

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

**Programa de desarrollo de la gestión en las funciones
sustantivas de las empresas**



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

**3J01 Desarrollo de Capacidades para la comercialización y ventas
Nacionales CEDECOM**

“Estrategia de publicidad Soy ITESO”

PRESENTAN

Lic. en Administración y Emprendimiento Luis Rogelio Gutiérrez González
Lic. en Publicidad y Comunicación Estratégica Natalie Yamile Hernández Larios
Lic. en Hospitalidad y Turismo Andrea Gastelum Kikushima

Profesor PAP: Mtra. Abril Gómez Rodríguez.
Tlaquepaque, Jalisco, Julio del 2023

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional	
Resumen	2
1. Introducción	3
2. Planeación y seguimiento del proyecto	4
3. Desarrollo	7
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto	32
5. Conclusiones	34
6. Bibliografía	35

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

Resumen

En el marco del Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) del Programa de Desarrollo de Estrategias Comerciales Nacionales e Internacionales I, el cuál se llevó a cabo en el periodo de verano 2023, se tiene como propósito crear estrategias publicitarias en redes sociales para la tienda SOY ITESO.

El objetivo principal de este proyecto es mejorar sus estrategias sobre todo en el área publicitaria, para así poder crear una comunidad activa, crecer el negocio y aumentar sus ventas, sobre todo ahora que cuenta con un espacio más amplio y moderno para ofrecer a la comunidad del ITESO sus productos.

También se trabajó en estrategias POP para mejorar el acomodo y aspecto de la tienda y que fuera mucho más llamativa para los clientes y finalmente se creó una propuesta de página web que pueda ser recreativa y mucho más llamativa para quienes la visitan.

Para llegar a todo esto primeramente se realizó una investigación en base a un documento entregado por el empresario de Soy ITESO, después de analizar las principales necesidades dentro de la empresa pusimos el proyecto en marcha, y comenzamos a hacer nuestra propia investigación a partir de encuestas a alumnos, egresados y maestros.

Cómo último paso creamos las estrategias necesarias para cumplir con el objetivo planteado y se trabajó durante 8 semanas para llegar a los resultados que se mostrarán a continuación en el documento.

1. Introducción

1.1 Antecedentes del proyecto y contexto

La tienda Soy ITESO es una Unidad de Negocio independiente a ITESO que comenzó a operar en agosto del 2015. La tienda provee de productos oficiales ITESO, así como artículos mexicanos a través de los cuales los miembros de la Comunidad Universitaria pueden expresar sus sentimientos por su Alma Mater.

Colaboran 2 personas dentro de la tienda.

Línea de Productos:

1. Ropa y Textiles (sudaderas, playeras, playeras tipo polo, short, chalecos, batas de mezclilla, etc.).
2. Mochilas y maletas deportivas.
3. Tazas, Termos y Cilindros.
4. Artículos electrónicos – Tecnología.
5. Accesorios (Cubre bocas, cordones, libretas, llaveros).
6. Arte Pueblos Originarios.

Productos y servicios:

Es una empresa que se dedica a hacer Ropa-Textiles (sudaderas, playeras, playeras tipo polo, short, chalecos, batas de mezclilla, etc.). Mochilas y maletas deportivas. Tazas, Termos y Cilindros. Artículos electrónicos – Tecnología Accesorios (Cubre bocas, cordones, libretas, llaveros y arte pueblos originarios), con servicio a domicilio dentro de ITESO A.C.

1.2 Problemática u oportunidad detectada

Estamos buscando más presencia en redes sociales para que tenga impacto en ventas para la empresa dando prioridad a estrategias de promoción y publicidad, estrategias de comunicación digital, toma de fotografías y elaboración de videos

para estrategias de comunicación digital, diseño de landing page y estrategias POP.

1.3 Objetivo general

Soy ITESO busca mejorar sus estrategias sobre todo en el área publicitaria, para así poder crear una comunidad activa, crecer el negocio y aumentar sus ventas, sobre todo ahora que cuenta con un espacio más amplio y moderno para ofrecer a la comunidad del ITESO sus productos.

1.4 Objetivos específicos

- Desarrollar estrategias de promoción y publicidad.
- Desarrollar estrategias de comunicación digital y redes sociales.
- Realizar investigación de mercado por medio de encuestas.
- Elaborar catálogo.
- Realizar encuestas de eyetracking.
- Elaborar fotografías y de videos para estrategias de comunicación digital.
- Realizar Diseño de landing page (elaborada en una plantilla de Wordpress).
- Desarrollar estrategias POP (publicidad para punto de venta).
- Realizar propuesta y re-acomodo de la tienda.

2. Planeación y seguimiento del proyecto.

2.1 Metodología

- **Estrategias de promoción y publicidad :**
 - Entrevista con el propietario de la empresa
 - Hacer cronograma y lluvia de ideas
 - Definir propuestas
 - Presentar propuesta final de cronograma del trabajo
 - Crear brandbook de redes
 - Crear y realizar encuestas
 - Abrir carpeta para almacenar posts
 - Subir propuestas a la carpeta
 - Crear posts para publicar 3 veces por semana
 - Crear cuenta de tik tok
 - Enlazar cuentas a meta
 - Hacer estudio de eye tracking en la tienda
 - Programar posts previamente aprobados

- Estudio de eye tracking (neuromarketing)
- Encuestas del estudio
- Render propuesta de re-acomodo
- Propuesta de rediseño de etiquetas
- Cotización de carrito de acero inoxidable
- Propuesta de rediseño de la página web

3. Desarrollo

3.1 Sustento teórico

Es la teoría o conceptos en que se fundamentan las acciones y decisiones tomadas para el desarrollo del proyecto; referentes teóricos que ayudan a comprender la problemática abordada; los enfoques y conceptos que apoyan la comprensión del problema y su abordaje en la intervención.

Estrategias Promoción y publicidad :La promoción se refiere a las diversas actividades y técnicas utilizadas por las empresas para comunicar, persuadir y motivar al público objetivo con el fin de aumentar la demanda de sus productos o servicios. Estas actividades pueden incluir la publicidad, las relaciones públicas, las ventas personales, la promoción de ventas y el marketing directo (Kotler & Armstrong, 2012).

La publicidad se define como una forma específica de promoción que involucra la comunicación masiva de mensajes persuasivos a través de diversos medios, como la televisión, la radio, los periódicos, las revistas, Internet y otros medios de comunicación. Su objetivo principal es informar, persuadir y recordar a los consumidores acerca de los productos, servicios o ideas promocionados por una organización, con el fin de influir en sus actitudes y comportamientos de compra (Belch & Belch, 2018).¹

¹ Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective. McGraw-Hill Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principles of marketing. Pearson.

Brand Book: Marty Neumeier explica que un brandbook generalmente contiene información detallada sobre el logotipo de la marca, los colores corporativos, las tipografías, el estilo de fotografía, los elementos gráficos, los mensajes clave, el tono de voz y otros elementos visuales y de comunicación que representan a la marca. También puede incluir ejemplos y casos de uso para ilustrar cómo se deben aplicar los diferentes elementos de la marca en diferentes contextos. (Bjerre, M. (2015)²

Cronograma: Según Smith, J. Un cronograma es una representación gráfica o tabla que muestra la secuencia de actividades, tareas o eventos en función del tiempo. Es una herramienta útil para planificar, organizar y dar seguimiento a proyectos, investigaciones u otras actividades con una estructura temporal. (Smith, J. (2022)³

Calendario de redes: Basado en el artículo Social Media Marketing Agency un calendario de redes, también conocido como calendario editorial o calendario de publicaciones en redes sociales, es una herramienta utilizada para planificar y programar el contenido que se compartirá en las diferentes plataformas de redes sociales. Proporciona una visión general de las fechas, horarios y tipos de publicaciones que se realizan, permitiendo una gestión eficiente de la presencia en redes sociales. (Social Media Marketing Agency. (2023)⁴

Encuestas a clientes : Smith, J. Explica que una encuesta a clientes es una herramienta de investigación utilizada para recopilar información y opiniones de

² Heding, T., Knudtzen, C. F., & Bjerre, M. (2015). Brand Management: Research, Theory and Practice. London, England: Routledge.

³ Smith, J. (2022). Cronograma de actividades para el proyecto de investigación [Archivo de Excel]. Recuperado de <https://ejemplo.com/cronograma.xlsx>

⁴ Social Media Marketing Agency. (2023). Calendario editorial de redes sociales [Archivo PDF]. Recuperado de https://ejemplo.com/calendario_redes.pdf

los clientes sobre productos, servicios, experiencias de compra o cualquier aspecto relacionado con una empresa o marca. A través de preguntas estructuradas, las encuestas permiten obtener datos cuantitativos y cualitativos que ayudan a comprender las necesidades, preferencias y satisfacción de los clientes, y a tomar decisiones informadas para mejorar el negocio.(Smith, J. (2023)⁵

Catálogo de producto : Según Johnson, A. Un catálogo de productos es un documento impreso o digital que presenta una lista detallada de los productos o servicios ofrecidos por una empresa. El catálogo proporciona información descriptiva, características, especificaciones técnicas, imágenes y precios de los productos, con el objetivo de facilitar la elección y compra por parte de los clientes. (Johnson, A. (2023)⁶

Redes sociales : El artículo “las redes sociales” son plataformas en línea que permiten a las personas y organizaciones interactuar, compartir contenido, comunicarse y establecer conexiones con otros usuarios. Estas plataformas brindan diversas funciones, como la creación de perfiles, la publicación de mensajes, la compartición de fotos y videos, la participación en grupos o comunidades, y la interacción a través de comentarios, mensajes privados o reacciones.⁷

Eye tracking: La enciclopedia en línea menciona que el eye tracking, también conocido como seguimiento ocular, es una técnica utilizada en investigación y usabilidad para medir y registrar los movimientos oculares de una persona mientras observa o interactúa con estímulos visuales, como páginas web,

⁵ Smith, J. (2023). Encuesta de satisfacción de clientes de XYZ Company [Encuesta en línea]. Recuperado de <https://ejemplo.com/encuesta-clientes>

⁶ Johnson, A. (2023). Catálogo de productos de XYZ Company [Catálogo en línea]. Recuperado de <https://ejemplo.com/catalogo-productos>

⁷ Enciclopedia en línea. (2023). Definición de redes sociales. En Redes sociales (sección de la definición). Recuperado de <https://ejemplo.com/redes-sociales>

anuncios, interfaces de usuario o productos. Se utiliza para analizar y comprender cómo las personas dirigen su atención visual, qué elementos atraen su mirada y cómo procesan visualmente la información.⁸

Render : Basado en el diccionario en línea el término "render" se utiliza en diversos contextos, pero en el ámbito de la tecnología y el diseño, se refiere al proceso de generar una imagen o animación a partir de datos o modelos tridimensionales. En otras palabras, el renderizado implica convertir información digital en una representación visual que pueda ser visualizada en una pantalla o impresa.⁹

Benchmark : Según la enciclopedia en línea el término "benchmark" se utiliza en el ámbito empresarial y tecnológico para referirse a un punto de referencia o estándar de comparación utilizado para evaluar el desempeño, la eficiencia o la calidad de un producto, servicio o proceso en relación con otros similares en la industria. En otras palabras, el benchmarking implica medir y comparar el rendimiento de una entidad con respecto a los mejores estándares o prácticas existentes en el mercado.¹⁰

Layout : Recuperado del diccionario en línea el término "layout" se utiliza en el ámbito del diseño y la planificación para referirse a la disposición, distribución o estructura visual de elementos en una página impresa, pantalla digital, espacio arquitectónico o cualquier otro medio. El layout determina la organización y la

⁸ Enciclopedia en línea. (2023). Definición de eye tracking. En Eye tracking (sección de la definición). Recuperado de <https://ejemplo.com/eye-tracking>

⁹ Diccionario en línea. (2023). Definición de render. En Render (sección de la definición). Recuperado de <https://ejemplo.com/render>

¹⁰ Enciclopedia en línea. (2023). Definición de benchmark. En Benchmark (sección de la definición). Recuperado de <https://ejemplo.com/benchmark>

ubicación de textos, imágenes, gráficos y otros elementos para lograr una presentación efectiva y atractiva.¹¹

Giveaway: Según el diccionario de Cambridge, giveaway significa algo que es dado de manera gratuita a un cliente. En su mayoría con propósitos promocionales. En la jerga del emprendimiento, el giveaway es una tradicional estrategia de marketing que puedes hacer desde cualquier red social vinculada a tu negocio, con el propósito de crear nueva audiencia o hacer que la que ya tienes te sea fiel a largo plazo.¹²

Meta Business: Meta Business Suite es una solución integral para administrar todas tus actividades de marketing y publicidad en Facebook e Instagram. centraliza las herramientas que te ayudan a conectarte con tus clientes en todas las apps y a obtener mejores resultados comerciales.¹³

2. Desarrollo de la propuesta estrategias de promoción y publicidad

- **Brand book**

Para crear el brand book se tomó como referencia los colores institucionales del ITESO como referencia primero se hizo una paleta de colores que empatan con las redes sociales oficiales de la institución.

Se eligió el color #083F6E que es un tipo de azul que es el más parecido al color que se utiliza en la institución en el logotipo oficial, también se eligió el color #2C90A5 el cual ya que se necesitaba un contraste de el color anterior para poder tener algo que se viera un poco más diverso y no fuera un solo color para todo , por último se eligió el color #56A514 el cual se eligió porque en la institución

¹¹ Diccionario en línea. (2023). Definición de layout. En Layout (sección de la definición). Recuperado de <https://ejemplo.com/layout>

¹² Cisneros, J. O., & Cisneros, J. O. (2022). Qué es un Giveaway y cómo aprovecharlo al máximo en tu negocio. *Aprendamos Marketing*. <https://aprendamosmarketing.com/que-es-un-giveaway/>

¹³ *Log in or sign up to view*. (n.d.). https://www.facebook.com/business/tools/meta-business-suite?content_id=uTYq3ZwPIH6Nb87&ref=smb&utm_term=negocio%20meta&gclid=Cj0KCCQjwO-kBhDIARIsAL6Lorf0NaYvTeW_sArME11LXsw7DmK0DmkUWsPrF_Q2VOr68kozHDXcP60aAnr3EALw_wcB

abundan los árboles en las instalaciones del Iteso el cual combina muy bien con los colores anteriores.

PALETA DE COLORES



#083F6E



#2C90A5



#56A514

Imagen 2 Paleta de colores

Después se definió la tipografía que se utilizará para cada publicación que se haga, en este caso se definieron 3 diferentes para poder utilizar un poco de variedad pero aún así, que sigan la misma línea, estas tipografías se utilizarán para poner títulos o texto dentro de las publicaciones, se eligió el tipo “Archivo balack” para que destaque y se ponga en títulos de todas las publicaciones , también se eligió la “Aileron heavy” para los subtítulos de las publicaciones y por último la “Arimo” para los pies de página.

TIPOGRAFÍAS

ARCHIVO BALACK
AaBbCc

AILERON HEAVY
AaBbCc

ARIMO
AaBbCc

Imagen 3 Tipografía

- **Realizar encuesta para conocer el mercado**

Se realizó una encuesta con la finalidad de conocer el mercado que tiene tienda saber quienes son los que compran, si conocen la tienda, si identifican algún producto de la tienda, una pregunta que era para saber si la gente conocía la tienda en línea, saber que han comprado en la tienda y tambien si quisieran algún producto que no encuentren en la tienda y los resultados fueron los siguientes.

En la primera parte de la encuesta pudimos segmentar a las personas que nos ayudaron contestando la encuesta, hasta ahora hemos podido darnos cuenta de que todos las personas que han participado conocen la tienda de nuestro campus, los resultados nos arrojan que son muchos más los estudiantes, que los egresados, maestros hasta ahora no han formado parte de los resultados de nuestra encuesta.

¿Eres estudiante egresado o maestro?

18 respuestas

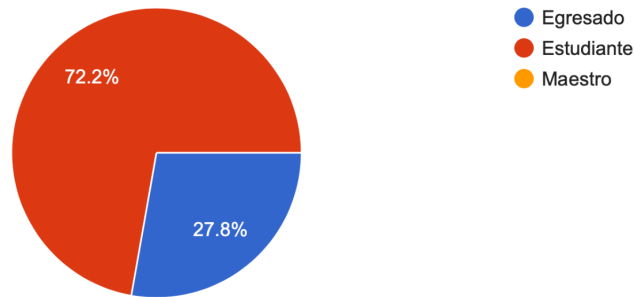


Imagen 4 Encuesta pregunta 1

Con base a los resultados obtenidos podemos crear una estrategia de redes y venta creada para la comunidad de alumnos y ex-alumnos quienes son el target principal de la tienda.

¿Conoces la tienda Soy lteso?

48 respuestas

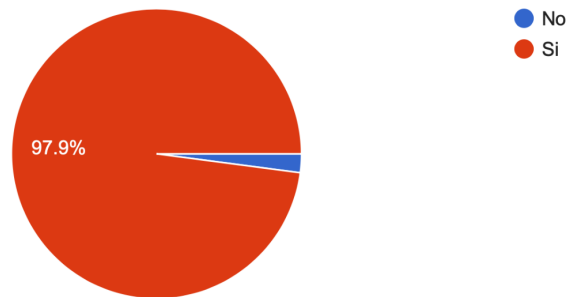


Imagen 5 Encuesta pregunta 2

Por los resultados que obtuvimos se puede observar que los productos más identificados en la tienda son las sudaderas con el 75% de los resultados y los termos con el 58% que son los porcentajes más altos a partir de ahí ya el porcentaje de los demás productos es abajo del 30%, esto pensamos que se debe a la gran variedad de productos que existe.

¿Cuál de estos productos son los que más identificas de la tienda?

48 respuestas

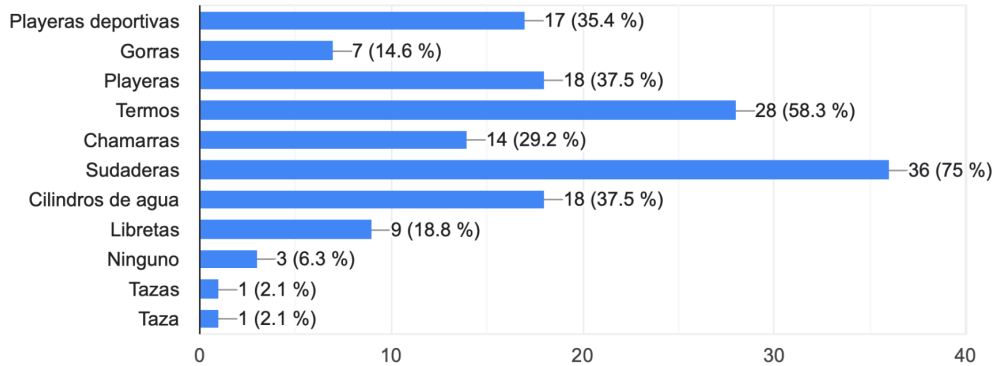


imagen 6 Encuesta pregunta 3

En la pregunta de la tienda en línea el 70% votó que sí les gustaría tienda en línea lo cual llegamos a la conclusión de que muchas personas no saben que existe y se le debería hacer más promoción.

¿Te gustaría que existiera la tienda en línea de productos soy lteso?

48 respuestas

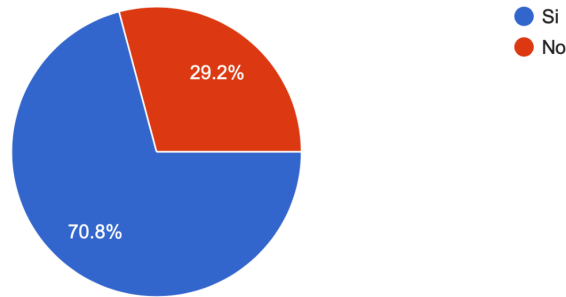


imagen 7 Encuesta pregunta 4

En la primera parte de la encuesta pudimos segmentar a las personas que nos ayudaron contestando la encuesta, hasta ahora hemos podido darnos cuenta de que todos las personas que han participado conocen la tienda de nuestro campus, los resultados nos arrojan que son muchos más los estudiantes, que los egresados, maestros hasta ahora no han formado parte de los resultados de nuestra encuesta.

¿Qué haz comprado en la tienda soy lteso?

46 respuestas

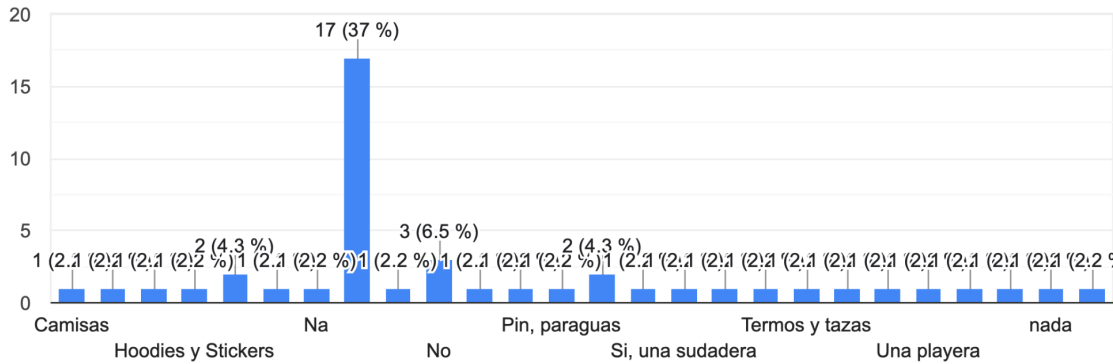


Imagen 8 Encuesta pregunta 5

En base a los resultados obtenidos podemos crear una estrategia de redes y venta creada para la comunidad de alumnos y ex-alumnos quienes son el target principal de la tienda.

¿Que producto te gustaría encontrar en la tienda soy lteso?

43 respuestas

- brownie
- Algo para egresados, tipo la playera de por siempre iteso pero podrían ser termos, sudaderas (no se si ya tengan)
- hoodies con un diseño cool
- Productos de emprendedores
- Suficientes los que venden
- Ni idea
- diferentes tipos de gorras
- Termos
- Gorras

Imagen 9 Encuesta pregunta 6

- **Analizar la competencia**

Durante las últimas semanas nos dimos a la tarea de hacer un análisis de competencia para tener un rango de comparación entre la tienda SOY ITESO y algunas otras tiendas de diferentes universidades dentro de México, hicimos la comparación principalmente entre TecStore, tu tienda UNAM, UAG store y mi tienda ITESO.

Al obtener los resultados nos dimos cuenta que la tienda con mayor movimiento en redes sociales es la tienda del Tec de Monterrey teniendo mayor número de seguidores y mucha más interacción con sus seguidores.

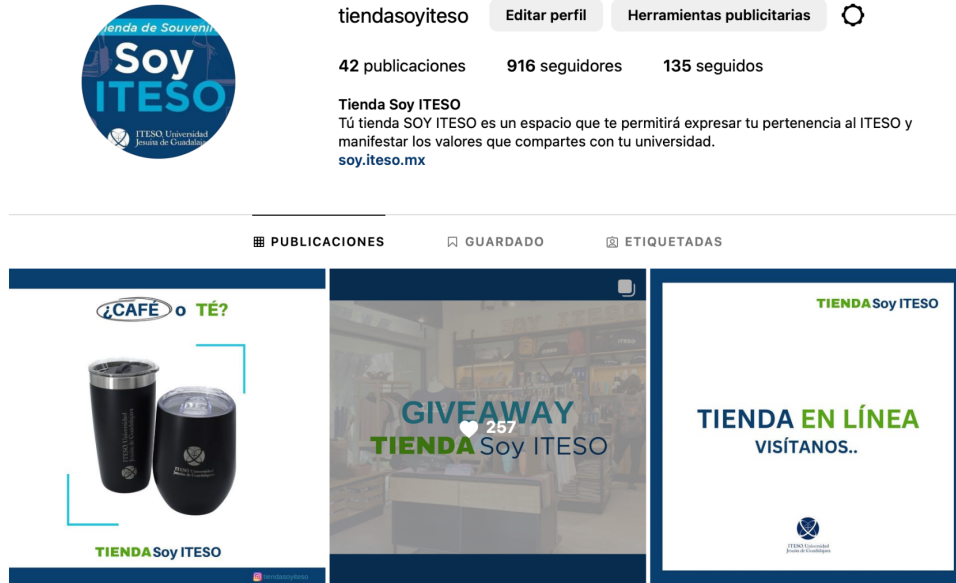
Dentro de sus redes el Tec de Monterrey siempre se encuentra activo con publicaciones, historias y reels, para hacer este análisis utilizamos las herramientas Fanpage Karma cómo se muestra a continuación:

fanpage karma								30/03/23 - 30/05/23	
Resumen de métricas									
Nombre	Índice de Rendimiento de la Página	Fans	Crecimiento de seguidores (en %)	Tasa de interacción de las publicaciones	Publicaciones por día	Alcance por día	Interacción por impresión		
TECstore @tecstoremx	16%	20k	0,27%	3,4%	0,2	☆	☆		
Tienda Soy ITESO @tiendasoyiteso	☆	821	⊖	7,0%	0,05	☆	☆		
TU Tienda UNAM @tutiendaunam	☆	503	⊖	3,3%	0,3	☆	☆		
UAG STORE @uagstore	6,0%	1.6k	0,61%	3,2%	0,02	☆	☆		
Promedio	11%	5.7k	0,44%	4,2%	0,2				

			Número de Me gusta	Número de comentarios	Número de Reacciones, Comentarios y Compartidos	Tasa de Interacción de las publicaciones	Alcance por publicación	Interacción por impresión
1	TECstore 17/05/23 22:30	¡Queremos consentir a nuestros graduandos y exate! Por lo que en colaboración con nuestros	868	1.1k	1.9k	9,8%	☆	☆
2	TECstore 27/04/23 20:00	GIVEAWAY CERRADO! Queremos celebrar con todos nuestros graduandos este gran	852	2.3k	3.1k	16%	☆	☆
3	TECstore 9/05/23 1:16	NEW PRODUCT ALERT nuevo color en nuestras sudaderas favoritas. Encuéntralas en	791	13	804	4,1%	☆	☆
4	TECstore 5/05/23 20:57	Aquí te dejamos algunas de las razones para tener a Teus en tu camino si aún no lo tienes.	737	11	748	3,8%	☆	☆
5	TECstore 1/04/23 0:20	Para estos climas de marzo estamos siempre preparados, haga frío o calor, lluvia o sol,	496	0	496	2,5%	☆	☆
6	TECstore 23/05/23 23:58	Hoy lanzamos nuestra primer colaboración con alumnos y exalumnos de esad tec - Colección	406	0	406	2,0%	☆	☆
7	TECstore 16/05/23 1:00	¡Te sorprenderá todo lo que cabe dentro de nuestra mochila Borregos! ¿ya tienes la tuya? y si	390	0	390	2,0%	☆	☆
8	TECstore 27/05/23 0:18	Teus te acompaña todos los días elige tu favorito en nuestras tiendas	292	2	294	1,5%	☆	☆
9	TECstore 21/04/23 1:11	¿Cuál es tu termo favorito? ¡descubre todos los que tenemos en nuestras tiendas! Muchos de	265	0	265	1,3%	☆	☆
	TECstore	Una probadita del Día de la						

Imagen 10 Fanpage karma

- **Resultados GIVEAWAY:** Después de lo ya analizado realizamos un giveaway desde el instagram de la tienda SOY ITESO, este dinámica tuvo una duración de tan solo una semana y pudimos notar los resultados, la publicación obtuvo más de 1,000 comentarios, más de 200 likes y aumentó 95 seguidores en tan solo 7 días, a partir de esto podemos garantizar que este tipo de dinámicas aumentan el engagement de la cuenta.



- **Elaborar catálogo de la tienda:** Elaboramos una plantilla de un catálogo para que el empresario pueda actualizarlo cómo desee con los productos que necesite vender, dejamos también hasta en la parte inferior algunas imágenes para que puedan ser utilizadas para poner en el catálogo, este catálogo se utilizará por Whatsapp, se le dejó un link en canva para que pueda ser modificado de la manera que se necesite como la actualización de precios o nuevos productos que se necesiten mostrar y al final viene una plantilla la cual se modifica para que hagan sus pedidos por si se comparte el catálogo por algún otro medio.



Imagen 11 Portada de catálogo

VARSAITY JACKET

Chamarra de paño de lana y piel de borrego
Corte de Dama y Caballero Cárdigan
(resorte) en pretina, puños y cuello Broches.
Este Producto generalmente tarda una
semana para su elaboración y también se
ofrece la opción de personalizar su nombre.

\$2350



TERMO CONFETI

Collar con dije de perla encapsulada
en arco de oro y pendientes clásicos
pero bellísimos. Desde el fondo del
océano hasta tu joyero.

\$4100



Imagen 12 Plantilla catálogo



TERMO ANC

Termo metálico con doble pared.
Tapa transparente antiderrames
Material: acero inoxidable.
Capacidad: 560 ml. 8 horas caliente.
24 horas frío. Libre de BPA

\$350



TERMO TIPO YETI

Termo metálico con doble pared. Tapa transparente con orificio para popote y antiderrames Material: acero inoxidable. Capacidad: 900 ml. Medidas: 10 cms parte superior, 7 cms parte inferior y 20 cms de alto. 8 horas caliente. 24 horas frío. Libre de BPA

\$450

Imagen 13 Plantilla 2

¡Ordena tu pedido!

TIENDA Soy ITESO

<https://soy.iteso.mx>

Llámanos al (55) 1234-5678

hola@sitioincreible.com

Imagen 14 Final del catálogo

El catalogo completo lo pueden encontrar en la siguiente link

<https://www.canva.com/design/DAFm8Tj5Tul/J9vdVCVgDtntPfPGydvMRg/edit>

- **Crear estrategias de promoción y publicidad.**

Analizando la tienda Soy ITESO se propusieron estrategias para aumentar la visibilidad y así poder que la tienda sea más conocida generando un mayor flujo de clientes y posibilidades de aumentar las ventas así por medio de las redes como el giveaway poder fomentar el engagement con la publicidad adecuada y así poder generar compromiso por parte de los clientes incentivando a los estudiantes a interactuar con la tienda y

compartir su experiencia por medio de las redes sociales con el objetivo de construir una comunidad sólida.

PLANEACIÓN



Imagen 15 Planeación del feed de Instagram

- **Crear estrategias de comunicación digital**

La tienda no contaba con un tik tok por lo que se le abrió una cuenta con el objetivo de atraer clientes por medio de publicidad así como estrategias de comunicación digital, en el cual podrá postear videos editados de los productos y de la tienda entre otras cosas.

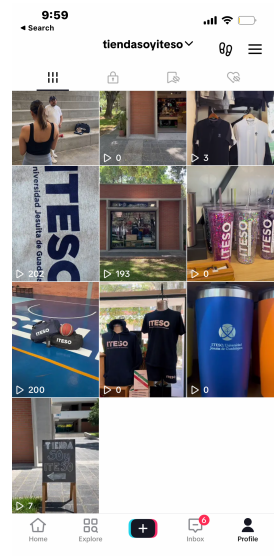
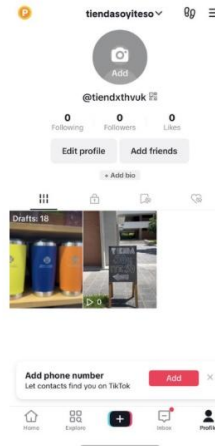


Imagen 16 Tik tok

- **Elaborar fotografías y videos digitales**

Elaboramos dos sesiones de fotos en las cuales una era para poder utilizar para un catálogo y la otra para poder tener fotos más orgánicas para las redes sociales elaboramos una carpeta en drive para almacenar estas fotos y tenerlas archivadas para que las pueda utilizar cesar como quiera también en la misma sesión orgánica realizamos videos para poder utilizarlos en redes como tik tok e instagram como los reels.

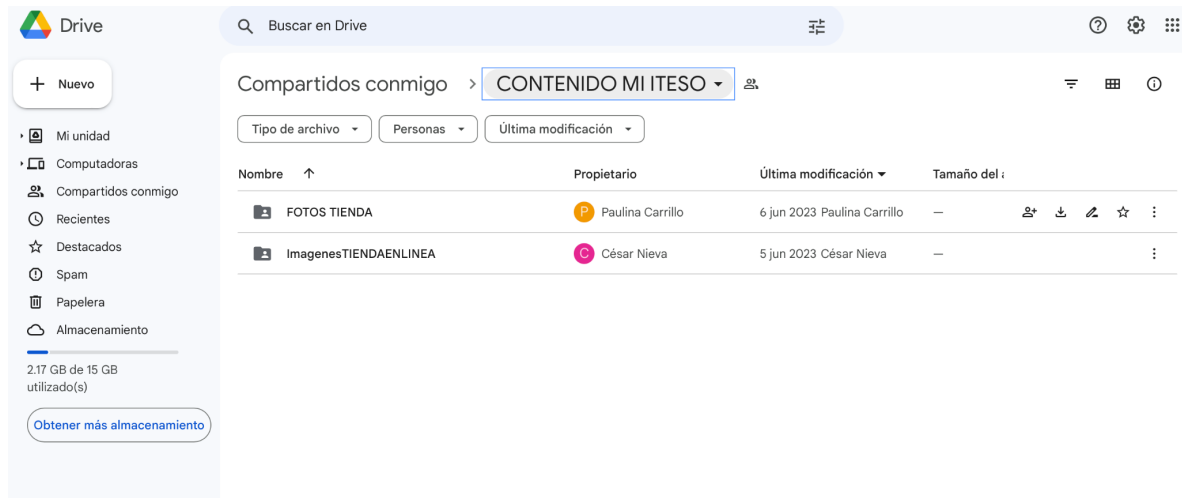


Imagen 17 Carpeta de fotos

La carpeta de fotos la pueden encontrar en el siguiente link

<https://drive.google.com/drive/folders/1Er7zvWmsG02CKB0knD5NpODuFICKoM>

- **Elaboración de estrategias pop de la tienda.**

Al acudir a conocer la tienda Soy ITESO pudimos percatarnos en primera instancia que la tienda está muy saturada de productos y se encuentran desordenados. El eye tracking consiste en un estudio realizado con unos lentes especiales que permiten ver qué productos son los que más le llaman la atención a las personas dentro de la tienda a través de una cámara y una luz infrarroja, este estudio se realizó a 21 personas al azar dentro de la tienda también pudimos percatarnos que el producto que más éxito tiene son los termos en general, sin embargo creemos que se encuentran muy saturados dentro de los exhibidos.

Es conveniente usar las repisas de manera estética para darle mejor visibilidad y protagonismo a cada producto y no sea cansado a la vista, aparte de acomodar los productos por categoría para que también se vea un orden y que las repisas y los stands o islas de al centro de la tienda no se vean saturados y sean más cómodos de ver para los visitantes de la tienda.



Imagen 18 Estudio neuromarketing 1

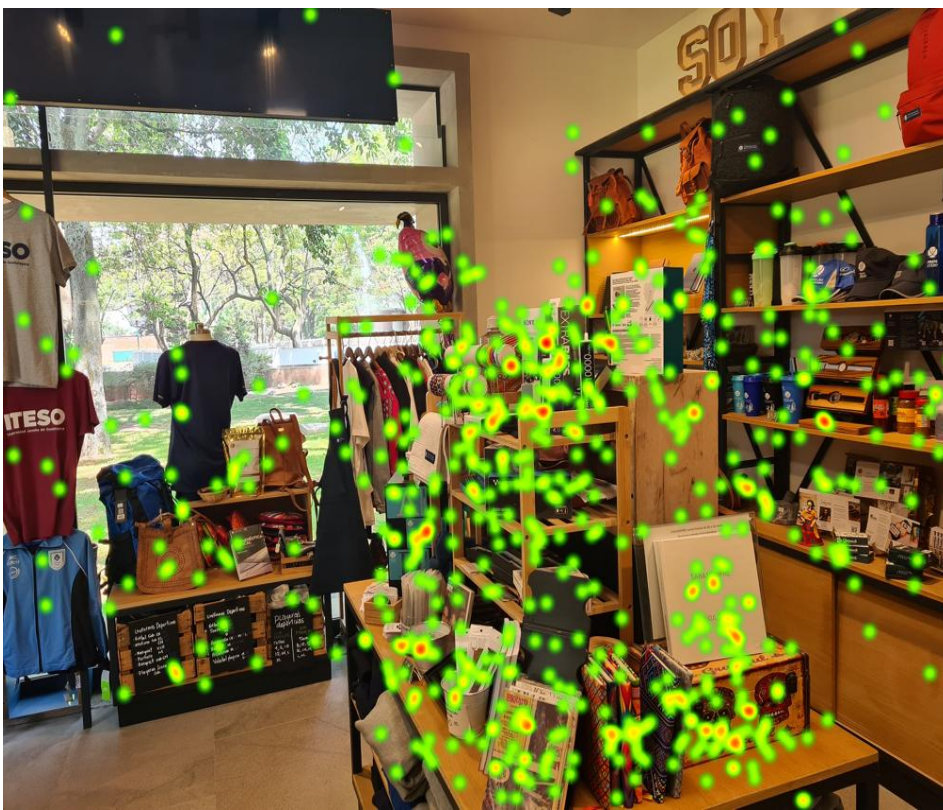


Imagen 19 Estudio de neuromarketing 2

Después de hacer el estudio con los lentes especiales para el eyetracking los sujetos de prueba tuvieron que contestar una encuesta breve para poder identificar no solo con el mapeo de el punto anterior si no también una encuesta para poder identificar los puntos siguientes.

Primero se les preguntó que si ya conocían la tienda actual para saber qué tanto porcentaje de personas conoce que existe una tienda de mercancía del ITESO la respuesta nos arrojó que la mayoría de las personas ya conocen la tienda.

¿Ya conocías la tienda soy iteso ?

21 respuestas

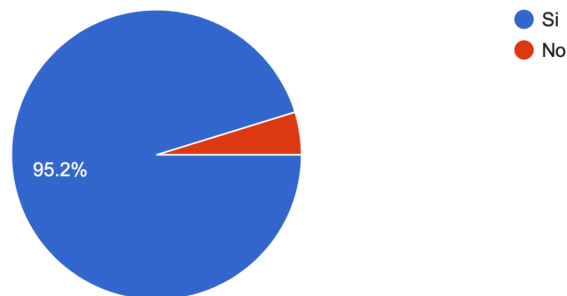


Imagen 20 Encuesta estudio eyetracking pregunta 1

Después se les preguntó que si ya conocían la tienda anterior para ver si tenían contexto de la diferencias entre la nueva tienda y la tienda anterior donde era mucho más pequeña y se ubicaba en otra sección del ITESO y nuestra respuesta fue que la mayoría de las personas si conocían la tienda anterior.

¿Conocías la tienda pasada ?

21 respuestas

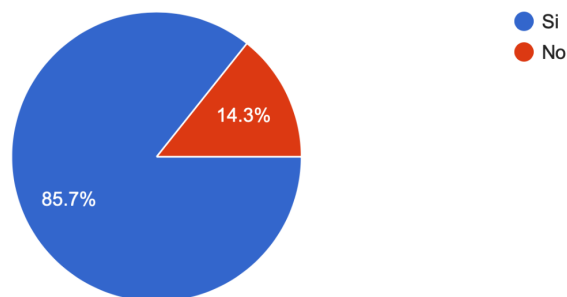


Imagen 21 Encuesta estudio eyetracking pregunta 2

Luego se les preguntó a los sujetos de prueba que si ya conocían la tienda anterior nos contaran que veía de diferencia entre la pasada y la nueva para poder tener referencia de cómo ven las personas la nueva tienda con la nueva distribución nuestro resultado fue que la mayoría respondió que la ven más amplia, con más iluminación, más moderna y con mejor acomodo.

¿Si si que le ves de diferente a la tienda ?

18 respuestas

Tiene mayor orden de los objetos y más iluminación
mas amplitud, mejor acomodo
Esta mejor organizada
Mejor distribución y organización de la tienda
Se ve mas moderna y espaciosa
siento que esta mas moderna, con un ambiente mas padre se podría decir y con un estilo mejor que la tienda pasada
mas bonita
Esta mas grande y mas amplia
Mayor espacio y productos

Imagen 22 Encuesta estudio eyetracking pregunta 3

Después se les preguntó qué qué artículo les llamó más atención de la tienda ya que tuvieron un tiempo límite para poder observar todos los productos que tiene la misma lo que logramos identificar es que de todos los artículos de las tienda los que mas les llama la atención a las personas son los termos en general junto con los cilindros de agua así que es un artículo que llama mucho la atención dentro de la tienda.

¿Qué artículo es lo que más te llamó la atención en la tienda ?

21 respuestas

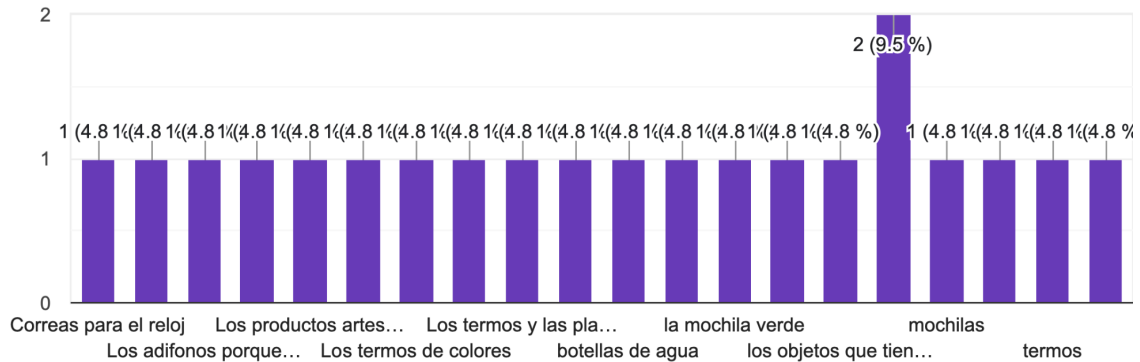


Imagen 23 Encuesta estudio eyetracking pregunta 4

La siguiente pregunta que se les realizó fue cuál recomendación le daría a la tienda para mejorar y logramos identificar que todas las recomendaciones que comenzamos a tener también los sujetos de prueba las ponían como recomendación hacia la tienda.

¿Qué recomendarías para la tienda ?

20 respuestas

- que no haya tantas cosas
- Diseños para los termos.
- mas ropa o cuadernos, libretas, etc.
- que puedas comprar algo y cargarlo a tu mes de pago, pasando tu credencial o algo por el estilo
- Creo hacen falta un poco más de letreros hay ya unos con gis.
- más orden por categorías
- siento que todo esta muy bien
- Tener un punto focal más atractivo
- Nada, todo genial

Imagen 24 Encuesta estudio eyetracking pregunta 5

Luego se les indicó que puntúan del 1 al 7 que tan agradable encuentran la tienda esta pregunta se colocó a recomendación de Andrés un asesor que nos ayudó con el estudio de neuromarketing, la cual nos dio como resultado que la mayoría de las personas si encuentran agradable la tienda.

Califica según tu experiencia. ¿Qué tan agradable encuentras la tienda?

21 respuestas

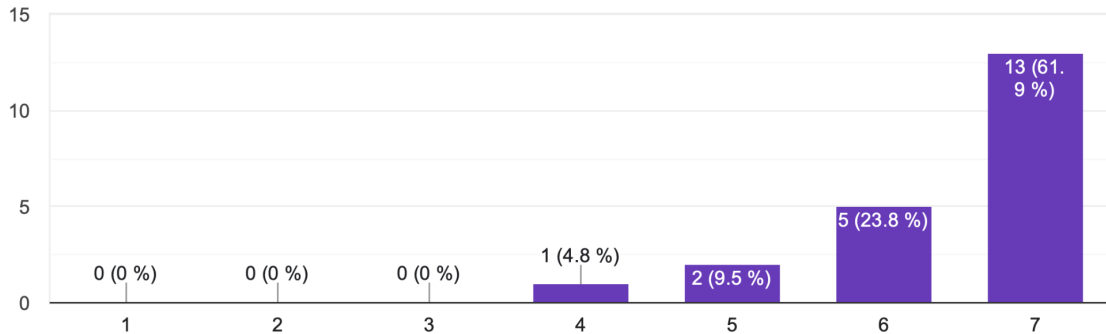


Imagen 25 Encuesta estudio eyetracking pregunta 6

Por último se les preguntó qué tanto les motiva el ambiente de la tienda a la compra de algún producto de la misma igual esta con recomendación del asesor que se hizo con la finalidad de entender si aun que estén bien los productos la ambientación logra conectar para poder comprar y notamos que un porcentaje más de personas no les gusta la ambientación de la tienda con la diferencia de 8 a 7.

Califica según tu experiencia. ¿Qué tanto te motiva, el ambiente de la tienda, a la compra?

21 respuestas

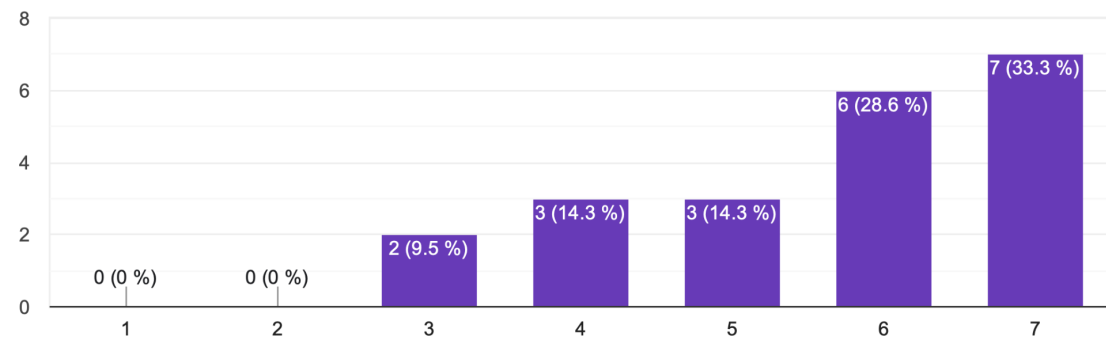


Imagen 26 Encuesta estudio eyetracking pregunta 7

Contamos también con la propuesta de un carrito de acero adecuado para poder trasladar de manera fácil mercancía por el campus para poder hacer presencia dentro de eventos institucionales cómo por ejemplo los actos de graduación e incluso este carrito llame más la atención de estudiantes, egresados y profesores. Se pide una cotización con los de acero inoxidable arch la cual presupuestan el carrito todo hecho de acero inoxidable de 23-25 mil pesos mexicanos, esto si lo queremos sustentar financieramente el empresarios nos comentó que hay 3 eventos por mes que pueda utilizarlo y en promedio saca 1500 por evento así que en promedio el carro se pagaría alrededor de 6 meses.



Imagen 27 Prototipo de carrito

La tienda solo cuenta con etiquetas de papel pizarrón en el que escriben los precios con gis y en algunos otros productos tenían etiquetas normales es por esto que cómo última propuesta para la tienda tenemos la idea de diseñar una etiqueta para que todos los precios se vean uniformes, después de consultar con el empresario si el cambio de precios era muy constante y saber que este era casi nulo, optamos por proponer etiquetas diferentes que son creadas a base de una máquina de manera fácil y mucho más estética que las que actualmente se usan. La máquina se consigue a través de amazon y tiene un precio de aprox \$700 pesos mexicanos.

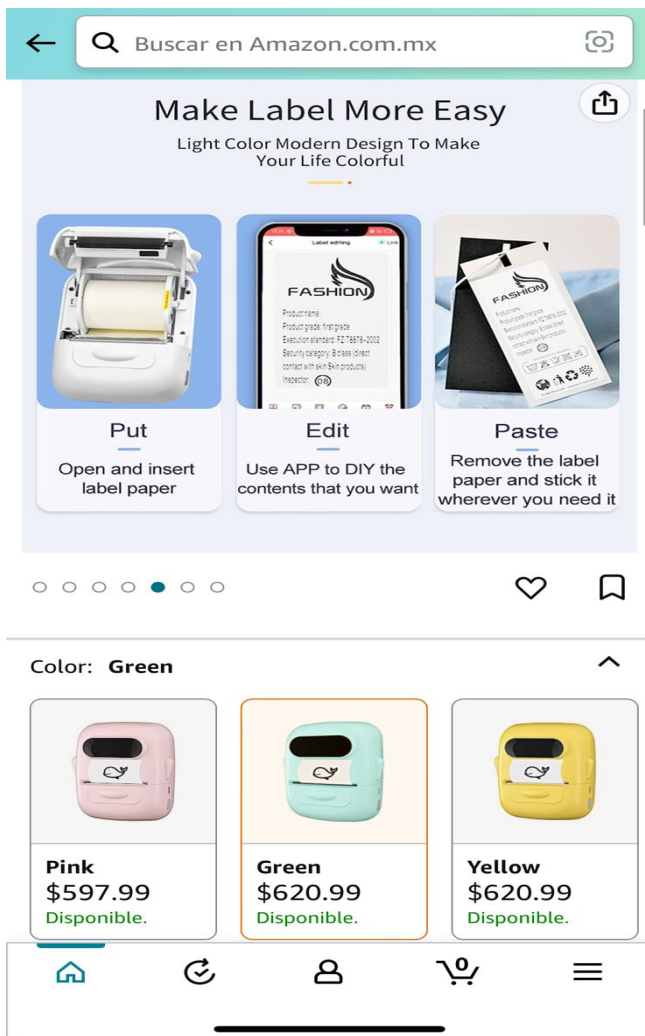


Imagen 28 máquina de etiquetas



Imagen 29 etiqueta de rediseño de etiqueta

- **Propuesta de rediseño de página web**

En cuanto al diseño de la página web nos dimos cuenta que la página funciona bien y tiene un buen diseño sin embargo puede mejorar y ser un poco más creativa y organizada para llamar más la atención, incluso podría llegar a ser más didáctica haciendo un newsletter para los suscriptores y cambiando el banner inicial una vez al mes indicando promociones o información importante para el cliente.

Es muy importante hacer énfasis en que las fotos del sitio web deben de ser de mucha mejor calidad y tomadas desde un solo dispositivo para que se vean uniformes.

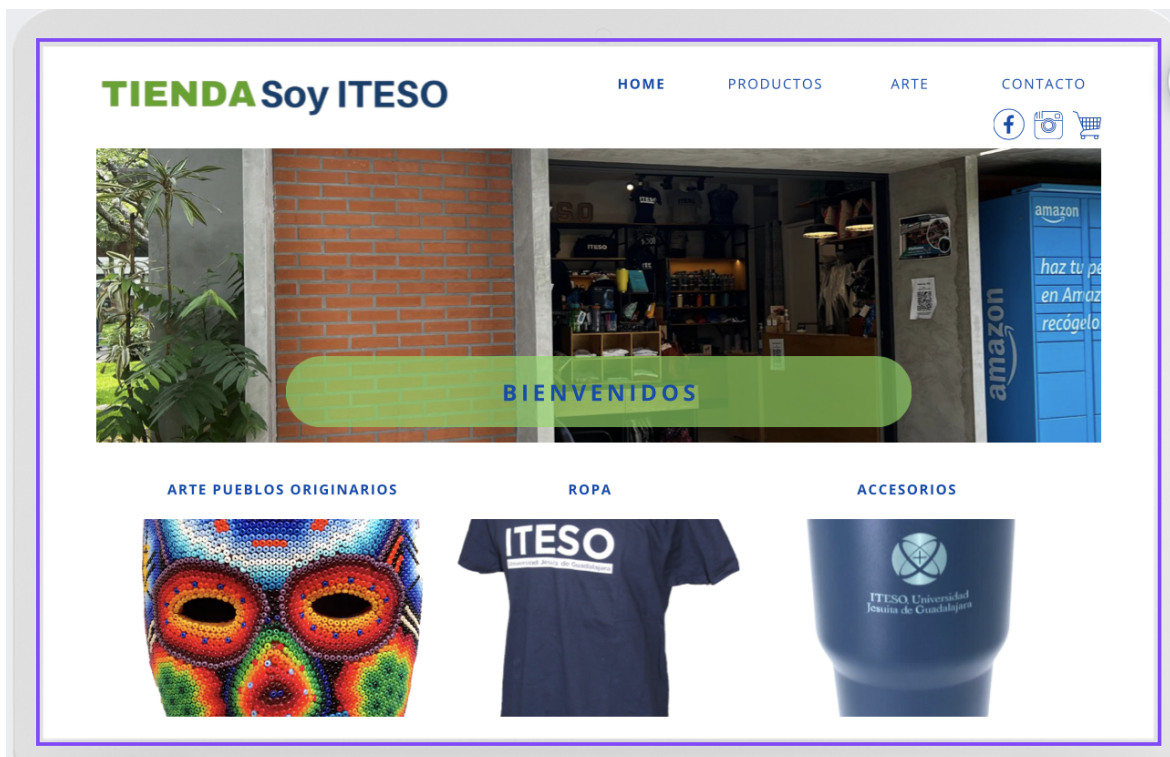


Imagen 30 propuesta rediseño de página web

4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.

- **Aprendizajes profesionales**
(Reflexión en equipo)

- **Aprendizajes sociales**

Luis Rogelio Gutierrez Gonzalez: Apoyamos a un emprendedor que quería mejorar sus estrategias publicitarias y de marketing digital y nos dio la oportunidad a nosotros de poner en práctica nuestros saberes profesionales, también el empresario apoya mucho a las comunidades indígenas y emprendedores de la incubadora del ITESO dándoles un espacio en la tienda para poder dar a conocer su trabajo.

Natalie Yamile Hernández Larios:

Andrea Gastelum Kikushima: trabajamos con la tienda Soy Iteso ayudando a la mejora de la publicidad y la mercadotecnia, teníamos el objetivo de ofrecer a los estudiantes una experiencia más atractiva y relevante, fortaleciendo su sentido de pertenencia y satisfacción en la universidad. Así como la promoción de productos y servicios útiles, donde apoyamos al empresario César de la tienda Soy Iteso se trata de una tienda

local donde apoya productos mexicanos y comunidades indígenas. Destacamos y promovimos productos que eran de utilidad para los posibles clientes conociendo más lo que pensaban de la tienda Soy lteso esto se dio por medio de encuestas y estudios de mercado como el eye tracking de la tienda. Queriendo lograr en un futuro el aumento en la demanda de productos de tal manera que teníamos una buena comunicación con el empresario Cesar que nos platicó sus inquietudes y las áreas de mejora que puede llegar a tener la tienda como la mejora en la publicidad y la mercadotecnia y seguir apoyando a la comunidad local y productos.

- **Aprendizajes éticos**

Luis Rogelio Gutierrez Gonzalez: Siempre buscamos precios justos para el desarrollo y propuestas del proyecto, me gustó que conviví con muchas personas de otras carreras que apoyaban con sus competencias individuales.

Natalie Yamile Hernández Larios: Al realizar este proyecto se puede decir que cómo aprendizajes éticos personales adquirí el saber poner al cliente antes de cualquier cosa, para que un negocio tenga éxito siempre hay que saber que es lo que piensa o siente una persona para así poder cumplir sus deseos o necesidades a partir de productos o en este caso estrategias que cumplan los lineamientos dentro de la publicidad o las estrategias de marketing.

Andrea Gastelum Kikushima: Este proyecto se realizó de manera ética reconociendo su importancia en la forma en que se comunican los mensajes publicitarios, evitando prácticas engañosas o falsas promesas, brindando información precisa y transparente tanto con la tienda, el empresario, sus clientes y el equipo de trabajo, en todo momento se evitó estereotipos o discriminación en los mensajes de las redes siendo las imágenes respetuosas y dando importancia a promover los productos de la tienda Soy lteso, la cual cuenta con algunos productos sostenibles que consideran el cuidado del impacto ambiental.

- **Aprendizajes en lo personal**

Luis Rogelio Gutierrez Gonzalez: Aprendí que es más fácil hacer un proyecto cuando cada quien en su área aprovecha sus saberes profesionales y complementa a los demás en el equipo. Aprendí también a trabajar en equipo y dejar que los demás también colaboren ya que antes no me gustaba que nadie más se metiera a lo que hacía porque pensaba que lo harían mal.

Natalie Yamile Hernández Larios: A lo largo de este proyecto aprendí que siempre es importante que los equipos de trabajo sean multidisciplinarios ya que todos aportamos un poco de nuestras carreras para que esto fuera posible, también considero muy importante el saber usar las lluvias de ideas porque a veces por más sencilla que parezca una idea puede ser aquella que cambie el rumbo de un proyecto.

Andrea Gastelum Kikushima: Después de completar el proyecto de la tienda Soy Iteso aprendí a realizar investigaciones de mercado efectivas junto con mi equipo cada uno aportando nuestros conocimientos de nuestras diferentes carreras, recopilando y analizando datos sobre los estudiantes para comprender mejor sus necesidades y adaptar estrategias de marketing y publicidad, lo que me dio más herramientas para desarrollar publicaciones relevantes y darle importancia a las redes sociales con diferentes canales de comunicación.

5. Conclusiones y recomendaciones

En este proyecto concluimos que una vez ya hecha la investigación realizada, la empresa debe de estar enfocada no solo a los estudiantes sino también a egresados y maestros, que son los que potencialmente puedan consumir estos productos. También puede ayudar el aumento en tráfico de las redes sociales, sobre todo Instagram puede atraer más audiencia que al final se transforman en ventas. Con una buena estrategia de redes sociales como la propuesta, se puede llegar a tener una mejor presencia de marca. Además con un catálogo amplio de productos, actualizados que apoyan la estrategia de ventas.

Vimos una oportunidad de vender en eventos de la institución al tener un stand móvil que sirva también como exhibido afuera de la tienda dando más visibilidad dentro de las instalaciones del ITESO.

Por último llegamos a la conclusión de que en la tienda debido al estudio de neuromarketing que se hizo con la herramienta de eye tracking, necesita un reacomodo de productos en los exhibidos, ya que los resultados arrojaron que los sujetos de prueba veían muy saturado el lo local.

Las recomendaciones son:

1. Respetar las indicaciones del brand book para mantener la identidad de la marca.
2. Utilizar la plantilla del catálogo para whatsapp business como en las otras redes sociales.
3. Seguir con la planeación del calendario de redes sociales para tener un feed que tenga sentido y se vea uniforme.
4. Utilizar el tik tok de los drafts que se dejaron.
5. Utilizar la carpeta de fotos para dar continuidad según la respuesta que tenga.
6. Respetar el re-acomodo de la tienda y que no quede tan saturada dejando únicamente en el mostrador pocos artículos y hacer re stock después de cada compra.
7. Utilizar las etiquetas para todos los productos para crear sintonía dentro del establecimiento y se vea más ordenado.
8. Hacer la inversión de el carrito para que luzca afuera como decoración y poder llevar productos a vender a los eventos de la institución
9. Hacer la página web más sencilla y atractiva como muestra en mockup.

6. Bibliografía

- ¹Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective. McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principles of marketing. Pearson.
- ²Heding, T., Knudtzen, C. F., & Bjerre, M. (2015). Brand Management: Research, Theory and Practice. London, England: Routledge.
- ³Smith, J. (2022). Cronograma de actividades para el proyecto de investigación [Archivo de Excel]. Recuperado de <https://ejemplo.com/cronograma.xlsx>
- ⁴Social Media Marketing Agency. (2023). Calendario editorial de redes sociales [Archivo PDF]. Recuperado de https://ejemplo.com/calendario_redes.pdf
- ⁵Smith, J. (2023). Encuesta de satisfacción de clientes de XYZ Company [Encuesta en línea]. Recuperado de <https://ejemplo.com/encuesta-clientes>
- ⁶Johnson, A. (2023). Catálogo de productos de XYZ Company [Catálogo en línea]. Recuperado de <https://ejemplo.com/catalogo-productos>
- ⁷Enciclopedia en línea. (2023). Definición de redes sociales. En Redes sociales (sección de la definición). Recuperado de <https://ejemplo.com/redes-sociales>
- ⁸Enciclopedia en línea. (2023). Definición de eye tracking. En Eye tracking (sección de la definición). Recuperado de <https://ejemplo.com/eye-tracking>
- ⁹Diccionario en línea. (2023). Definición de render. En Render (sección de la definición). Recuperado de <https://ejemplo.com/render>
- ¹⁰Enciclopedia en línea. (2023). Definición de benchmark. En Benchmark (sección de la definición). Recuperado de <https://ejemplo.com/benchmark>
- ¹¹Diccionario en línea. (2023). Definición de layout. En Layout (sección de la definición). Recuperado de <https://ejemplo.com/layout>
- ¹²Cisneros, J. O., & Cisneros, J. O. (2022). Qué es un Giveaway y cómo aprovecharlo al máximo en tu negocio. *Aprendamos Marketing*. <https://aprendamosmarketing.com/que-es-un-giveaway/>
- ¹³*Log in or sign up to view.* (n.d.). https://www.facebook.com/business/tools/meta-business-suite?content_id=uTYq3ZwPIH6Nb87&ref=sem_smb&utm_term=negocio%20meta&gclid=Cj0KCQjwO-kBhDIARIsAL6Lorf0NaYvTeW_sArME11LXsw7DWK0DmkUWsPrF_Q2VOr68kozHDXcP60aAnr3EALw_wcB