry	Ana Allier Jewelry	Malka joyeria
	850 seguidores	17.3 mil seguidores	21.1 mil seguidores	39.6 mil seguidores
	1,000 seguidores	N/A	N/A	4,000 seguidores
	N/A	199.1 mil seguidores	121 seguidores	15,9 mil seguidores

# MISTERY SHOPPER



## Marcas evaluadas

- Amanza Jewelry
- Malka Joyería
- Ana Allier Jewelry
- Maraya

## Rapidez de respuesta

1. Maraya
2. Ana Allier Jewelry
3. Malka Joyería
4. Amanza Jewelry

## Estilo de comunicación

- Maraya: Ágil, pero tono seco y directo.
- Amanza: Amigable, ofrece opciones y precios detallados.
- Ana Allier: Lenguaje neutral, solicita más información antes de responder.
- Malka: Cálido y cercano, enfocado en la experiencia del cliente.

# ANÁLISIS DE MERCADO META



# ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

96 respuestas



Ver en Hojas de cálculo



Resumen

Pregunta

Individual

RESULTADOS DE ENCUESTA DE SATISFACCION

# SEGMENTACIÓN DE MERCADO

## Demográfica:

- **Género:** Principalmente mujeres.
- **Edad:**
  - Jóvenes de 20 - 25 años
  - Mujeres 35+ años
- **Nivel Socioeconómico:** C+ (clase media-alta)
- **Ubicación geográfica:** ZMG (Zona Metropolitana de Guadalajara).

## Psicográfica:

- **Intereses:** Lifestyle, joyería y accesorios, moda y tendencias, consumo consciente, redes sociales.
- **Valores:** Autenticidad, estética, calidad - precio
- **Personalidad:** Mujeres sofisticadas, atención al detalle y jóvenes que buscan piezas versátiles, disfrutan las compras en línea

## Conductual:

- **Frecuencia de compra:** mayormente cada 3 a 6 meses
- **Dónde compran joyería:** Principalmente en bazares y tiendas en línea
- **Factores que influyen en su compra:** redes sociales, calidad del material, diseño, precio competitivo

**Productos más comprados:** Aretes, collares, pulseras

## Puntos de Venta:

- **Puntos de venta:**
  - Berloe Salon
  - Pedidos en línea a partir de redes (Whatsapp, Instagram)

# BUYER PERSONA 1



## LAURA MARTINEZ

EDAD 20-30años

SEXO Mujer

PAÍS Mexico

EDUCACIÓN Universidad

OCUPACIÓN Administrativa

ESTADO CIVIL Soltera

### PERSONALIDAD

Creativo Metódico



Sentimental Pensativo



extrovertido Introvertido



### BIOGRAFÍA

Laura Martínez tiene 26 años y vive en una ciudad media, cerca de centros comerciales y tiendas de lujo. Es profesora de inglés en una escuela secundaria y, además, realiza trabajos freelance que complementan su ingreso mensual. Con una licenciatura en Publicidad, Laura tiene un nivel educativo alto y un ingreso medio-alto. Aunque soltera, disfruta de una vida social activa y aprecia las experiencias culturales, como las exposiciones de arte y los conciertos. Le gusta viajar y se interesa por la moda, buscando siempre un estilo que combine comodidad y elegancia. Su pasión por la joyería radica en encontrar piezas que reflejen su personalidad, que sean versátiles para diferentes ocasiones y que tengan una calidad duradera.

### MOTIVACIONES

Laura busca productos que reflejen su personalidad, su estilo de vida moderno y su aprecio por la calidad. La joyería le ofrece una forma de expresar su individualidad, especialmente en ocasiones especiales. Además, le motiva la idea de invertir en piezas duraderas que puedan complementar su vestuario y destacar en su entorno social.

### GUSTOS Y AFICIONES

Ver películas  
Leer  
Viajar  
Pasar tiempo con amigos  
Dibujar

### REDES SOCIALES

Iconos

### OBJETIVOS

- Sentirse elegante y destacada en reuniones sociales y profesionales.
- Comprar joyería que sea versátil y adecuada tanto para el día a día como para eventos importantes.
- Asegurarse de que las piezas sean de buena calidad y que ofrezcan un valor duradero.
- Establecer su estilo personal a través de las joyas que elige.

### HABILIDAD

Internet

Viajar

Analíticas

Contabilidad

### MARCAS

Logotipos

# BUYER PERSONA 2



## MARIA CARDENAS

EDAD 40- 50años

SEXO Mujer

PAÍS Mexico

EDUCACIÓN Universidad

OCUPACIÓN Ama de casa y profesionalista

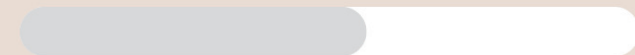
ESTADO CIVIL Casada

## PERSONALIDAD

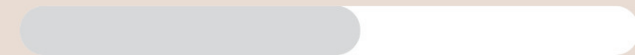
Creativo Metódico



Sentimental Pensativo



extrovertido Introvertido



## BIOGRAFÍA

María tiene 48 años, es una mujer profesional que trabaja en el área de marketing en una empresa mediana. Está casada y tiene dos hijos adultos que ya están en la universidad. Vive en una ciudad de tamaño medio y, aunque le encanta su carrera, también valora el tiempo que pasa con su familia. Disfruta de actividades como leer, viajar y asistir a eventos sociales. Es una mujer elegante que se cuida, pero no sigue las modas de manera estricta; prefiere productos de calidad que reflejan su estilo personal. En cuanto a su estilo de vida, busca equilibrio entre la vida laboral y personal, por lo que invierte en experiencias y productos que le brinden placer y confort.

## MOTIVACIONES

- Autocuidado y autoestima: María se siente motivada a comprar joyería que resalte su personalidad y le permita sentirse especial y única. La joyería es una forma de expresión personal que también le ayuda a sentirse segura y bien consigo misma.
- Calidad y durabilidad: Prefiere invertir en piezas atemporales y de alta calidad que perduren en el tiempo, en lugar de seguir modas pasajeras. Esto la hace sentir que está tomando decisiones inteligentes a largo plazo.
- Regalos significativos: La joyería también es una manera para ella de transmitir cariño y aprecio a sus seres queridos, ya sea para ocasiones especiales como aniversarios o cumpleaños, o incluso como un regalo significativo para ella misma.

## GUSTOS Y AFICIONES

Cocinar  
Leer  
Viajar  
Pasar tiempo con familia  
Cocer

## REDES SOCIALES

Poco uso

## OBJETIVOS

- Elegir joyas que reflejen su estilo y personalidad: María busca piezas que combinen con su estilo sofisticado pero accesible, y que puedan adaptarse a diferentes ocasiones, desde reuniones de trabajo hasta salidas informales.
- Inversión a largo plazo: Está interesada en adquirir joyas que sean valiosas no solo en términos económicos, sino también sentimentales, como piezas familiares o aquellas que pueda heredar.
- Encontrar marcas que ofrezcan exclusividad y confianza: Prefiere marcas que se alineen con sus valores de calidad y autenticidad. Le interesa conocer el origen de los materiales y la ética detrás de la marca.

## HABILIDAD

Administrar

Viajar

Leer

Cocinar

## MARCAS

Discretas

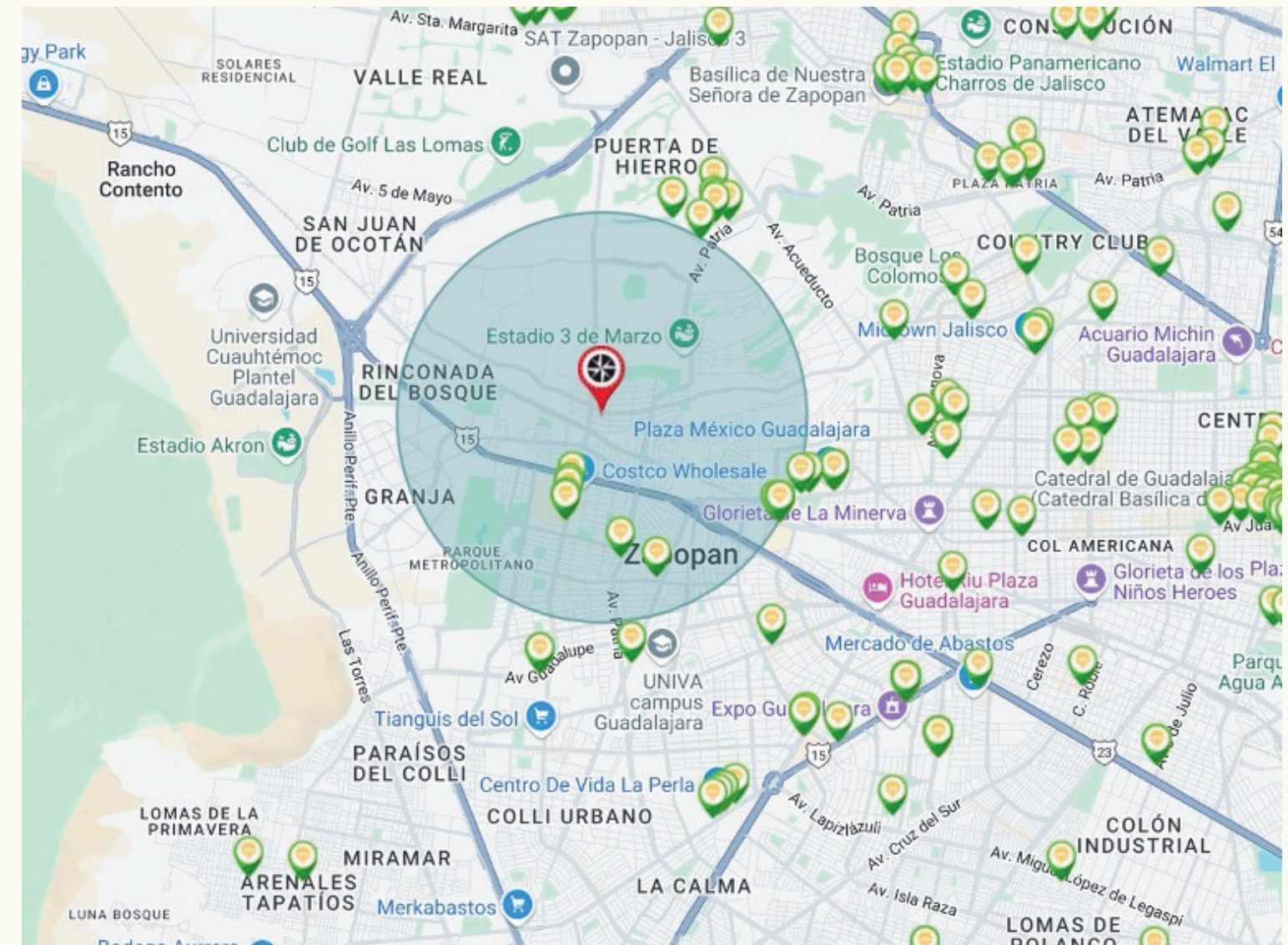
# ANÁLISIS DE DEMANDA

## CRECIMIENTO DEL MERCADO:

El mercado de joyería esta creciendo y hay mucha oportunidad para marcas que ofrezcan diseños atractivos y calidad.

Las ventas a nivel global están siendo impulsadas por las ventas en línea, por la demanda de piezas personalizadas y el interés en materiales eco-friendly y éticos.

## COMPETENCIA PUNTOS DE VENTA:



RADIO: 2.5 km (Berloe Salon)

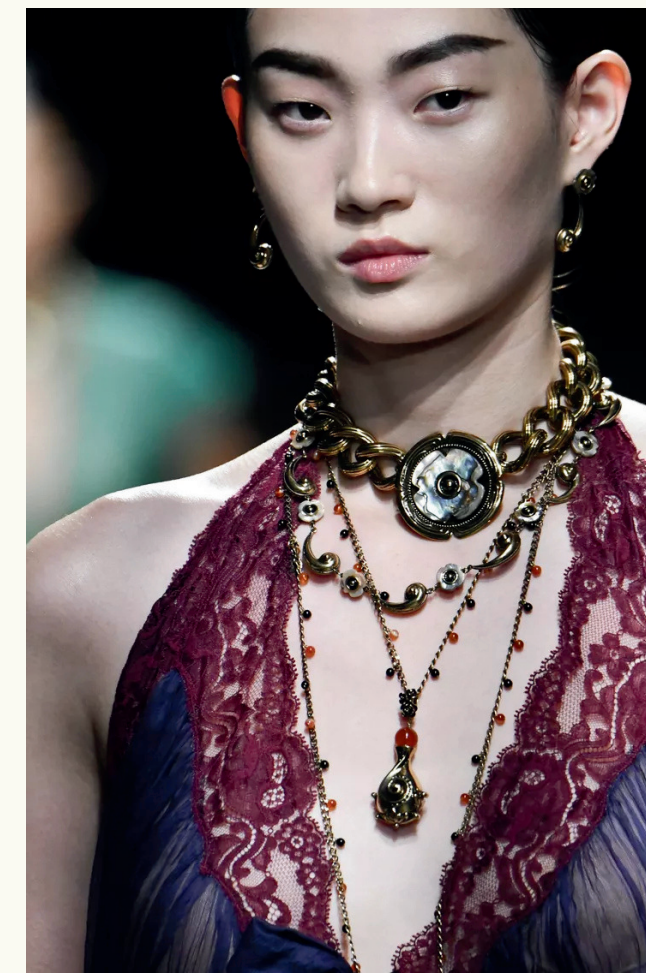


Diseño y Personalización

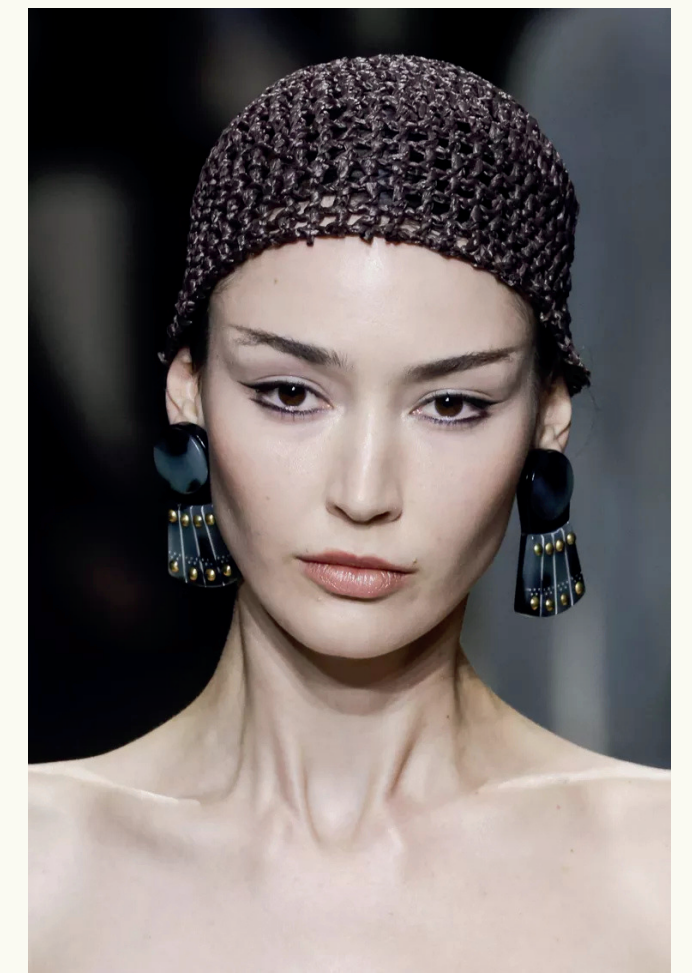
Compras en línea

## TENDENCIAS ACTUALES:

Materiales y Sostenibilidad



Tendencias Maximalistas



# ANÁLISIS DEL SECTOR Y CAPACIDADES DE LA EMPRESA FODA



# ANÁLISIS DE LA EMPRESA



- **Producto con potencial:** Buena calidad y enfoque en personalización.
- **Branding débil:** No comunica bien sus valores ni tiene segmentación clara.
- **Presentación mejorable:** Empaque y percepción de exclusividad pueden elevarse.
- **Venta sin estrategia:** Canales de venta activos (punto de venta en spa) pero sin plan comercial definido.
- **Redes sociales poco optimizadas:** Falta constancia y planeación de contenido.
- **Atención al cliente básica:** Puede mejorarse la experiencia de compra.

# ANÁLISIS DEL SECTOR

## Contexto del mercado:

- Guadalajara es un centro clave de la joyería en México, con fuerte tradición artesanal y digitalización creciente.
- La joyería ha pasado de ser solo lujo a representar identidad, status y autoexpresión.

- **Crecimiento del Comercio Digital:**

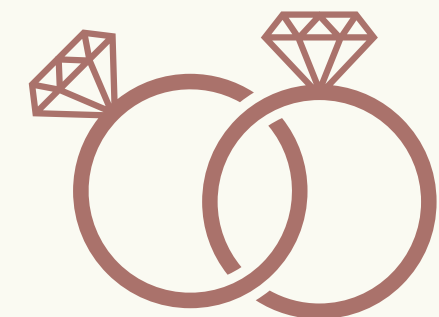
Las compras en línea están aumentando, y Maraya debe aprovechar esto para llegar a más clientes a través de redes sociales.

- **Demanda de Exclusividad:**

Los consumidores prefieren piezas únicas y personalizadas, una tendencia que beneficia a Maraya por su oferta de joyería personalizada.

- **Competencia:**

Maraya compite con marcas emergentes y grandes empresas de joyería accesible, pero no con marcas de lujo. Debe destacarse con un enfoque único y atractivo.



# ANÁLISIS DEL SECTOR

- **Compite con marcas emergentes similares:** Su competencia directa son marcas pequeñas que también ofrecen diseño propio y joyería personalizada.
- **No puede competir con marcas de lujo:** No tiene aún el reconocimiento ni los recursos para alcanzar a marcas premium con alto presupuesto y prestigio.
- **Tampoco busca ser fast fashion:** A diferencia de marcas masivas, Maraya apuesta por calidad y piezas con significado, no por volumen ni bajo precio.
- **Necesita diferenciarse más:** Para destacar, debe reforzar su branding, su propuesta de valor y su presencia digital frente a otras marcas similares.



## Fortalezas

- Buena calidad y precio accesible.
- Variedad de joyería para diferentes gustos.
- Piezas con valor emocional.
- Ventas corporativas en fechas clave. (BN)
- Presencia en puntos físicos.
- Enfoque claro en mujer elegante y alegre.

## Debilidades

- Falta de estrategia digital clara.
- Identidad visual necesita rediseño.
- Poca diferenciación frente a la competencia.
- Estrategia de ventas poco definida por segmento.



## Oportunidades

- Lanzamiento de tienda en línea.
- Mayor actividad en redes sociales con Reels, tips, humor y contenido con personas usando los productos.
- Mejora de empaques con detalles personalizados.
- Identidad visual coherente y elegante.
- Segmentación enfocada en mujeres de 35+ que buscan elegancia y jóvenes de 18-26 interesadas en tendencias.

## Amenazas

- Presencia digital de marcas competidoras.
- Aumento en la demanda de joyería ecológica o innovadora.
- Riesgo de baja visibilidad por cambios en algoritmos sin una estrategia clara.
- Variabilidad en costos de producción por fluctuaciones en los precios de oro y plata.

# DISEÑO DE LA MARCA



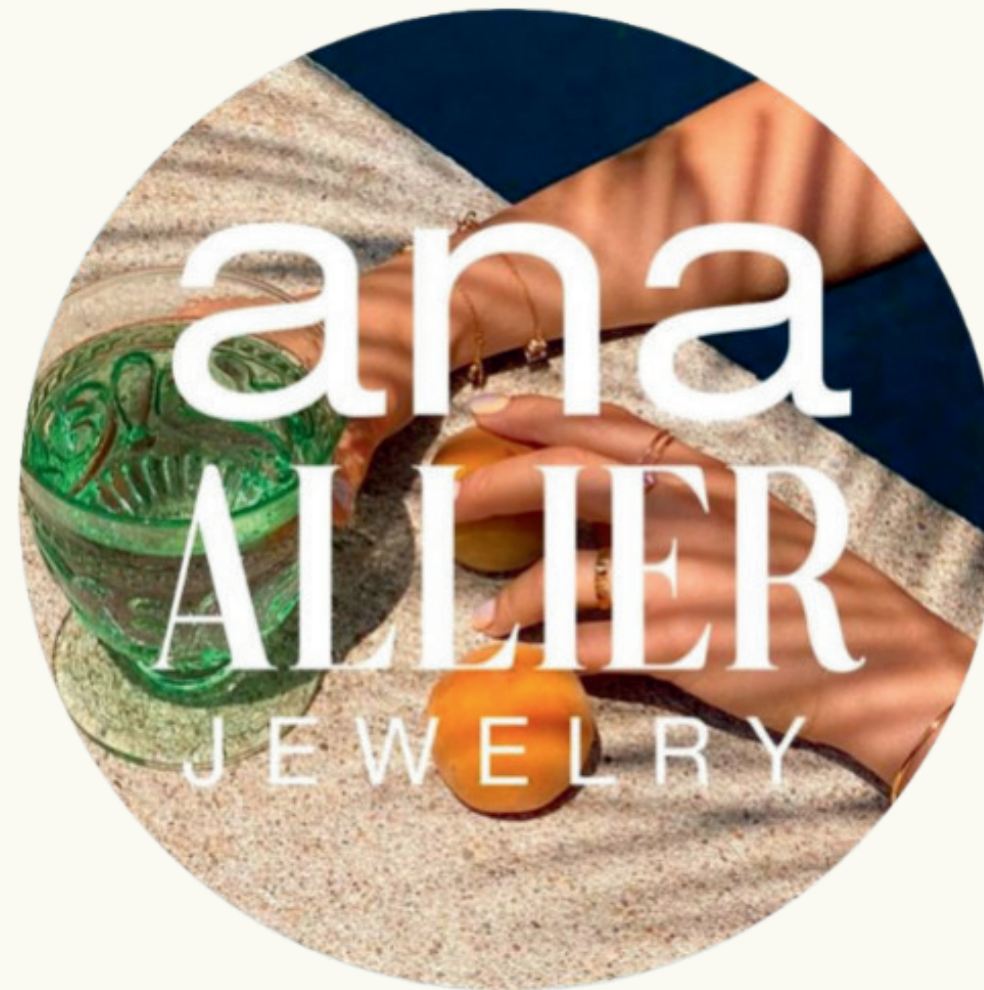


**LOGO  
ANTERIOR**

# VENTAJAS NUEVAS PROPUESTAS

- **Mayor impacto visual** – El color rojo es más llamativo y transmite fuerza, pasión y lujo.
- **Tipografía exclusiva** – Las formas estilizadas hacen que la marca se vea más sofisticada y única.
- **Posicionamiento premium** – El diseño moderno refuerza la idea de una marca de alta gama.
- **Más memorabilidad** – El nuevo logo es más fácil de recordar y destacar en el mercado.
- **Versatilidad** – Funciona mejor en empaques, redes sociales y grabados en joyería.
- **Mayor conexión emocional** – El rojo evoca deseo, confianza y poder en los clientes.
- **Diferenciación competitiva** – Se aleja de diseños genéricos y fortalece la identidad de la marca.

# LOGOS COMPETENCIA



DARK RED



HEX: #3D0A05

GREY BEIGE

HEX: #A58570

RUBY RED

HEX: #7F1F0E

SILK

HEX: #DAC1B1

INDIAN RED

HEX: #AC746C

# PALETA DE COLORES



the  
luckiest  
girl

2025



Ivory  
Cream

HEX: #FFFCEF  
RGB: (255, 252, 239)



Rich  
Burgundy

HEX: #2B5288  
RGB: (43, 82, 136)



TIPOGRAFIA  
INSPIRACION

# PROPUESTA NUEVO LOGO 1



**maraya.jewelry**

**Maraya**

**283** publicaciones   **866** seguidores   **98** siguiendo

Joyería de Oro 10k, Plata .925, Acero, Oro Laminado y más  
Pedidos por DM 📩  
Envíos a todo México 🇲🇽... más

Le sigue **lorettaa\_alonso**

Siguiendo ▼   Mensaje   Contactar   +

**SAINT**  
JEWELRY ON A MISSION

SAINT is a jewelry brand with a mission to uplift women and the world by donating profits to support female-founded ventures and using only sustainably and ethically sourced materials

SAINT prides itself on offering a quality-first, sustainably and environmentally sourced jewelry line that boasts luxury styles at an affordable price.

With it's mission to donate 20% of its revenue to support female-founded ventures, when you wear SAINT, you uplift women and the world.

S



SAINT



For artisanal flower boutique, we believe in the power of beauty to transform and uplift the soul. Every fully select and craft into stunning arrangements is imbued with the essence of nature's wonder and the artistry of our skilled team of florists.

CORDATA

jolie

JOAILLERIE DÈS LUXE

jolie

jolie

OPAL skin studio

SAINTS  
VICE



jolie

TIPOGRAFÍA  
INSPIRACIÓN



WOOD BARK

HEX: #302620

CLOUDY

HEX: #B9AB99

PINE CONE

HEX: #775F4E

HEATHERED GREY

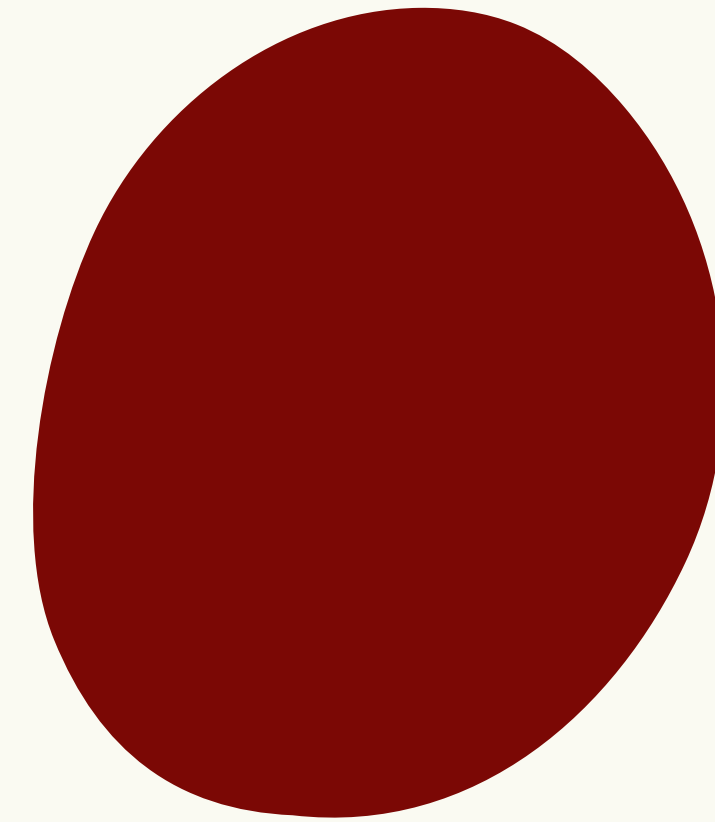
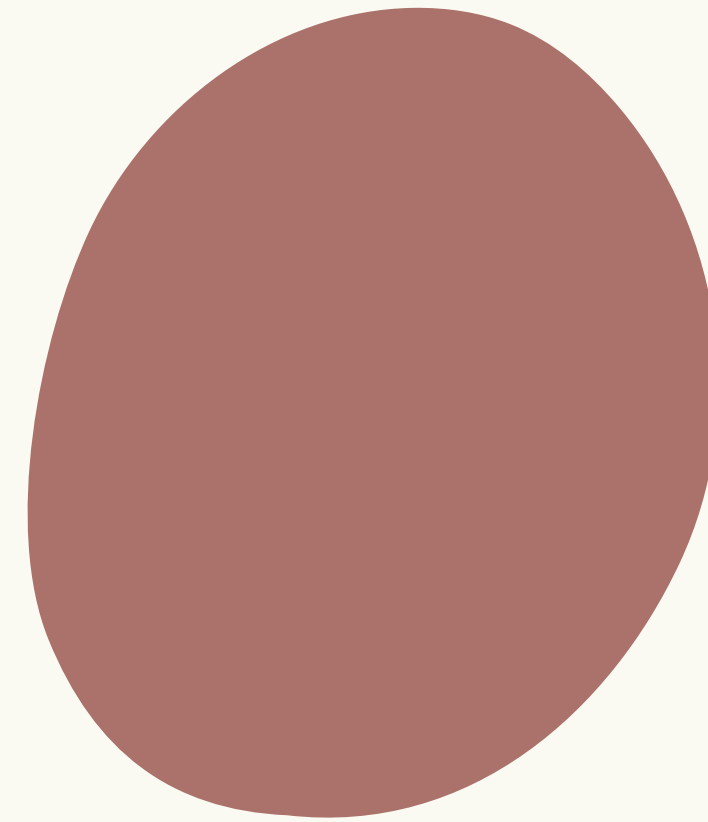
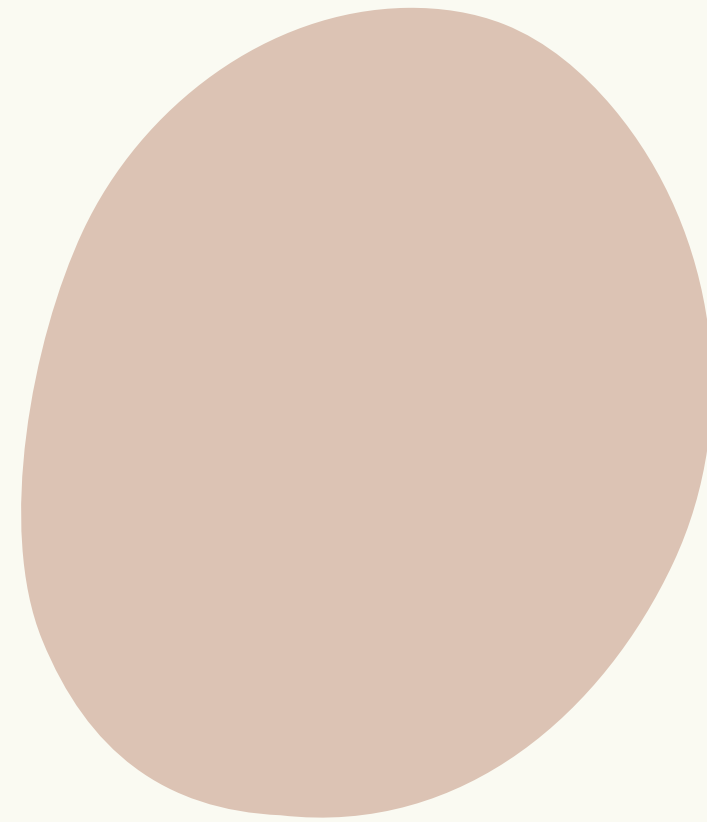
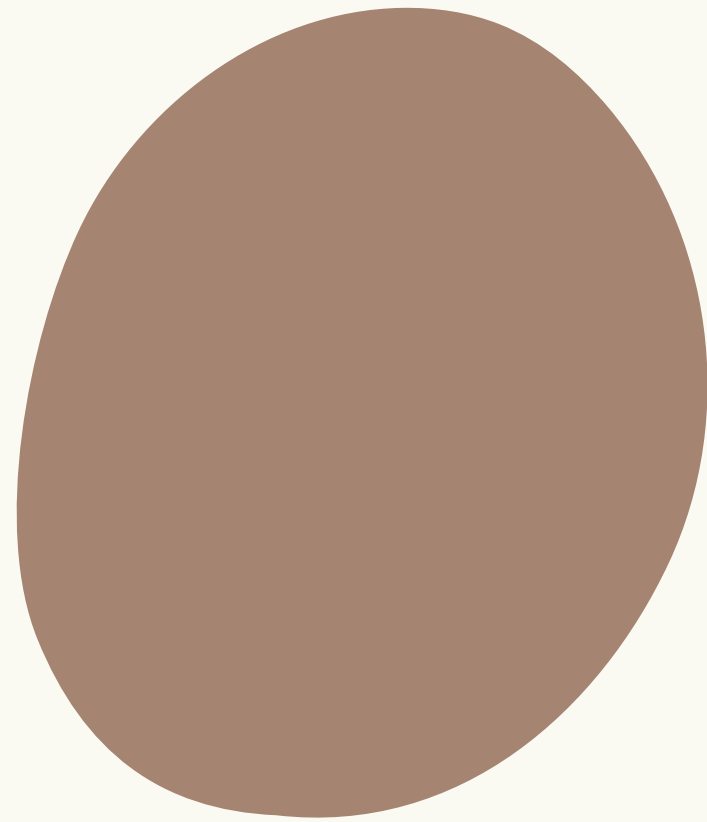
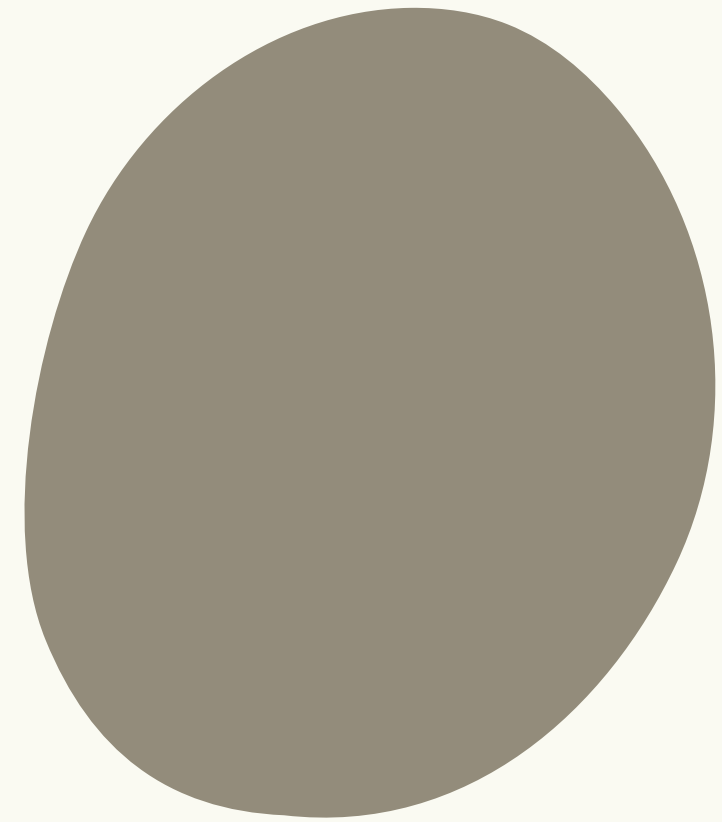
HEX: #948C7A

CAPUT MORTUUM

HEX: #612A22

# PALETA DE COLORES

# PALETA DE COLORES FINAL



# PROPUESTA NUEVO LOGO 2



< maraya.jewelry



Maraya

283

publicaciones


866

seguidores

98

siguiendo

Joyería de Oro 10k, Plata .925, Acero, Oro Laminado y más

Pedidos por DM 

Envíos a todo México  ... más



Le sigue lorettaa\_alonso

Siguiendo 

Mensaje

Contactar



# VARIACIONES

MARAYA  
Ma

JOYERIA  
Ma

MARAYA JOYERIA  
Ma

# LOGO DEFINIDO



MARAYA JOYERIA

Maraya

# MAS PROPUESTAS



MARAYA JOYERIA



MARAYA JOYERIA



MARAYA JOYERIA



MARAYA JOYERIA



MARAYA JOYERIA



MARAYA JOYERIA

# PROPUESTAS DE EMPAQUE

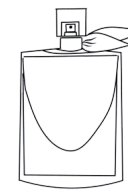


# PROPUESTAS DE TARJETAS

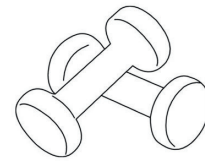
## Cuidados para tu Joyería



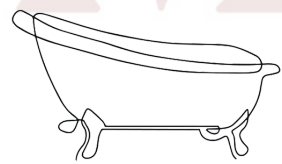
REMOVER JOYERÍA  
ANTES DE DORMIR



EVITA EL CONTACTO  
CON PERFUME



REMOVER JOYERÍA  
ANTES DE EJERCITARTE



EVITA EL CONTACTO  
CON EL AGUA



GUARDAR EN UNA BOLSA  
O CAJA CERRADA



LIMPIAR Y PULIR  
CON UN PAÑO SUAVE

*gracias!*

En Maraya, cada detalle está pensado para acompañarte. Gracias por elegirnos y permitirnos ser parte de tus momentos más especiales.

Te invitamos a seguir brillando con nosotros.



@maraya.jewelry

# MANUAL IDENTIDAD CORPORATIVA

---

MANUAL DE IDENTIDAD

---

**Ma**

MARAYA JOYERIA

---

# PLAN FINANCIERO



# CONTENIDO

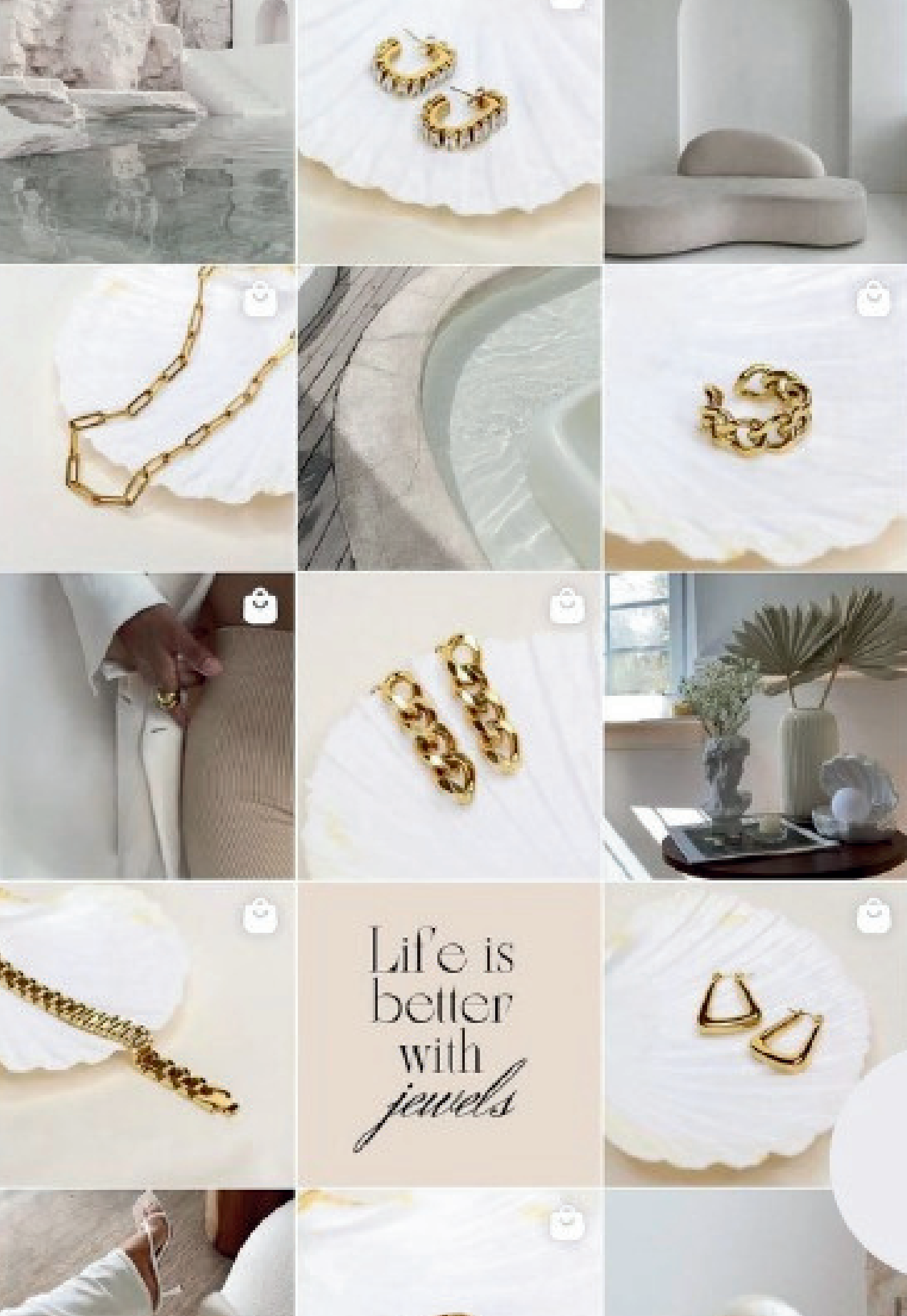
- **Estado de Resultados 2024.**
- **Estructura de Costos.**
- **Punto de Equilibrio.**
- **Proyección Presupuestaria  
(Jun-Dic 2025).**
- **Flujo de Efectivo.**

[Link](#)

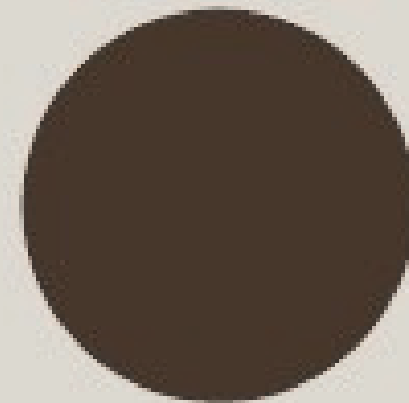
[Link](#)

# CREACIÓN DE CONTENIDO





# MOODBOARD IDEAS DE LA SESIÓN FOTOGRAFÍCA



# SESIÓN FOTOGRAFÍA Y EDICIÓN

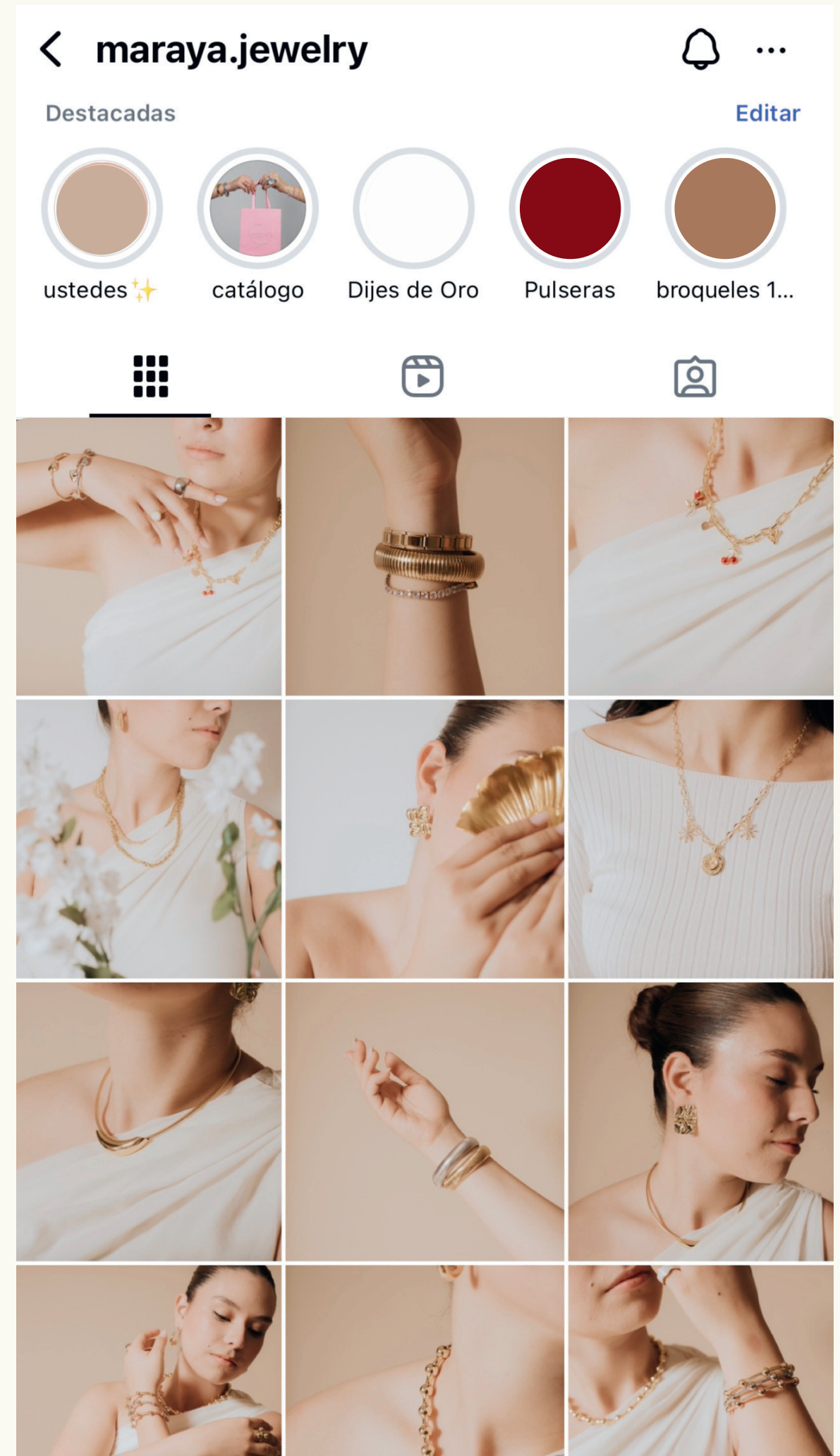
Exitosa sesión donde se capturaron más de 80 piezas, resaltando su elegancia y detalle. Se usaron fondos neutros y luz profesional para destacar texturas y brillo. Modelos y equipo trabajaron en perfecta coordinación, logrando imágenes que reflejan el lujo y esencia de la marca.







# PROPUESTA DEL FEED DE INSTAGRAM



# PARRILLA DE CONTENIDOS

MARAYA CONFIDENCIAL 2025

**Ma**  
MARAYA JOYERIA  
Contenidos Abril 2025

2025 CONFIDENCIAL MARAYA

< 1 > ⋮

Google Slides



# SITIO WEB



# Sitio web



## **Maraya Joyería**

El Brillo que Llevas a Todas Partes

 Maraya Joyería

# PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD



# TEMPORADAS ALTA Y BAJA



**Ma**  
MARAYA JOYERIA

UN REGALO PARA MAMÁ QUE HABLA POR TI  
15% DE DESCUENTO EN TODA LA COLECCIÓN



**Ma**  
MARAYA JOYERIA

REGALA UN AMOR ETERNO 10% DE DESCUENTO EN  
LOS PRODUCTOS SELECCIONADOS



**Ma**  
MARAYA JOYERIA

COMPRA ANTES DEL 1 DE FEBRERO Y  
RECIBE UN 10% DE DESCUENTO!

# ESTRATEGIAS DE VENTAS



# IDENTIFICACIÓN DE BAZARES

BAZAR	UBICACIÓN	CONTACTO	PRECIO
Parque metropolitano	Parque metropolitano	@utubazar	Pequeño: \$2,000 / Grande: \$2,300
Bazareando	Punto sur	@bazareando_gdl	\$3,350 por spot (1.8m)
Manos mexicanas bazar	Av. Vallarta 1305, Guadalajara Jal.	@manosmexicanasbazar	NR
Itinerante	Parque Italia, Providencia 4ta sección, Guadalajara, Jal.	@itinerantemx	\$2,900 por spot
Mercado rosa	Cambia en cada edición	@mercadorosa	NR
Mi bazar colors	Colonias 221, Col. Americana, Guadalajara, Jal.	@mibazarcolorsbazar	NR
Donde hay bazar	Cambia en cada edición	@dondehaybazar	NR
Hello bazar	Cambia en cada edición	@helloworldbazar	NR
Utu bazar	Cambia en cada edición	@utubazar	\$2,400 por spot

# CONCLUSIONES



# CONCLUSIÓN GRUPAL



A lo largo del análisis realizado, confirmamos que Maraya es una joyería con un gran potencial. Al definir con mayor precisión su identidad visual, mejorar su presencia en plataformas digitales y resaltar la personalización como atributo diferenciador, logró fortalecer su posicionamiento en el mercado. Esta experiencia no solo aportó valor real a la marca, sino que también fortaleció nuestras habilidades estratégicas, creativas y profesionales.

# RECOMENDACIONES

- **Campaña con clientes:** Invita a tus clientes a compartir en video la historia detrás de su joya favorita. Las mejores ganan premios o descuentos. ¡Comparte en redes!
- **App interactiva:** Desarrolla una app donde las usuarias puedan probarse virtualmente las joyas y explorar todo el catálogo disponible.
- **Empaque elegante:** Invierte en empaques que reflejen la identidad de marca y mejoren la experiencia del cliente.
- **Uso de CRM:** Implementa un CRM como Odoo para mejorar finanzas, inventario, ventas, facturación y captación de clientes. Es una inversión que se recupera.
- **Colaboraciones con influencers:** Alía tu marca con influencers o artistas para ampliar tu alcance y reforzar tu identidad visual con contenido de alta calidad.

# CONCLUSIONES INDIVIDUALES

**Giovanna:** Maraya tiene mucho potencial, solo necesita enfocarse en su identidad de marca, mejorar su presencia en línea y aprovechar lo que la hace especial, como la personalización. Con eso, podrá destacar en el mercado y seguir creciendo.

**Camila:** Trabajar con Maraya fue una experiencia muy enriquecedora ya que es una empresa con mucho potencial y me ayudó a entender todo lo que implica construir una marca desde cero, no solo en lo visual, sino también en lo estratégico. Me gustó mucho poder combinar la parte creativa con el análisis, y ver cómo todo fue tomando forma poco a poco hasta convertirse en algo real y coherente.

**Álvaro:** En conclusión puedo decir que llevar números en un orden y saber como estas financiero te puede ayudar a tomar decisiones para tú empresa, para el plan financiero que se realiza me gusto mucho trabajar y poder ayudar un poco a la empresa, se fortalece mi vida profesional.

**Ramiro:** Maraya tiene un gran potencial para destacar a través de la elegancia y la simplicidad, y creo que, al enfocarse en su estética y comunicación, puede fortalecer su presencia en redes sociales y generar un vínculo más auténtico con sus clientes. Esta experiencia también reforzó mis habilidades para pensar de forma estratégica y creativa al mismo tiempo.

# ¡GRACIAS!

---



# ENTREGABLES

---





# Carpetas en la Nube



# ANÁLISIS DE REDES SOCIALES Y TENDENCIAS.



- Es la mejor plataforma para mostrar la imagen de la marca.
- Lo más importante es la estética visual: mostrar el producto con una historia que inspire.
- Lo que realmente conecta: compartir historias, no solo hacer publicidad directa.
- Los Reels, las historias y las colaboraciones con microinfluencers son clave



- Lo que destaca: lo natural, espontáneo y humano.
- Los contenidos orgánicos y grabados con celular tienen mejor rendimiento.
- Oportunidad para educar, emocionar y contar historias detrás de las piezas (Fuente: TikTok for Business)



- Relevante para audiencias de 30 años en adelante.
- Funciona para lanzamientos, comunicación directa y generar confianza.
- Estrategias efectivas: sorteos, lives, y testimonios/recomendaciones



**Ma**  
MARAYA JOYERIA

**UN REGALO PARA MAMÁ QUE HABLA POR TI  
15% DE DESCUENTO EN TODA LA COLECCIÓN**