

DELICIOSAMENTE PERSONALIZADO

Maria Mercedes Jaramillo Carvajal
PADCV 2024-1





DELICIOSAMENTE PERSONALIZADO

Proyecto Avanzado en Diseño de Comunicación Visual
Pontificia Universidad Javeriana Cali
Facultad de Creación Y Hábitat
Depto. Arte, Arquitectura y Diseño
Diseño de Comunicación Visual
2024 - 1

Presentado por
Maria Mercedes Jaramillo Carvajal
Énfasis en Diseño de Identidad Corporativa y Marca
Opción Complementaria con Mercadeo

Dirigido por
Carlos Amézquita



TABLA DE CONTENIDO

Tema del proyecto	07
Justificación y Motivación	08
Planteamiento del Problema	10
Objetivos	12
Experto Temático	13
Usuario	15
Marco de Referencia	17
Metodología	22
Métodos y Herramientas	24
Investigación de Usuarios	27
Benchmarking	36
Conclusiones de Investigación	56
Requerimientos de Diseño	58
Propuesta de Intervención	62
Sistema de producto	63
Referencias	86

TEMA DEL PROYECTO

Visibilizar y posicionar una microempresa de repostería personalizada llamada Candy Nandy's

JUSTIFICACIÓN MOTIVACIÓN

Candy Nandy's, una microempresa de repostería personalizada nacida en 2007, ha pasado de ser un esfuerzo personal a convertirse en un referente local gracias al arte y la pasión por la repostería de su fundadora. Inicialmente impulsado por la necesidad de generar ingresos y el deseo de compartir el arte de la repostería, el negocio ha evolucionado a lo largo de los años, enfrentándose a nuevos desafíos y oportunidades. Este proyecto se plantea como una respuesta a las demandas de Candy Nandy's, buscando no solo preservar su legado sino también llevarlo a nuevas alturas a través de una estrategia de comunicación integral.

La historia de Candy Nandy's es un testimonio de dedicación y calidad, donde la fundadora, impulsada por la necesidad y la pasión, transformó las enseñanzas de su madre en un próspero negocio de repostería personalizada. Lo que comenzó como la elaboración de mazapanes y posteriormente decoración de tortas para conocidos, se expandió hacia la creación

de cupcakes, galletas, brownies y la venta de mazapanes en colegios, empresas y demás. La reputación de Candy Nandy's se construyó de manera orgánica, a través del boca a boca, convirtiéndose en lo que es hoy en día.

Sin embargo, el éxito sostenido de cualquier empresa requiere adaptación y evolución constante. Actualmente, Candy Nandy's se enfrenta a desafíos que incluyen la necesidad de conectar con mercados digitales, para crear contenido atractivo y aplicar estrategias de comunicación modernas. Además, se ha identificado la necesidad de contar con una experiencia física y mejorar la identidad de marca y portafolio, junto con la optimización del proceso de pedido para ofrecer a los clientes una experiencia más rápida y autónoma.

Ante estos desafíos, surgen interrogantes clave que definen la situación actual de Candy Nandy's y orientan la necesidad de este proyecto. ¿Cómo podemos revitalizar

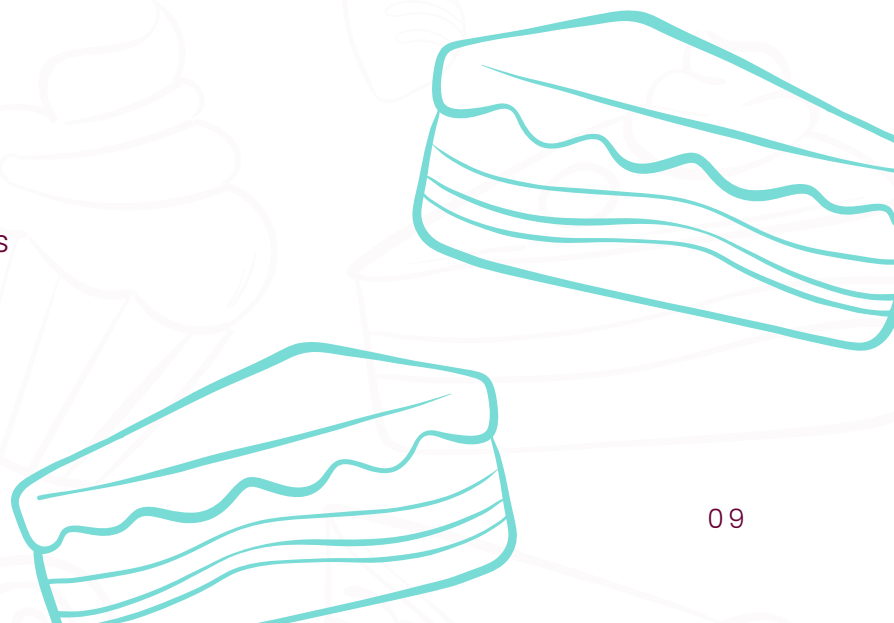
la presencia en redes sociales y generar contenido que resuene con la audiencia actual? ¿Cuáles son las mejores prácticas para establecer un espacio físico que mejore la atención al cliente y potencie la creatividad en la elaboración de productos personalizados? ¿De qué manera podemos elevar la identidad de marca y optimizar el proceso de pedido para adaptarlo a las demandas digitales del mercado actual?

Se torna evidente que Candy Nandy's no es simplemente una microempresa para mí, sino un vínculo con mi historia y mi familia. La conexión arraigada en mi infancia y presente el esfuerzo y dedicación de mi madre, ha moldeado mi aprecio por la repostería personalizada y su capacidad para convertir momentos simples en recuerdos extraordinarios.

Mi madre, la fundadora de Candy Nandy's, no solo es la fuerza impulsora detrás del negocio, sino también una figura inspiradora en mi vida. Su valentía al emprender esta travesía hace 17 años, la pasión que ha invertido en cada detalle de su repostería y la dedicación que ha demostrado a lo largo del tiempo son fuentes inagotables de motivación para mí. Ahora, como diseñadora de comunicación visual, tengo la oportunidad de aportar a Candy Nandy's de una manera más significativa y estratégica.

Esta iniciativa trasciende lo profesional; es un acto de contribución y gratitud hacia una parte fundamental de mi vida. Al abordar la estrategia de comunicación visual para Candy Nandy's, no solo me sumerjo en el reto de potenciar un negocio que ha sido un pilar en mi familia, sino también en la oportunidad de elevar la calidad y visibilidad de algo que ha marcado momentos especiales a lo largo de mi crecimiento.

El proyecto adquiere una dimensión personal única, ya que es una forma de expresar mi aprecio por el legado que mi madre ha construido y la oportunidad de asegurar que Candy Nandy's no solo perdure, sino que florezca en la nueva era digital y de comunicación visual. Como diseñadora, siento la responsabilidad y la dicha de poder contribuir con mi experiencia y habilidades al crecimiento continuo de Candy Nandy's. La oportunidad de aplicar mis conocimientos y pasión a este proyecto es tanto un desafío profesional como un acto de amor hacia algo que ha sido parte integral de mi vida.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La problemática abordada en este proyecto se centra en las necesidades y oportunidades identificadas en el contexto de Candy Nandy's, una microempresa de repostería personalizada ubicada en la ciudad de Tuluá. La esencia de la problemática se estructura en torno al desafío de visibilizar y potenciar el crecimiento de esta microempresa, que ha sido parte de la comunidad durante los últimos 17 años.

La esencia del problema radica en la necesidad de diseñar una estrategia de comunicación efectiva que permita destacar la singularidad y la calidad de las experiencias de repostería personalizada ofrecidas por Candy Nandy's. A pesar de su trayectoria, la microempresa se enfrenta a la urgencia de revitalizar su presencia y adaptarse a las demandas cambiantes del mercado. La situación se da en el entorno local de Tuluá, donde Candy Nandy's ha establecido su presencia y ha construido una reputación a lo largo de los años.

Tuluá, como ubicación geográfica específica, presenta un escenario clave para el desarrollo del proyecto, ya que la comunidad local es la audiencia principal a la que se dirige.

El problema se evidencia en la fluctuación de la demanda a lo largo del año, vinculada a las festividades y celebraciones que influyen en los pedidos de tortas y productos de repostería personalizada. Además, el proceso de pedido en Candy Nandy's revela una necesidad de optimización para adaptarse a las expectativas de los clientes modernos.

Aunque estudios previos y el anteproyecto de grado han abordado parcialmente algunos aspectos que inciden en el negocio, como proveedores y clientes, aún no se ha explorado de manera integral la estrategia de comunicación y su impacto en la visibilidad y crecimiento de Candy Nandy's.

En este contexto, la problemática se enmarca en la necesidad de desarrollar una estrategia de comunicación que se adapte a las particularidades del entorno local, optimice el proceso de pedido y se alinee con las tendencias del mercado, garantizando así la visibilidad y el crecimiento sostenido de Candy Nandy's en la ciudad de Tuluá.



OBJETIVO GENERAL :

Visibilización de Candy Nandy's a través de una estrategia de comunicación para el posicionamiento en el mercado de repostería personalizada en la ciudad de Tuluá

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

01

Analizar el potencial de Candy Nandy's como marca y su entorno

02

Identificar las estrategias y necesidades de acuerdo al contexto del mercado

03

Diseñar una estrategia de comunicación que potencie a Candy Nandy's en el mercado repostero



EXPERTO TEMÁTICO

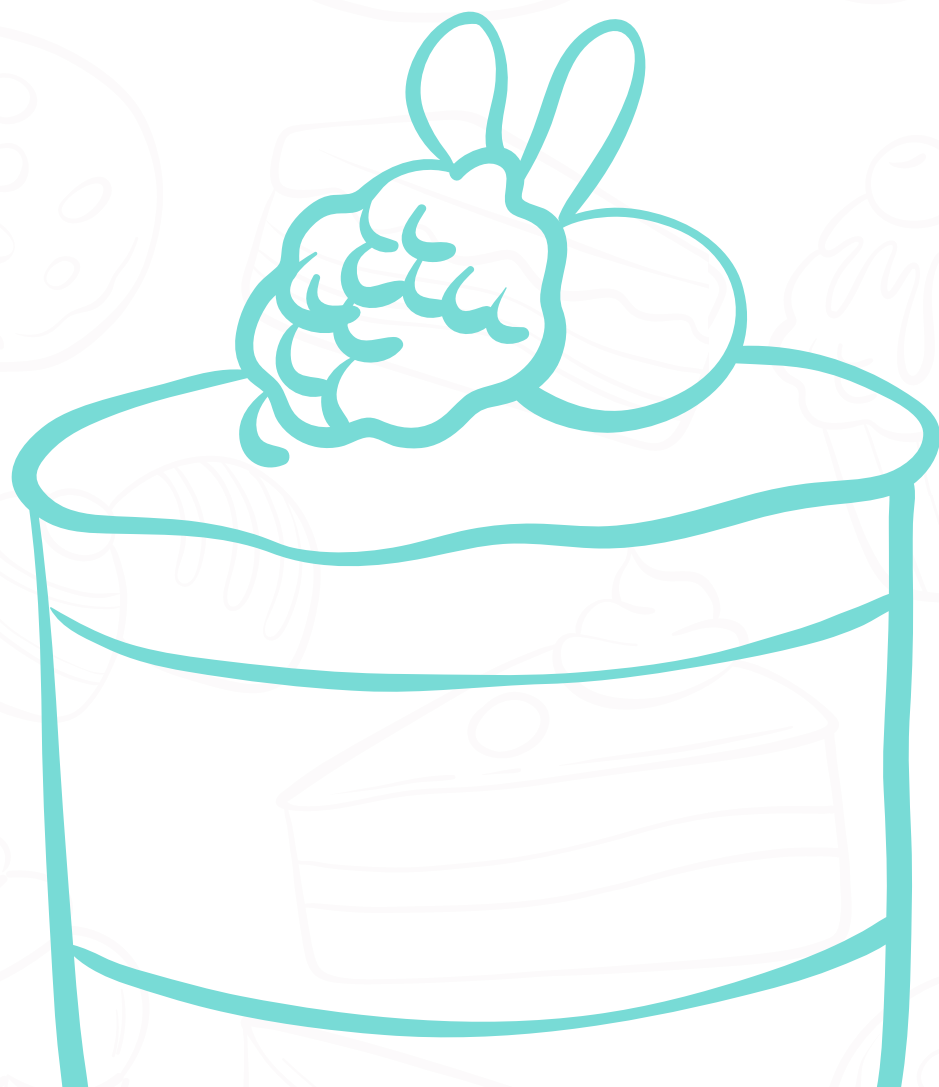
En el centro de este proyecto se encuentra una experta temática clave: María Fernanda Carvajal, la fundadora y administradora de Candy Nandy's. Su perfil multifacético, que combina la experiencia en administración de empresas con su pasión por la repostería, se convierte en un activo invaluable para el desarrollo de la estrategia de comunicación.

Como administradora de empresas, María Fernanda aporta una comprensión profunda de las dinámicas comerciales, la toma de decisiones estratégicas y la gestión operativa. Su formación profesional se traduce en la capacidad de evaluar no solo los aspectos creativos del proyecto, sino también los elementos pragmáticos que garantizan la viabilidad y el crecimiento sostenible de Candy Nandy's. Su habilidad para analizar el entorno empresarial, gestionar recursos y diseñar estrategias comerciales eficaces es esencial para el éxito del proyecto. La trayectoria de 17 años al frente de

Candy Nandy's ha consolidado en María Fernanda un conocimiento profundo del mercado local de Tuluá. Su experiencia en la interacción directa con clientes, proveedores y otros actores del entorno empresarial local se convierte en un tesoro de información valiosa. La comprensión de las tendencias, preferencias del cliente y oportunidades de mercado que ha acumulado a lo largo de los años se integra de manera fundamental en la estrategia de comunicación.

La implicación personal de María Fernanda en Candy Nandy's, más allá de ser solo una administradora, se convierte en un elemento diferenciador. Su compromiso emocional con el proyecto, arraigado en la historia de su familia, le confiere una perspectiva única que trasciende lo meramente empresarial. Esta conexión personal actúa como un motor adicional de motivación y dedicación en el desarrollo de la estrategia de comunicación.

La participación activa de María Fernanda no se limita a ser una fuente de información, sino que se extiende a una colaboración constante en el proyecto. Su capacidad para comunicar la visión y los valores de Candy Nandy's, así como su comprensión del impacto que la estrategia de comunicación puede tener en la marca, aseguran una alineación efectiva entre la visión del negocio y la ejecución del proyecto.



ALIADO/USUARIO

En el corazón de este proyecto, se encuentra un vínculo esencial entre mi trabajo como diseñadora de comunicación visual y un aliado fundamental: Candy Nandy's

Aliado: Candy Nandy's

Candy Nandy's no solo es el objeto de mi proyecto; es un aliado estratégico clave que contribuirá de manera fundamental al éxito de esta iniciativa, proporcionando una base sólida para la experimentación y aplicación práctica de estrategias de diseño. Esta colaboración beneficia no solo a la empresa en su crecimiento y visibilidad, sino que también enriquece el proceso creativo al brindar un contexto real y dinámico para el desarrollo y la implementación de una estrategia de comunicación efectiva.

Usuario: Clientes de Candy Nandy's

Los clientes de Candy Nandy's se convierten en usuarios clave de este proyecto. Estos clientes, que buscan experiencias únicas y deliciosas en

repostería personalizada, son parte integral de la historia de Candy Nandy's. La interacción con ellos, entender sus necesidades y expectativas, es esencial para diseñar una estrategia que resuene y conecte en el mercado actual.

Los clientes de Candy Nandy's, en su mayoría pertenecientes a los estratos sociales medio y alto, buscan productos que no solo satisfagan sus papilas gustativas, sino que también ofrezcan una experiencia visual única. Desde la elección del diseño hasta el proceso de pedido, sus preferencias y demandas son cruciales para el éxito continuo de Candy Nandy's.

Tamaño del Mercado y Estratos Socioeconómicos:

Considerando que Tuluá cuenta con una población aprox. de 230.000 personas y los estratos 4, 5 y 6 (medio y alto) son el 19,8%, se estima que el mercado objetivo potencial para Candy Nandy's sería de aproximadamente 45.540 personas. Este cálculo proporciona una perspectiva del alcance y el potencial de crecimiento en el mercado de usuarios de Candy Nandy's

Los usuarios de Candy Nandy's se categorizan en base a sus motivaciones y ocasiones de compra. A continuación se presenta la categorización:

01 Usuarios Corporativos

Empresas y negocios que buscan productos personalizados para eventos y celebraciones corporativas. Esta categoría representa una parte significativa de la clientela, contribuyendo a la presencia de Candy Nandy's en el ámbito empresarial local.

02 Usuarios de Celebraciones Personales

- **Cumpleaños:** Individuos que eligen Candy Nandy's para hacer de sus cumpleaños una experiencia única.
- **Aniversarios:** Parejas que celebran meses o años de relación con productos personalizados.
- **Ocasiones Especiales:** Clientes que buscan productos para eventos como primeras comuniones, bautizos, baby showers y fiestas de revelación de género.

03 Usuarios de Festividades

Festividades Anuales: Personas que eligen Candy Nandy's para celebrar festividades como Halloween, Navidad, Día de la Mujer, Día del Padre, Día de la Madre, entre otras.

04 Usuarios Esporádicos

Individuos que, sin una ocasión especial, disfrutan de los productos de Candy Nandy's en su vida cotidiana, buscando una experiencia única y deliciosa.

MARCO DE REFERENCIA

En el desarrollo de este proyecto, se abordan conceptos fundamentales que definen y contextualizan las estrategias propuestas. Estos conceptos, clave en la comprensión de la estrategia de comunicación para Candy Nandy's, incluyen la Visibilización de Marca, Diseño como Experiencia, Experiencia de Usuario (UX) y los Servicios de Pedidos en Línea/Aplicativos Móviles. A continuación, se profundiza en cada uno de estos aspectos para establecer las bases teóricas y conceptuales que respaldan las decisiones estratégicas y creativas propuestas en el proyecto. La intersección de estos conceptos proporciona un marco integral para la optimización de la presencia de Candy Nandy's en el mercado actual.



Visibilización de Marca

La visibilización de marca es un proceso estratégico fundamental en el ámbito del marketing y branding, que tiene como objetivo principal aumentar la presencia y el reconocimiento de una marca en la mente de su público objetivo. Según Kotler y Keller (2016), este proceso implica "crear una identidad de marca fuerte y única que permita a la empresa destacarse en un mercado competitivo y generar lealtad entre los consumidores". Consiste en desarrollar una identidad distintiva y memorable que permita a la marca destacarse y conectarse emocionalmente con los consumidores.

En el contexto actual, donde la competencia es intensa y la atención de los consumidores es limitada, la visibilización de marca se vuelve crucial para diferenciarse y destacar entre las opciones disponibles. A través de estrategias de branding efectivas, una empresa busca no sólo ser conocida, sino también ser recordada de manera positiva y preferida por los consumidores en el momento de la compra. Según Aker y Joachimsthaler (2000), "una marca fuerte y visible en la mente del consumidor tiene más probabilidades de ser

considerada y elegida en el momento de la compra".

La visibilización de marca abarca diversos aspectos, como la consistencia en la comunicación visual y verbal, la calidad de los productos o servicios ofrecidos, la experiencia del cliente, la presencia en medios digitales y sociales, entre otros. Todo esto contribuye a construir una imagen sólida y positiva en la mente de los consumidores, lo que a su vez puede influir en sus decisiones de compra y en su lealtad hacia la marca a largo plazo. Según Keller y Aaker (1998), "la visibilidad de marca es fundamental para construir una conexión emocional con la audiencia y generar confianza y fidelidad a largo plazo".

Al lograr una presencia sólida y constante en la mente de los consumidores, la marca se posiciona como una opción relevante y preferida, lo que aumenta las probabilidades de ser considerada y elegida en el momento de la compra. La visibilización de marca no solo busca generar reconocimiento, sino también crear una conexión emocional y duradera con la audiencia, construyendo así una

reputación sólida y generando fidelidad por parte de los clientes. En palabras de Kapferer (2012), "una marca visible y relevante en la mente del consumidor tiene más posibilidades de ser considerada y recordada en el proceso de toma de decisiones".

La visibilización de marca es un proceso estratégico que busca multiplicar los impactos de la marca entre su público objetivo, con el fin de influir en sus decisiones de compra, generar confianza y lealtad, y construir relaciones sólidas y duraderas con los consumidores. Es un elemento clave en la construcción y consolidación de una marca exitosa en un entorno empresarial cada vez más

Diseño como Experiencia

El diseño como experiencia se refiere a la práctica de diseñar productos, servicios o entornos teniendo en cuenta la experiencia del usuario como elemento central. En este enfoque, se busca crear interacciones significativas y memorables que vayan más allá de la simple funcionalidad, considerando aspectos emocionales, sensoriales y cognitivos que influyen en la percepción y satisfacción del usuario. Según Mottif et al. (2015), "diseñar para una experiencia placentera está en el centro de las actividades de diseño". En este sentido, los diseñadores se convierten en facilitadores de experiencias, buscando comprender a

fondo las necesidades, deseos y expectativas de los usuarios para crear soluciones que no solo cumplan con requisitos técnicos, sino que también generen conexiones emocionales y significativas.

El diseño como experiencia implica considerar aspectos emocionales, sensoriales y cognitivos que influyen en la interacción entre el usuario y el producto o servicio diseñado. Según el Módulo 1 de Diseño de Experiencias de Cornelio (2014), "la interacción prevista con el producto incluye observaciones acerca de la forma en que se construye la experiencia y debe reflejar al mismo tiempo las necesidades de los usuarios y los requerimientos del producto". En este sentido, los diseñadores buscan crear experiencias coherentes, intuitivas y satisfactorias, que no solo cumplan con necesidades prácticas, sino que también enriquezcan la vida de los usuarios.

Experiencia Usuario UX

La experiencia de usuario (UX) en plataformas digitales se refiere a la interacción que tienen los usuarios con un sitio web, una aplicación móvil u otro tipo de plataforma digital, y cómo esa interacción influye en la percepción que tienen los usuarios sobre la marca, el producto o el servicio ofrecido. Según García (2020), la UX se centra en diseñar productos digitales que sean fáciles de

usar, eficientes y agradables para los usuarios, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y brindarles una experiencia positiva.

En el contexto de plataformas de compra online, la experiencia de usuario juega un papel fundamental en el éxito de la plataforma. Desde la búsqueda de productos hasta la finalización de la compra y la recepción del producto, cada paso del proceso debe estar diseñado pensando en la comodidad y satisfacción del usuario. Como menciona Sotelo-Flores (2021), la experiencia del usuario en las plataformas se puede traducir en la cantidad de clics que un cliente efectúa para resolver una necesidad, siendo clave aquí la participación del flujo de navegación y el diseño de la interfaz.

Para garantizar una buena experiencia de usuario en plataformas digitales de compra, es importante tener en cuenta aspectos como la usabilidad, la accesibilidad, el diseño visual, la velocidad de carga, la personalización de la experiencia, la confianza y la transparencia en las operaciones. Según Sotelo-Flores (2021), la experiencia del usuario también debe considerar la información sobre la entrega del producto,

la fecha estimada y las actualizaciones sobre el proceso de la compra.

La experiencia de usuario en plataformas digitales de compra online se refiere a la forma en que los usuarios interactúan con la plataforma, desde la búsqueda de productos hasta la finalización de la compra, y cómo esa interacción influye en su percepción y satisfacción. Diseñar una experiencia de usuario positiva implica comprender las necesidades de los usuarios, facilitar su navegación, garantizar la seguridad en las transacciones y brindar un servicio eficiente y personalizado.

> Servicios de pedidos en línea / Aplicativos móviles

Los servicios de pedidos en línea a través de aplicativos móviles se refieren a plataformas digitales que permiten a los usuarios realizar pedidos de productos o servicios, como alimentos de restaurantes, compras en tiendas, reservas de transporte, entre otros, utilizando sus dispositivos móviles, como teléfonos inteligentes o tabletas. Estos aplicativos móviles ofrecen una interfaz amigable que facilita la selección de productos, la

personalización de pedidos, el pago en línea y la entrega a domicilio o recogida en el establecimiento.

La personalización del servicio es una característica clave de estos aplicativos, ya que se adaptan a las necesidades y preferencias de cada cliente para ofrecer una experiencia más individualizada. Según Laudon y Guercio (2013), la interfaz de los aplicativos de delivery es amigable, lo que genera una conexión con el cliente similar a la que se da en el canal físico. Además, la ubicuidad y conveniencia que brindan los aplicativos móviles son factores importantes por los cuales los clientes incorporan este canal a su vida cotidiana (Schmitt, Massey, & Gadea, 2016).

Estos servicios han transformado la forma en que las personas acceden a productos y servicios, brindando una experiencia de compra más rápida, personalizada y eficiente. La tecnología social también juega un papel importante, ya que la imagen y reputación de las empresas se ven afectadas por las redes sociales y su impacto en los usuarios (Clarke, 2001). Además, la ubicuidad se relaciona directamente con la conveniencia y tiene un impacto positivo en la localización, permitiendo a los usuarios acceder a ofertas y realizar pedidos sin importar su ubicación (Bergström et al., 2015).

Los servicios de pedidos en línea a través

de aplicativos móviles han revolucionado la manera en que las personas realizan compras y solicitan servicios, proporcionando una alternativa conveniente y eficaz a la forma tradicional de adquirir productos y servicios.

En la estrategia de comunicación propuesta para Candy Nandy's, la intersección entre la Visibilización de Marca, Diseño como Experiencia, Experiencia de Usuario (UX) y los Servicios de Pedidos en Línea/Applicativos Móviles se presenta como el cimiento conceptual.

La construcción de la identidad de marca, a través de la Visibilización de Marca, se erige como un pilar esencial. La coherencia en la comunicación visual y verbal establece una conexión perdurable con los consumidores, generando reconocimiento y lealtad. El Diseño como Experiencia guía la creación de interacciones memorables y significativas, considerando aspectos emocionales, sensoriales y cognitivos. Esta atención detallada no solo satisface las necesidades prácticas, sino que también establece conexiones emocionales y significativas con los usuarios. La Experiencia de Usuario (UX), especialmente en plataformas digitales, emerge como un elemento determinante. La usabilidad, accesibilidad y diseño visual son fundamentales para garantizar una experiencia positiva, contribuyendo

Los Servicios de Pedidos en Línea/Aplicativos Móviles ofrecen oportunidades para optimizar la experiencia del cliente. La conveniencia y personalización de estos servicios se alinean con las demandas digitales, permitiendo a Candy Nandy's adaptarse y mejorar la eficacia de sus operaciones.

En conjunto, estos conceptos fundamentales proporcionan la base estratégica para revitalizar la presencia de Candy Nandy's. La aplicación coherente de estas ideas respaldará la construcción de una marca destacada y la entrega de experiencias significativas, consolidando la posición de Candy Nandy's en el mercado de la repostería personalizada.

METODOLOGÍA

La metodología propuesta llamada Liderazgo de marca de David A. Aaker se revela como una guía fundamental para el diseño de la estrategia de comunicación de Candy Nandy's. Centrada en la construcción y fortalecimiento de la identidad de marca, esta metodología aborda con precisión las etapas clave del proceso estratégico. Con el propósito de optimizar la visibilidad y el crecimiento de la microempresa de repostería personalizada. A continuación se explicarán a detalle las etapas de la metodología; las cuales fueron nombradas según el proceso de preparación del Mazapán.

ETAPA 1: PESAR INGREDIENTES

- **Análisis de Usuarios:** exploración detallada de los distintos grupos de usuarios, identificando sus necesidades, preferencias y comportamientos.
- **Benchmarking:** investigación de las

mejores prácticas de la industria y evaluación de la posición de Candy Nandy's en relación con la competencia.

- › **Autoanálisis:** evaluación interna de las fortalezas y debilidades de Candy Nandy's, reconociendo aspectos críticos para el diseño de la estrategia.

ETAPA 2: REVOLVER

- › **ADN de la Marca:** desglose de los elementos fundamentales que conforman la identidad de Candy Nandy's, incluyendo valores, misión y visión.
- › **Posicionamiento:** se define cómo Candy Nandy's desea ser recordado en la mente de las personas. Identificar el espacio único que la marca ocupará en la percepción del cliente.
- › **Propuesta de valor de la marca:**
- › **Beneficios funcionales:** se centran en las características tangibles y prácticas de los productos o servicios que una marca ofrece. En el contexto de Candy Nandy's, los beneficios funcionales podrían abordar aspectos como la calidad de los ingredientes, la personalización de los productos según los gustos individuales, la versatilidad en los diseños y sabores, la conveniencia en los procesos de

pedido y entrega, entre otros. Estos beneficios se relacionan directamente con lo observable y medible en la oferta de la marca.

- › **Beneficios emocionales:** se refieren a las experiencias subjetivas y conexiones sentimentales que los clientes establecen con una marca. En el contexto de Candy Nandy's, los beneficios emocionales podrían involucrar la creación de momentos memorables en celebraciones especiales, la expresión única de sentimientos a través de productos personalizados, la generación de alegría y felicidad al recibir o regalar productos de la marca, y la construcción de relaciones emocionales con la marca a lo largo del tiempo. Estos beneficios van más allá de lo tangible y buscan satisfacer las necesidades emocionales, creando experiencias que resuenan en un nivel más profundo con los clientes.
- › **Relaciones:** tipo de relación que Candy Nandy's busca establecer con sus clientes. ¿Será una relación de cercanía y confianza? ¿Se fomentará la lealtad a través de experiencias personalizadas?. Se define.
- › **Tono de comunicación:** se refiere al estilo y la manera en que una marca elige expresarse y relacionarse con su audiencia. Este tono de comunicación puede adaptarse a diferentes

contextos, manteniendo siempre la autenticidad y la conexión emocional con los clientes.

ETAPA 3: AMASAR

Desarrollar una estrategia integral que abarque desde la identidad visual hasta las tácticas de implementación. Esta etapa implica la conceptualización y planificación detallada, asegurando la coherencia y efectividad de la estrategia.

ETAPA 4: DAR COLOR

Poner en práctica la creatividad para dar vida a la estrategia. Desde la creación de contenido visual atractivo hasta la implementación de tácticas innovadoras.

ETAPA 5: ESTIRAR

Esta fase es crucial para evaluar la efectividad de la estrategia creativa. Las pruebas de usuario implicarán la presentación de elementos clave de la etapa creativa a un grupo representativo de la audiencia objetivo. Esto permitirá obtener retroalimentación en tiempo real e identificar áreas de mejora.

MÉTODOS HERRAMIENTAS

En el proceso de desarrollo de este proyecto, se utilizaron diversas estrategias de investigación para obtener información valiosa que oriente las decisiones de diseño y comunicación. Dos de los principales métodos/herramientas seleccionadas fueron las encuestas y las entrevistas, las cuales se eligieron por su eficacia en la recopilación de datos tanto cuantitativos como cualitativos. A continuación, se detalla cada uno de estos métodos y su aplicación específica.



Encuestas:

Las encuestas son herramientas de investigación que permiten recopilar datos y opiniones de manera sistemática y cuantificable. Su principal objetivo es obtener información específica sobre actitudes, preferencias, o comportamientos de un grupo de personas. Las encuestas pueden realizarse de diversas formas, pero en este contexto, nos enfocaremos en encuestas en línea utilizando formularios de Google.

¿Cómo se realizan las encuestas en línea con formularios de Google?

Diseño del Cuestionario: Se inicia creando un cuestionario estructurado que aborde los temas de interés. Se deben formular preguntas claras y concisas para facilitar la comprensión de los participantes.

Creación del Formulario: Utilizando la plataforma de Google Forms, se traduce el cuestionario en un formulario interactivo. Es posible agregar diferentes tipos de preguntas, como opciones múltiples, respuestas abiertas, escalas de opinión, entre otras.

Acceso y Distribución: Una vez creado el formulario, se comparte mediante enlaces o incrustándolo en sitios web. Las redes sociales y el correo electrónico son canales comunes para llegar a los participantes.

Recopilación de Datos: A medida que los participantes completan la encuesta, los datos se recopilan automáticamente en una hoja de cálculo de Google. Esto facilita la posterior análisis y tabulación de los resultados.

Análisis de Resultados: Finalmente, se lleva a cabo un análisis estadístico de los datos recopilados para identificar patrones, tendencias o conclusiones relevantes

Entrevistas:

Las entrevistas son un método de investigación que permite obtener información detallada y en profundidad a través del diálogo directo con los participantes. Pueden ser presenciales o virtuales, dependiendo de las circunstancias y las preferencias de los participantes.

¿Cómo se realizan entrevistas virtuales?

Preparación y Diseño de Preguntas: Se prepara un conjunto de preguntas estructuradas o semiestructuradas que aborden los objetivos de investigación. Estas preguntas se diseñan para fomentar respuestas detalladas y reveladoras.

Plataforma de Entrevistas Virtuales: Se elige una plataforma de videoconferencia confiable y accesible. Ejemplos comunes incluyen Zoom, Microsoft Teams, o Skype.

Invitación y Programación: Se envían invitaciones a los participantes con detalles sobre la entrevista, incluyendo la plataforma, fecha y hora. Se coordina un horario conveniente para ambas partes.

Conducción de la entrevista: Durante la entrevista, se sigue el guión de preguntas, permitiendo al participante expresar sus opiniones y experiencias. Se busca crear un ambiente cómodo que fomente la apertura.

Registro y Transcripción: Si es necesario, se registra la entrevista con el consentimiento del participante. Posteriormente, se transcriben las grabaciones para facilitar el análisis de los datos.

Análisis e Interpretación: Se analizan las respuestas de las entrevistas para identificar patrones, temas recurrentes y percepciones clave. Este enfoque cualitativo proporciona una comprensión



INVESTIGACIÓN DE USUARIOS

Entrevista a Clientes de Candy Nandy's

Técnica de Investigación: Entrevistas
Entrevistas en profundidad con clientes que han sido fieles a Candy Nandy's por más de 5 años.

Preguntas abiertas para obtener insights cualitativos sobre sus experiencias, percepciones y la conexión emocional con la marca.

Muestra: Clientes que han sido fieles a Candy Nandy's por más de 5 años.

Objetivos de Investigación:
Evaluar la Satisfacción, Preferencias y Lealtad de Clientes:

- > Explorar las experiencias individuales de clientes fieles, comprendiendo los factores que han contribuido a su lealtad a lo largo del tiempo.
- > Analizar la satisfacción actual de los clientes, identificando elementos

- > Analizar la satisfacción actual de los clientes, identificando elementos específicos que han fortalecido su conexión emocional con Candy Nandy's.
- > Obtener información cualitativa sobre las preferencias actuales de los clientes fieles y cómo estas han influido en su lealtad continua a la marca.

Identificar Aspectos que Generan Conexión Emocional:

- > Explorar e identificar aspectos específicos de los productos o servicios de Candy Nandy's que generan una conexión emocional con la marca.
- > Obtener insights cualitativos sobre cómo ciertos productos o servicios han contribuido a la construcción de una conexión emocional duradera con los clientes fieles.

Analizar el Proceso de Pedido y Posibles Mejoras:

- > Investigar y comprender en detalle el proceso actual de pedido de los clientes fieles.

- > Identificar posibles áreas de mejora en el proceso de pedido, a partir de la perspectiva y experiencia de los clientes fieles.
- > Obtener sugerencias cualitativas sobre cómo Candy Nandy's podría mejorar su proceso de pedido para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de los clientes fieles.

Preguntas de Investigación

- > ¿Qué experiencias han contribuido significativamente a la lealtad hacia Candy Nandy's a lo largo del tiempo?
- > ¿Hay productos o servicios específicos de Candy Nandy's que hayan encontrado especialmente significativos y que hayan creado una conexión emocional?
- > ¿Qué aspectos particulares de los productos o servicios de Candy Nandy's que han causado una impresión duradera y generan conexión emocional?
- > ¿Cómo se puede describir la experiencia general del proceso de pedido en Candy Nandy's? ¿Existen áreas específicas que podrían mejorarse para hacerlo más conveniente o eficiente?

Reporte de entrevistas: se realizó la entrevista a 3 clientes fieles de Candy Nandy's a continuación se presenta un reporte de cada uno.

Entrevista Isabella Lizarazo:

En la entrevista con Isabella Lizarazo revela que es una clienta fiel de Candy Nandy's desde hace aproximadamente 15 años. Destaca la personalización de los productos, el servicio personalizado y la calidad superior de los productos de Candy Nandy's como aspectos que la han mantenido conectada emocionalmente con la marca. Isabella prefiere realizar pedidos a través de Whatsapp por su rapidez, aunque para tortas prefiere mantener un contacto directo y personalizado con la dueña, Maria Fernanda. Considera que la relación calidad-precio de Candy Nandy's es excelente en comparación con otras opciones del mercado en Tuluá. Además, valora la puntualidad en las entregas y sugiere mejoras en la presentación y empaques de los productos para que la marca se vea más formalizada. Isabella utiliza principalmente Whatsapp e Instagram para comunicarse y buscar inspiración en los trabajos previos de Candy Nandy's. En resumen, destaca la

confianza, la calidad de los productos, la puntualidad en las entregas y el servicio personalizado como los aspectos clave que la mantienen como una cliente fiel de Candy Nandy's.

Insights:

- > “ La personalización que le da a cada producto, ella le atina perfecto al gusto de uno ya sabe cómo le gusta a uno la crema ya sabe cómo le gusta a uno los colores ya sabe cómo le gusta a uno la torta y ella si no, lo pregunta y tal cual así te queda la torta”
- > “La relación calidad precio es excelente eso sí es excelente porque la calidad de los productos de Nandys es superior”
- > “ Me encantaría que nandita creciera muchísimo más con su marca que tuviera una mejora en presentación y empaques para que se viera más grande y formalizado su negocio”

Entrevista Fabian David Perez:

El entrevistado, Fabián David Pérez, de 42 años de edad, conoce Candy Nandy's desde hace aproximadamente 8 años. Descubrió la pastelería a través de recomendaciones y quedó impresionado por la creatividad y la capacidad de la dueña, María Fernanda, para entender y plasmar sus ideas en las tortas. Fabián destaca el cumplimiento, la creatividad y el sabor de los productos como los principales motivos que lo convirtieron en un cliente fiel. Valora especialmente la

dedicación y la disposición de María Fernanda para personalizar cada pedido, así como la flexibilidad en los procesos de compra a través de WhatsApp. Destaca la conexión emocional que siente con la marca debido al trato personalizado, la atención al detalle y la calidad de los productos. Fabián elogia la relación calidad-precio de Candy Nandy's y resalta la importancia de la actitud y la atención al cliente como factores clave en su elección de esta pastelería frente a otras opciones en Tuluá. Además, expresa su interés en utilizar servicios de pedido en línea en el futuro, sugiriendo la posibilidad de adjuntar fotos o archivos para personalizar los pedidos.

Insights:

- > “ No hay otro lugar que me pueda hacer la torta exactamente como la quiero, la creatividad y la personalización no la puedo conseguir en ningún otro lugar que no sea candy nandys”
- > “Creo que sería bueno que la torta tuviera caja porque al estar en una caja, cuando se destapa la gente dice wow y es como ese boom entonces imagínate que la gente abre y ve la torta y ve el empaque con la marca, el logo y ya se acuerdan de dónde es ese producto y la pueden buscar en redes sociales y eso sería muy bueno”
- > “Siempre vas donde esa persona conocida y de confianza porque esa persona siempre va a ayudarme

> y esa es la relación que yo tengo con María Fernanda”

> **Entrevista Patricia Giraldo:**

> En la entrevista con Patricia Giraldo sobre su experiencia como clienta de Candy Nandy's revela su preferencia por los pasteles personalizados, destacando su unicidad y la atención a los detalles. Patricia menciona que ha sido clienta de la pastelería por aproximadamente 5 a 6 años, motivada por la excelencia en la entrega de los productos según lo solicitado. Destaca la importancia de que el producto sea igual o superior a lo pedido, la presentación y el cumplimiento de los requerimientos. Además, sugiere mejoras en la variedad de sabores, la opción de domicilio y la presentación de los productos. Considera que el precio de los productos personalizados es justo y prefiere recibir información a través de Instagram y WhatsApp. Aunque estaría dispuesta a utilizar un servicio de pedido en línea en el futuro, enfatiza la importancia de la atención personalizada en este tipo de productos.

> **Insights:**

- > “Creo que la entrega del producto es como se solicita si yo le digo que quiero tal cosa ella supera las expectativas de uno como cliente entonces uno siempre queda satisfecho”
- > “Para mí creo que lo que ha sostenido a Nandys es lo mismo que uno pide y le entrega el mismo producto o hasta uno mucho mejor y ese es su fuerte en la entrega la excelencia del producto como tal”
- > “también de pronto podría mejorar en la presentación que los productos los entregará en una caja o una bolsa de la marca”



Encuesta a Clientes de Candy Nandy's

Técnica de Investigación: Encuesta digital

Muestra: Clientes de Candy Nandy's que han realizado al menos 4 compras. La muestra abarcará usuarios corporativos, celebraciones personales, festividades y usuarios esporádicos.

Objetivos de Investigación:

Evaluar la Satisfacción y Preferencias Actuales de los Clientes:

- > Medir la satisfacción general de los clientes con los productos y servicios de Candy Nandy's.
- > Identificar los productos específicos que los clientes han disfrutado más en sus compras anteriores.
- > Evaluar la preferencia de los clientes entre la compra en línea y presencial.

Analizar el Proceso de Pedido y Posibles Mejoras:

- > Investigar y comprender el proceso actual de pedido de los clientes.
- > Identificar áreas de mejora en el proceso de pedido.
- > Evaluar la disposición de los clientes a utilizar servicios en línea para realizar pedidos

Conocer Hábitos de Consumo Alrededor de la Repostería:

- > Explorar los hábitos de consumo de los clientes relacionados con la repostería.
- > Identificar ocasiones específicas en las que los clientes prefieren productos de Candy Nandy's.
- > Analizar la relación entre los hábitos de consumo y la elección de Candy Nandy's como proveedor de repostería.

Preguntas de Investigación:

- > ¿Cómo se puede describir el proceso actual de realizar pedidos en Candy Nandy's?
- > ¿Existen momentos o características específicas de los productos o servicios de Candy Nandy's que hacen volver a los clientes a elegir a Candy Nandy's como su proveedor?
- > ¿Cuáles son las expectativas clave que existen al elegir Candy Nandy's para las necesidades de repostería?
- > ¿Existen aspectos específicos que les gustaría a los clientes ver mejorados en el proceso de pedido de productos personalizados?

Reporte encuesta:

Basándonos en la encuesta realizada a los clientes de Candy Nandy's, podemos resumir algunos puntos clave:

Productos Favoritos: Los productos más populares entre los clientes son los cupcakes, seguidos de cerca por los brownies y las galletas. También se mencionaron las tortas y el mazapán como favoritos individuales .

Experiencia de Compra: Algunos aspectos que los clientes sugieren mejorar en la experiencia de compra incluyen la comunicación, la presentación de entrega y la conveniencia de un sistema más estructurado.

Uso de Plataformas en Línea:

Aproximadamente la mitad de los encuestados utilizan ocasionalmente o siempre las plataformas en línea de Candy Nandy's para realizar pedidos o buscar información sobre productos .

Satisfacción General: Aunque no se proporcionan datos específicos de calificación, se puede inferir que la satisfacción general con los productos y servicios de Candy Nandy's es positiva, ya que no se mencionan comentarios negativos en este aspecto.

Preferencias de Compra: La mayoría de los clientes eligen los productos de Candy

Nandy's para celebraciones personales y eventos empresariales .

En resumen, los clientes de Candy Nandy's muestran una preferencia por los cupcakes y otros productos dulces de la tienda, utilizan las plataformas en línea de manera ocasional o frecuente, y sugieren mejoras en la comunicación, la presentación de entrega de los productos y la estructura del proceso de compra. Estos datos pueden ser útiles para enfocar estrategias de mejora y satisfacer aún más a nuestra clientela

Encuesta clientes de Reposterías Personalizadas

Técnica de Investigación: Encuesta digital

Muestra: Usuarios de Reposterías Personalizadas en Tuluá: Personas que han utilizado servicios de repostería personalizada en la ciudad en el último año.

Objetivos de Investigación:
Analizar las Preferencias y Motivaciones de los Usuarios de Reposterías en Tuluá:

- > Identificar las preferencias de productos y servicios de repostería personalizada.
- > Explorar las razones detrás de la elección de reposterías específicas.
- > Evaluar la importancia de la personalización en la decisión de compra.

Entender la Experiencia de Compra y Satisfacción del Usuario:

- > Investigar la experiencia general de compra de los usuarios en reposterías personalizadas.
- > Evaluar la satisfacción de los usuarios en términos de calidad y servicio.

- > Identificar elementos que podrían mejorar la experiencia de compra.

Conocer la Disposición a Utilizar Servicios en Línea para Pedidos de Repostería:

- > Analizar la disposición de los usuarios a utilizar servicios en línea para pedir productos de repostería.
- > Identificar posibles obstáculos o preocupaciones relacionadas con el uso de servicios en línea.

Preguntas de Investigación

- > ¿Cuáles son los factores más influyentes al elegir una repostería personalizada en Tuluá?
- > Descripción de experiencia general al comprar productos de repostería personalizada en la ciudad.
- > ¿Qué nivel de importancia otorga a la personalización de productos al seleccionar una repostería?
- > ¿Estarían los usuarios dispuestos a utilizar servicios en línea para realizar pedidos de productos de repostería personalizada?

Reporte encuesta:

Este reporte presenta los hallazgos clave de una encuesta realizada para analizar la experiencia de compra en reposterías de Tuluá, centrándose en las preferencias, motivaciones y disposición de los usuarios hacia los productos y servicios ofrecidos. A continuación, se resumen los principales resultados obtenidos:

Preferencias y Motivaciones de los

Usuarios:

Los usuarios valoran principalmente la calidad de los productos y el sabor al elegir reposterías.

La personalización de los productos juega un papel importante en la decisión de compra de los consumidores.

Factores como el precio y la ubicación también influyen en la elección de una repostería específica.

Experiencia de Compra y Satisfacción del Usuario:

La mayoría de los usuarios describen su experiencia de compra como satisfactoria, destacando la calidad de los productos y el servicio recibido.

Elementos como la presentación de los productos, la atención al cliente y la rapidez del servicio son valorados positivamente.

Se identificaron áreas de mejora, como la ampliación de la variedad de productos y la creación de un ambiente acogedor en las reposterías.

Disposición a Utilizar Servicios en Línea:

Los usuarios muestran una alta disposición a utilizar servicios en línea para pedir productos de repostería personalizada.

No se identificaron obstáculos significativos relacionados con el uso de servicios en línea, lo que sugiere una aceptación positiva por parte de los consumidores.

En general, los resultados de la encuesta reflejan la importancia de la calidad, la personalización y la experiencia de compra satisfactoria en la elección de una repostería en Tuluá. Asimismo, la disposición de los usuarios a utilizar servicios en línea destaca la necesidad de adaptarse a las preferencias digitales de los consumidores. Estos hallazgos pueden servir como base para mejorar la oferta y el servicio de las reposterías en la región, brindando una experiencia más satisfactoria y personalizada a los clientes.

Conclusiones Investigación de usuarios:

Conexión Emocional y Fidelidad del Cliente:

La personalización de productos, el servicio dedicado y la calidad superior han construido una conexión emocional sólida con los clientes fieles.

La atención al detalle y la comprensión de las preferencias individuales contribuyen significativamente a la fidelidad de los clientes.

Satisfacción y Preferencias de Producto:

La relación calidad-precio es excelente, respaldando la calidad superior de los productos de Candy Nandy's. Productos como cupcakes, brownies y tortas son especialmente populares y deben ser mantenidos e incluso mejorados en la oferta.

Experiencia de Compra:

La conveniencia y la eficiencia en el proceso de pedido son áreas clave de mejora identificadas por los clientes. Mejorar la presentación y empaque puede fortalecer la formalidad de la marca, contribuyendo a una experiencia más positiva.

Presencia en Redes Sociales y Uso de Plataformas en Línea:

Reforzar la presencia en redes sociales, especialmente en Instagram, puede ampliar significativamente el alcance de la marca.

Mejorar la estructura y comunicación en las plataformas en línea, considerando la personalización detallada, puede aumentar la adopción de servicios digitales.

Oportunidades Identificadas:

Fortalecer la identidad visual mediante mejoras en la presentación y empaque, siguiendo sugerencias de clientes fieles. Considerar la expansión de la variedad de sabores para satisfacer más las preferencias de los clientes y atraer

nuevos segmentos de mercado.

Implementar mejoras en la estructura y comunicación de las plataformas en línea para hacer el proceso de pedido más conveniente y eficiente.

Explorar estrategias innovadoras en la presentación de productos, como cajas de marca, para generar un impacto visual positivo.

Enfocarse en estrategias de redes sociales, incluyendo la publicación regular de contenido creativo e inspirador para atraer a nuevos clientes.

Considerar la posibilidad de permitir la personalización detallada de productos a través de plataformas en línea para mejorar la experiencia del cliente y brindar más opciones.



BENCHMARKING

El benchmarking se erige como una herramienta estratégica fundamental en el camino hacia el éxito empresarial. En el caso de Candy Nandy's, la exploración detallada de las prácticas del mercado se convierte en un elemento clave para perfeccionar su identidad, destacar entre la competencia y ampliar su impacto en el ámbito de la repostería personalizada.

Este análisis se divide en varias dimensiones esenciales. Primeramente, se abordará el benchmarking sectorial directo, centrado en los competidores locales de Candy Nandy's en Tuluá. Luego, se explorará el panorama sectorial indirecto, donde se identificarán y evaluarán las estrategias de otras reposterías en Colombia que, aunque no compiten directamente, ofrecen valiosas lecciones para la optimización de prácticas comerciales. Finalmente, se introducirá un componente no sectorial, destinado a capturar las innovaciones y mejores prácticas provenientes de industrias aparentemente no relacionadas, pero que

poseen atributos transferibles y aplicables al contexto de Candy Nandy's.

En el proceso de benchmarking, se aplicarán cuatro criterios fundamentales para evaluar y comparar tanto competidores directos como indirectos, así como referentes no sectoriales relevantes. Estos criterios se centrarán en aspectos clave para el proyecto; a continuación se describirán detalladamente:

Visibilidad de Marca y Estrategias de Marketing:

En este criterio se analizará la forma en que los competidores directos e indirectos gestionan su presencia de marca en el mercado, evaluando estrategias de marketing, presencia en redes sociales, campañas publicitarias y otros elementos que contribuyan a su visibilidad y posicionamiento en la mente de los consumidores.

Calidad y Variedad de Productos:

La calidad y diversidad de la oferta de productos serán aspectos clave en este criterio. Se examinará la excelencia en la ejecución de los productos, así como la variedad de opciones disponibles para los clientes. Esto abarcará desde la presentación de los productos hasta la innovación en la oferta, buscando entender cómo se destacan en el mercado en términos de calidad y selección.

Experiencia del Cliente y Proceso de Compra:

La atención al cliente, la facilidad de navegación en plataformas digitales (si aplicable) y la eficiencia en el proceso de compra, desde la elección de productos y la gestión de entrega, serán evaluados en este criterio. Se prestará especial atención a la experiencia global del cliente durante todas las etapas de interacción con la marca.

Innovación y Creatividad:

Este criterio se enfocará en la capacidad de los competidores para ofrecer productos y servicios innovadores y creativos. Se examinarán elementos como nuevas líneas de productos, enfoques originales en el diseño y presentación, así como cualquier iniciativa que refleje innovación en la forma en que interactúan con sus clientes y abordan el mercado.

Benchmarking sectorial directo

1. Mava Dulce: Es un referente en el sector de repostería en Tuluá que comenzó su actividad en el año 2021. Aunque ha logrado establecerse en el mercado, presenta ciertas carencias y oportunidades de mejora en diferentes aspectos.

Presencia Digital:

Identidad Visual Limitada: Mava Dulce carece de una identidad visual sólida, incluyendo la ausencia de un logo. Este aspecto puede afectar la percepción de la marca y su reconocimiento.

Redes Sociales sin Estrategia Efectiva: Aunque utiliza Instagram y Facebook para mostrar su trabajo, la falta de contenido variado y estratégico limita su impacto. La frecuencia de publicaciones y la calidad del contenido podrían mejorarse.

Canal de Pedidos No Sistematizado: La falta de un sistema de pedidos en línea puede generar inconvenientes y limitar la comodidad para los clientes. La comunicación a través de WhatsApp puede ser menos eficiente y más propensa a errores.

Oferta de Productos y Servicios:

Variedad y Personalización: Mava Dulce destaca por ofrecer una variedad de productos, desde tortas, cupcakes, galletas, bombones y paletas de chocolate. La capacidad de personalización es un punto fuerte.

Trabajo por encargo: El enfoque en pedidos personalizados es una estrategia acertada para diferenciarse en el mercado y satisfacer las necesidades específicas de los clientes.

Atención al Cliente y Operación:

Atención común: Aunque se destaca que la atención es buena, es mencionada como "común". Existe espacio para elevar la calidad del servicio y generar experiencias excepcionales para los clientes.

Operación desde Casa: La operación desde casa puede tener beneficios en costos, pero es esencial garantizar que los clientes se sientan cómodos al recoger los pedidos.

Innovación y Contenido:

Falta de Innovación y Contenido Atractivo: La falta de innovación y la ausencia de contenido atractivo en redes sociales pueden limitar la atracción de nuevos clientes y el compromiso con la audiencia existente.

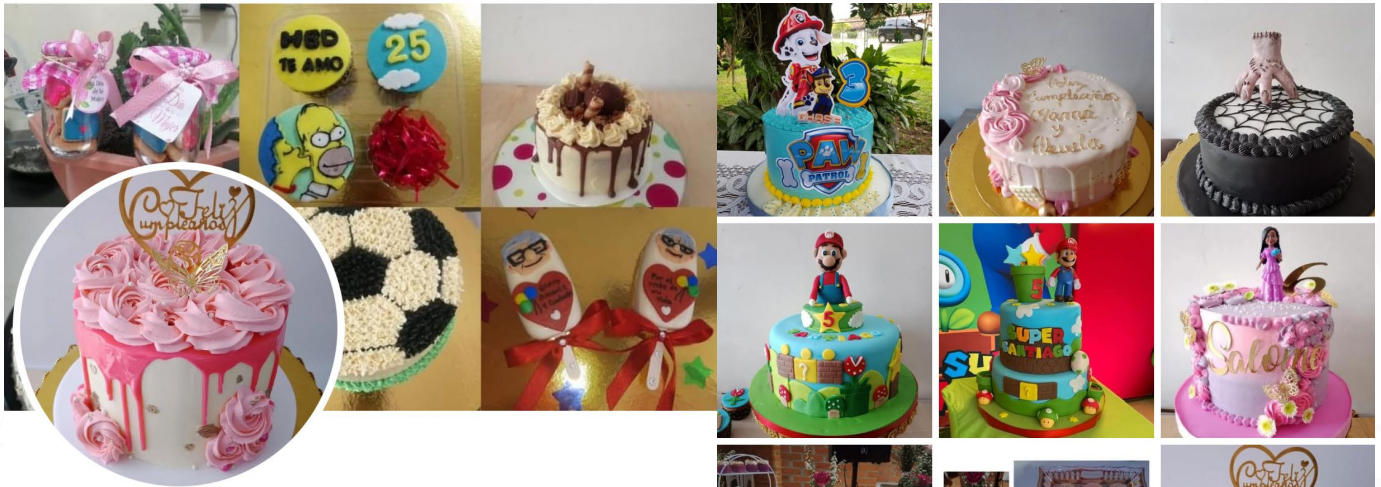
Poca Diferenciación: La falta de elementos diferenciadores, como presentaciones creativas o técnicas innovadoras, podría impactar la

percepción de la marca.

Conclusiones:

Mava Dulce tiene una base sólida pero presenta áreas clave para mejorar. La construcción de una identidad visual, la implementación de un sistema de pedidos en línea, la mejora de la estrategia en redes sociales, y la búsqueda de innovación son aspectos que podrían impulsar significativamente su posición en el mercado de repostería en Tuluá. Estos hallazgos ofrecen a Candy Nandy's oportunidades valiosas para diferenciarse y destacar en áreas que otros referentes aún no han aprovechado completamente





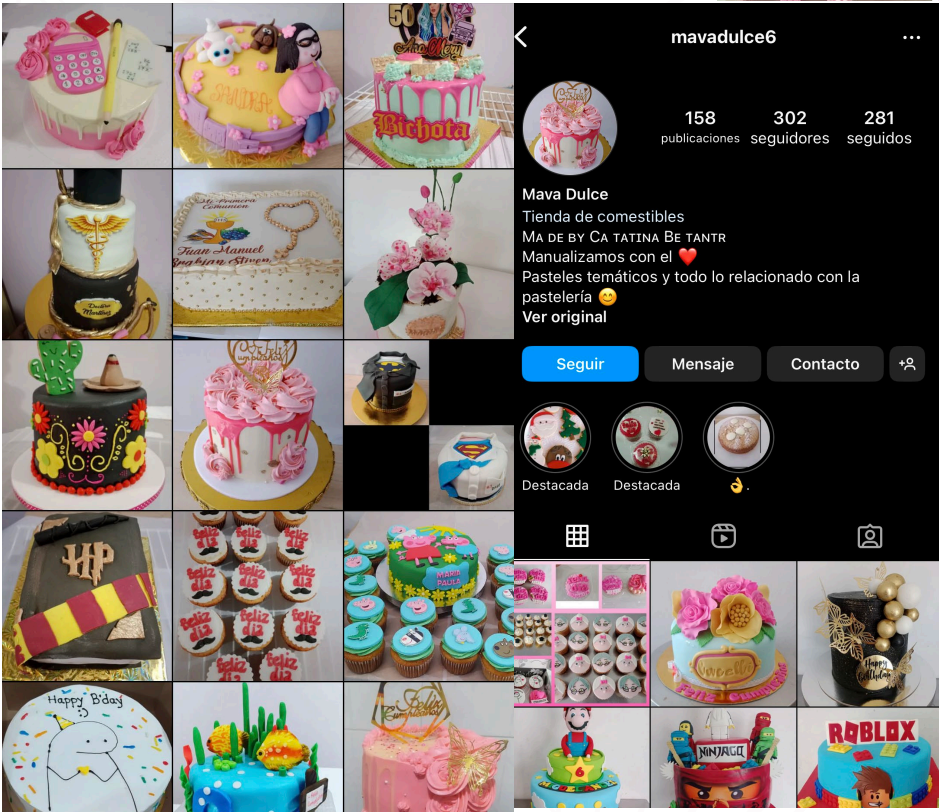
Mava Dulce >

420 amigos

#ENDULZAMOSTUVIDA#

Tuluá
 Tuluá
 Ver información

Agregar amigo
 Mensaje



2. La Espiga Dorada: una panadería con más de 10 años en el mercado, ofrece una variedad de productos de repostería. Aunque cuenta con reconocimiento en Tulúa, presenta aspectos a considerar para mejorar su posición en el mercado.

Historia y Oferta de Productos:

Trayectoria de Más de 10 Años: La larga presencia en el mercado puede generar confianza entre los clientes y respaldar la percepción de la marca.

Expansión a Tortas: La apertura de un local adicional, "Tortas de La Espiga," indica una estrategia de expansión y diversificación en el portafolio de productos.

Presencia en Redes Sociales:

Utilización de Redes Sociales: La presencia en Instagram y Facebook es positiva, pero la falta de contenido constante y estratégico podría limitar su impacto.

Contenido Visual Mejorable: Las fotos de los productos, especialmente de las tortas, no reflejan la mejor calidad visual.

Mejorar la calidad de las imágenes podría potenciar la presentación de los productos.

Falta de Identidad Visual Clara: La Espiga Dorada presenta carencias en su

identidad visual, especialmente en el logo que contiene elementos no muy legibles. Una revisión y simplificación podrían fortalecer la marca.

Proceso de Pedidos y Entrega:

Pedidos por WhatsApp: La plataforma de WhatsApp para realizar pedidos es común en el sector, pero podría beneficiarse de un sistema más sistematizado para mayor eficiencia y reducción de posibles errores.

Entrega en Cajas Genéricas: El uso de cajas genéricas podría no destacar la marca visualmente. Considerar empaques personalizados podría mejorar la presentación de los productos.

Calidad de los Productos y Servicio al Cliente:

Calidad Mejorable: Aunque los productos son visiblemente atractivos, se menciona que la calidad no es la mejor. La mejora de la calidad puede impactar positivamente en la satisfacción del cliente.

Servicio Bueno: La calidad del servicio es evaluada como buena, lo cual es un aspecto positivo que contribuye a la satisfacción general de los clientes.

Innovación y Diferenciación:

Falta de Innovación en Redes: Similar al primer referente, la falta de innovación en el contenido de redes sociales puede limitar la diferenciación y el atractivo para nuevos clientes.

Reputación Local: La reconocida reputación local podría ser un punto fuerte que, si se aprovecha estratégicamente, puede ser un diferenciador clave.

Conclusiones:

La Espiga Dorada tiene una presencia consolidada en el mercado de Tulúa, respaldada por su larga trayectoria y expansión de productos. Sin embargo, existen áreas de oportunidad, como la mejora en la calidad de los productos, la innovación en redes sociales y la sistematización del proceso de pedidos. Estos aspectos ofrecen a Candy Nandy's perspectivas valiosas para fortalecer su posición y diferenciarse en el mercado local de repostería

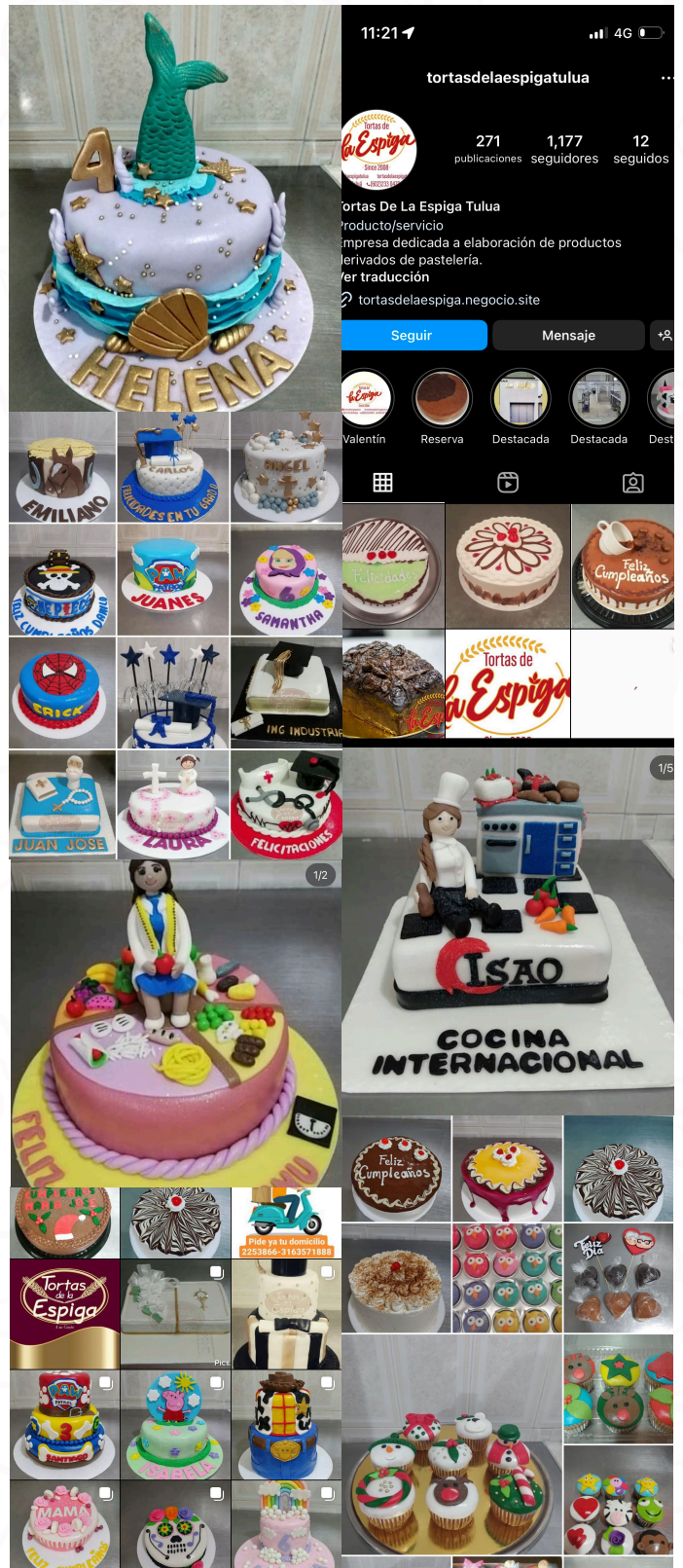


Tortas De La Espiga Tulua >

Página · Servicio local

3,3 mil Me gusta · 3,5 mil seguidores

TORTAS DE LA ESPIGA TULUA ES UNA EMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN DE TORTAS Y DERIVADOS DE PASTELERIA



REFERENTES	VM EM	CA VP	EC PC	IN CR	TOTAL
Mava Dulce	3	5	4	3	15/20
La Espiga Dorada	2	3	3	2	10/20
TOTAL	5/10	8/10	7/10	5/10	

En la evaluación de competidores directos, se identificaron áreas clave de mejora para Candy Nandy's. En términos de visibilidad de marca, ninguno de los referentes se destacó en estrategias de marketing, señalando una oportunidad para Candy Nandy's en fortalecer su presencia en redes sociales. La calidad y variedad de productos mostraron que Mava Dulce lidera en diversidad y calidad, sugiriendo a Candy Nandy's enfocarse en enriquecer su oferta.

En la experiencia del cliente, la falta de servicios en línea para pedidos resalta una necesidad en el mercado que Candy Nandy's podría abordar. En innovación y creatividad, los competidores carecen de prácticas destacadas, presentando una oportunidad para que Candy Nandy's destaque en este aspecto, especialmente en la interacción con clientes y la presentación de productos.

Benchmarking sectorial indirecto

1. Pastelería D.C: Pastelería D.C., ubicada en Bogotá, se destaca por su enfoque exclusivo en tortas personalizadas, ofreciendo productos de alta calidad y presentación. El análisis revela aspectos destacados y áreas de oportunidad que pueden inspirar estrategias para Candy Nandy's.

Enfoque en Personalización y Calidad:

Especialización en Tortas Personalizadas: La especialización en tortas personalizadas sugiere una estrategia clara de enfoque en la excelencia y la atención a los detalles.

Innovación y Creatividad: La innovación en rellenos y técnicas de decoración, junto con creaciones magníficas, posiciona a Pastelería D.C. como referente en el sector.

Presencia en Redes Sociales y Contenido:

Activa Presencia en Redes: La activa presencia en Instagram, Facebook y un blog demuestra un compromiso con la interacción digital y la construcción de comunidad.

Contenido Variado y Educativo: La diversidad de contenido, incluyendo videos, procesos de decoración, talleres y clases, no solo promueve productos sino que también educa, fortaleciendo la conexión con la audiencia.

Identidad Visual y Presentación:

Identidad Visual Mejorable: Aunque tienen

una identidad visual, su fortaleza podría mejorarse para destacar más en la mente de los clientes.

Empaques Acordes a la Identidad Visual: El uso de cajas de entrega acordes a la identidad visual agrega coherencia y profesionalismo a la presentación de los productos.

Canal de Pedidos y Sistematización:

Exclusividad en Pedidos por WhatsApp: La exclusividad en pedidos por WhatsApp puede generar una experiencia personalizada, pero la implementación de un sistema en línea podría ofrecer mayor eficiencia y comodidad.

Sitio Web Mejorable:

Potencial de Mejora en el Sitio Web: Aunque tienen presencia en línea, el sitio web podría mejorarse en términos de atractivo y usabilidad para optimizar la experiencia del usuario.

Conclusiones:

Pastelería D.C. destaca por su enfoque exclusivo en tortas personalizadas, innovación y calidad. La activa presencia en redes sociales, contenido variado y educativo, y el uso de empaques acordes a la identidad visual son puntos fuertes. Candy Nandy's puede inspirarse en estos aspectos para fortalecer su posición en el mercado local, especialmente en términos de contenido diverso y educativo en redes sociales y una identidad visual sólida.

Pastelería creativa personalizada en Bogotá, Colombia. Pastelería creativa personalizada en Bogotá, Colombia.

Nuestros Productos

Tortas

Tortas personalizadas totalmente a tu gusto que tus invitados jamás olvidarán.

Haz tu pedido aquí

Clases presenciales personalizadas

No te pierdas la oportunidad de tomar una clase totalmente personalizada con nosotros en nuestro taller en Bogotá.

Tenemos talleres tanto para personas que quieren iniciar en la pastelería creativa como para aquellos pasteleros que desean perfeccionar técnicas específicas.

Descarga los PDFs de nuestros talleres a continuación:

- 📄 TALLER PERSONALIZADO DE MASAS Y RELLENOS
- 📄 TALLER PERSONALIZADO DE PASTELERÍA BÁSICA
- 📄 TALLER PERSONALIZADO BÁSICO DE FONDANT
- 📄 TALLER PERSONALIZADO GANACHE DE CHOCOLATE Y ESTRUCTURAS

La torta de Boda de mi hermana

La primera torta de este año fue posiblemente la más importante: Nuestro regalo de Bodas para mi hermana gemela y mi cuñado. En este diseño reflejamos una nueva etapa de sus vidas.

[Ver más](#)

Corazón Humano en Torta

Aquí puedes ver todo el proceso de decoración de esta torta tallada en 3D que hicimos para una cardióloga y te cuento cómo hicimos la sangre comestible.

[Ver más](#)

Masterclass Decoración de Tortas

El jueves pasado di una Master Class de Decoración de tortas a través de la página de Facebook y YouTube del Politécnico Internacional.

[Ver más](#)

Diferencia entre bicarbonato y polvo para hornear

Si piensas que estos dos ingredientes son lo mismo pero con diferente nombre o que pueden sustituirse entre sí, entonces es hora de...

pasteleriadc

983 publicaciones 26.5 mil seguidores 1,327 seguidos

Pastelería D.C | Ange y Cris 🍰👩🍳 Cake Artists

Artista Bogotá, Colombia @angela.gonzalez.z y @ccamilodrummer Clases virtuales y presenciales más [Ver traducción](#)

[pasteleriadc.com/enlaces](#)

Lawrence - Don't Lose Sight

[Seguir](#) [Mensaje](#) [Contacto](#)

Próximas cl... Flexifondant Tips Toppers Tortas de

EL COCODRILLO DANZANTE

EL MONO CHULAS

CLASE PRÁCTICA IBAGÜÉ

EL FINAL DE ESTE MUNDO

RECETA BUTIFERRÓN de chocolate

Pastelería D.C.

Pastelería D.C.

FELIZ CUMPLE AÑO ANDRÉS ANDRÉS

CLASE VIRTUAL TALLER TORTA HAMBURGUESA

TALLER MICKEY EN 2D

CLASE VIRTUAL

MIÉRCOLES 16 DE FEBRERO

INVERSIÓN: \$55.000 COP O US \$15

Pastelería D.C.

Juan José

Pastelería D.C.

TIPS MANEJO CAPAS GANACHES

Cake doble textura

Tramp de chocolate

Ganache Negra

2. Terely: es una repostería pequeña ubicada en la ciudad de Bogotá. Ofrece gran variedad de productos de repostería, al igual que servicios de personalización para la mayoría de ellos.

Presencia en Redes Sociales y Contenido:

Constancia en Publicaciones: La consistencia en las publicaciones en Instagram y Facebook es positiva, manteniendo una presencia activa en línea.

Falta de Innovación en Contenido: Aunque son consistentes, la falta de innovación en el contenido puede limitar la capacidad de destacarse en un mercado digital competitivo.

Organización en la Página Web y Opción de Pedidos en Línea:

Organización Efectiva: La organización en categorías en la página web facilita la búsqueda de productos, ofreciendo una experiencia más amigable para el usuario.

Limitaciones en la Personalización en Línea: La opción de pedidos en línea es positiva, pero las limitaciones en la personalización pueden afectar la satisfacción del cliente que busca productos más personalizados.

Calidad de Productos y Estrategia de Precios:

Productos de Calidad: La calidad de los productos es un punto fuerte, lo cual contribuye a mantener la satisfacción del cliente.

Precios Elevados: Aunque ofrecen productos de calidad, los precios elevados pueden afectar la accesibilidad para ciertos segmentos de clientes.

Conclusiones:

Terely destaca por su constancia en redes sociales, organización efectiva en la página web y calidad en los productos. La opción de pedidos en línea es positiva, pero las limitaciones en la personalización y los precios elevados pueden ser áreas a considerar para mejorar. Candy Nandy's puede aprender de la organización de la página web de Terely para facilitar la experiencia del cliente.



terely

Feliz Pascua

Print Cakes
Tortas impresas en papel comestible para que disfrutes con las personas que mas quieres.
COMPRAR AHORA >

Con figuras en 3D
Las tortas más ricas con las figuras de nuestros personajes favoritos. Descubre nuestros motivos y enamórate de las personas.
COMPRAR AHORA >

Tortas Tradicionales
Tus tortas de siempre en tu mesa.
COMPRAR AHORA >

Dibujado en Crema
Tus personajes favoritos sobre un mundo de...
COMPRAR AHORA >

Tortas en 2D
Estas tortas se caracterizan por sus figuras en galletas o impresas sobre pastel.
Personaliza tu torta aquí !!

Buscar

- TORTAS DE CELEBRACIÓN
- TORTAS TRADICIONALES
- TORTAS PERSONALIZADAS
- DETALLES
- CORPORATIVO
- RESERVAR
- REGISTRARSE

TORTA DE MICKEY MOUSE
\$344.000,00

TORTA DE DINOSAURIO
Desde \$175.000,00

TORTAS DE OSOS ESCANDALOSOS
Desde \$209.000,00

TORTA OCTONAUTAS
\$344.000,00

Personaliza tu torta aquí !!

terely

Torta Octonautas
\$344.000,00

Hermosa Torta de octonautas con figuritas en 3d. Puedes elegir el tamaño, el sabor y la masa de tu torta.

Recuerda que puedes complementar tu torta con nuestros paquetes de fiesta, donde puedes encontrar complementos con galletas, merengues y mucho más para hacer de tu fiesta un evento muy especial.

Elige tu sabor de masa y relleno
Torta para 30 personas
AÑADIR AL CARRITO

ponquesterely

1,874 publicaciones 16.9 mil seguidores 502 seguidos

Terely Repostería Creativa
Producto/servicio
#tortasdecoradas, #postres y más
+3156270827 - 3150158875
Santa Bárbara, Cll125 #20-21 más
Ver traducción
www.terely.com

Seguir Mensaje WhatsApp

Pascua Corporativo Tradicionales Ubicaciones Inspirar

feliz día de la Mujer

Terely
1 día

Un mágico Bosque de aventuras!
Esta torta hecha para Elah es una creación... Ver más

terely
+315 698725 - +315 697 0827
@ponquesterely
terely.com

Terely >
Página · Tienda de cupcakes
2 mil Me gusta · 2,1 mil seguidores
Somos una marca de repostería creativa en Bogotá. Para nosotros es un gusto ser parte de cada celebra

terely.com 315 6970827 pedidos@terel

Princesa Isabella!
Imagina sorprender a tu princesita en su día... Ver más

terely
+315 698725 - +315 697 0827
@ponquesterely
terely.com

REFERENTES	VM EM	CA VP	EC PC	IN CR	TOTAL
Pastelería D.C	5	4	4	5	18/20
Telery	2	5	3	4	13/20
TOTAL	7/10	9/10	7/10	9/10	

En la evaluación de competidores indirectos, Pastelería D.C se destaca como líder en visibilidad de marca y estrategias de marketing, manteniendo una presencia activa y creativa en redes sociales y su sitio web. Aunque Terely cuenta con plataformas digitales, su contenido se centra en productos más convencionales, revelando una oportunidad para mejorar su presencia en línea.

En calidad y variedad de productos, todos los referentes muestran un compromiso con la excelencia, destacándose Pastelería D.C en originalidad y enfoques únicos.

En experiencia del cliente y proceso de compra, la disponibilidad de servicios en línea varía. Terely permite pedidos en línea, aunque con limitaciones en la personalización, presentando oportunidades para mejorar la co-creación con los clientes.

En innovación y creatividad, Pastelería D.C lidera con contenido y creaciones originales, ofreciendo una experiencia única para los clientes.

Benchmarking no sectorial

1. Subway: Es una cadena de comida rápida conocida por sus sándwiches hechos a la medida y sus opciones "saludables". Permiten a los clientes elegir su tipo de pan, carne, verduras, quesos y aderezos para crear su propio sándwich.

Se analiza aquí para extraer lecciones y aplicaciones relevantes para Candy Nandy's.

Presencia en Redes Sociales y Contenido:

Constancia y Diversidad en Contenido: Subway demuestra constancia en las redes y diversificación del contenido, con dinámicas, promociones y colaboraciones con creadores de contenido.

Desafíos en la Calidad del Contenido: Aunque buscan innovar, la calidad de algunos videos podría mejorar para transmitir autenticidad y conectar mejor con la audiencia.

Plataforma de Pedidos en Línea:

Presencia en Página Web: Subway cuenta con una página web que facilita el

pedido en línea, permitiendo la personalización del sándwich.

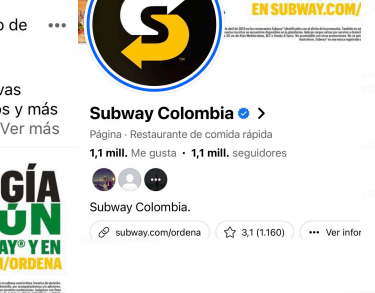
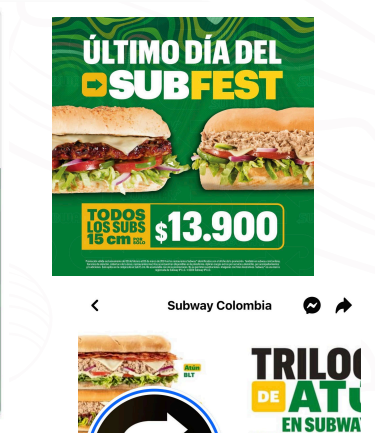
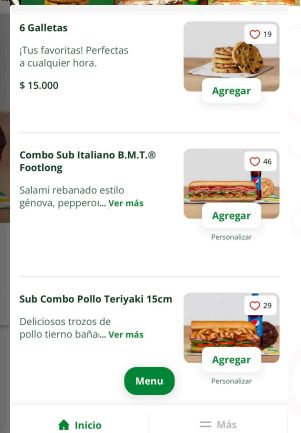
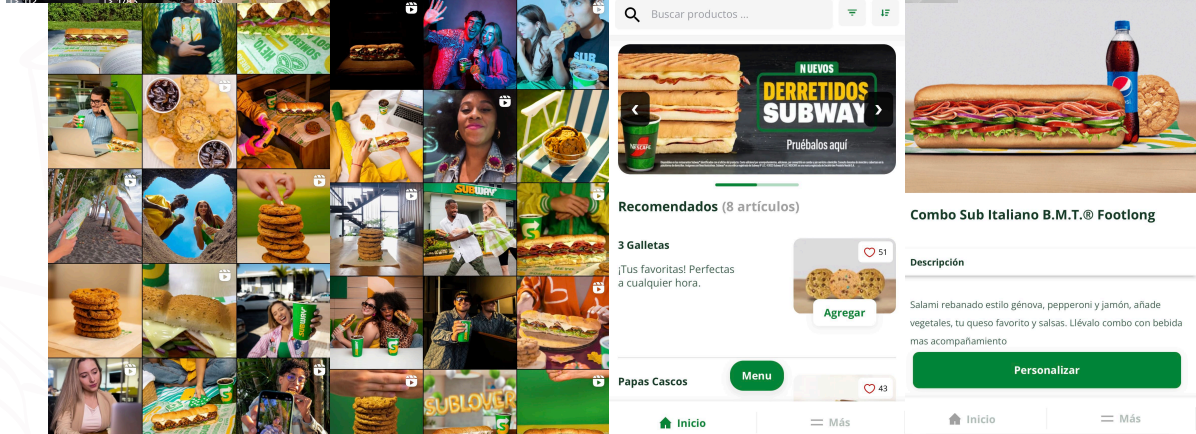
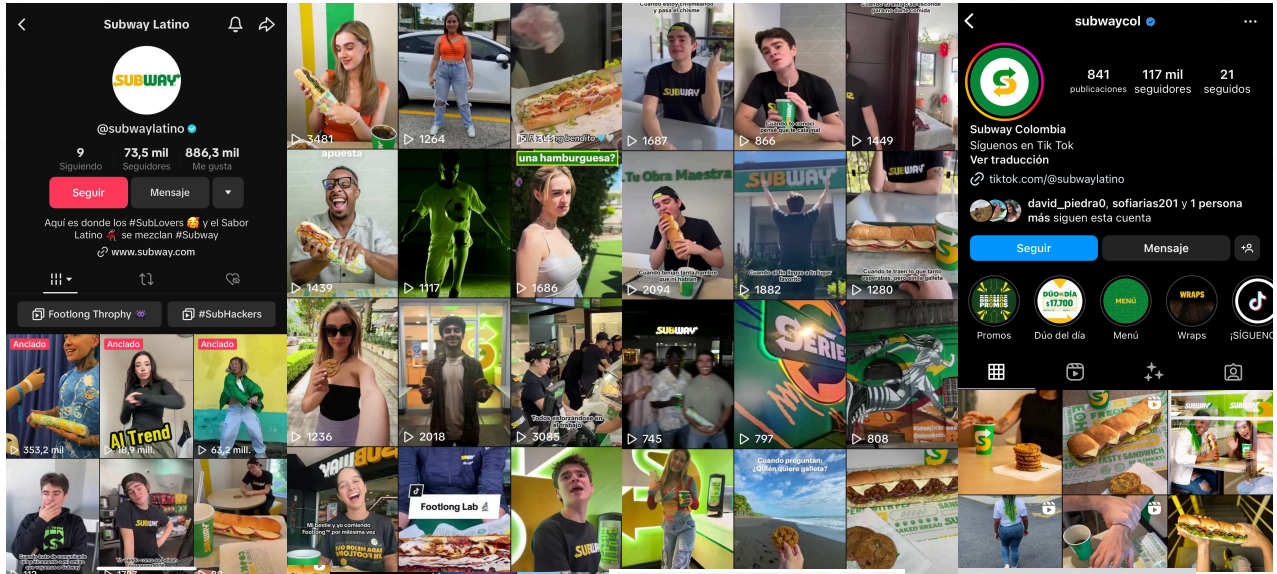
Desafíos Técnicos en la Aplicación Web: Sin embargo, la aplicación web presenta desafíos técnicos que afectan la experiencia del usuario al realizar pedidos.

Identidad Visual y Coherencia de Marca:

Fuerte Identidad Visual: La cadena mantiene una fuerte identidad visual, asegurando que todos los elementos estén alineados con su marca.

Conclusiones:

Subway destaca en mantener una fuerte presencia en redes sociales, diversificando su contenido y permitiendo la personalización de pedidos en línea. Su identidad visual sólida es un elemento destacado. Sin embargo, Candy Nandy's puede aprender de los desafíos técnicos en la aplicación web de Subway para mejorar la eficiencia en los procesos de pedido en línea. Además, la autenticidad en el contenido podría ser una área a considerar para conectar de manera más efectiva con la audiencia.



2. Domino's: es una cadena de pizzerías reconocida a nivel mundial por su servicio de entrega a domicilio y para llevar. Ofrecen una amplia variedad de pizzas, además se destaca por su flexibilidad y capacidad de personalización. Cada persona puede ordenar su pizza exactamente como la desee.

Se analiza aquí para identificar prácticas exitosas que podrían inspirar a Candy Nandy's.

Presencia en Redes Sociales y Contenido:

Consistencia y Diversidad: Domino's destaca por su consistencia en redes sociales y la diversificación de su contenido, utilizando dinámicas, colaboraciones y contenido creativo e innovador.

Calidad y Variedad del Contenido: La calidad y variedad del contenido son puntos fuertes, con una estrategia bien implementada que abarca diferentes plataformas.

Plataforma de Pedidos en Línea y App Móvil:

Funcionalidad y Facilidad de Uso:

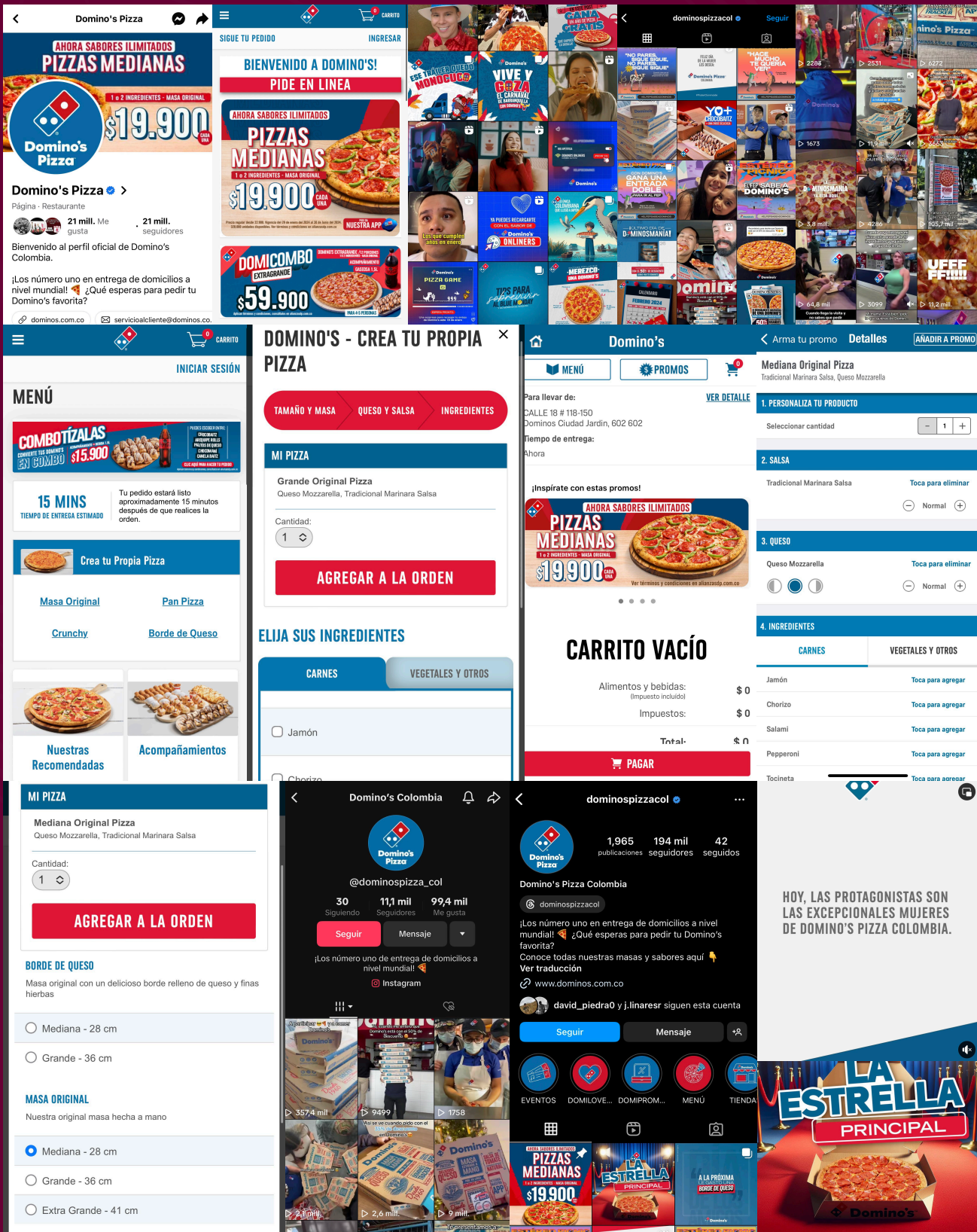
Domino's brilla en la funcionalidad y facilidad de uso de su página web y aplicación móvil, permitiendo realizar pedidos en línea y personalizar las pizzas de manera intuitiva.

Identidad Visual y Coherencia de Marca:

Fuerte Identidad Visual y Presencia Coherente: La cadena mantiene una fuerte identidad visual, presente en todos los elementos de la marca, desde las redes sociales hasta la aplicación móvil.

Conclusiones:

Domino's establece un estándar alto en su presencia en redes sociales, diversificación de contenido y la implementación efectiva de plataformas de pedidos en línea. Su identidad visual sólida y coherente destaca como un elemento clave para la reconocibilidad de la marca. Candy Nandy's puede encontrar inspiración en la funcionalidad intuitiva de la aplicación móvil de Domino's y en la diversidad creativa de su contenido en redes sociales.



3. Madelo: es una marca colombiana de yogur helado. Ofrecen una variedad de sabores y toppings para que puedas crear tu propio yogur helado personalizado.

Se estudia para extraer lecciones y aplicaciones relevantes para Candy Nandy's.

Presencia en Redes Sociales y Contenido:

Creación de Comunidad en Instagram: Madelo ha logrado crear una comunidad en Instagram donde los clientes comparten su experiencia, creando una sensación de pertenencia.

Contenido Centrado en el Producto: Aunque son constantes en redes, el contenido se centra principalmente en los productos, y podrían explorar innovaciones para diversificar su estrategia.

Plataforma de Pedidos en Línea:

Pedido en Línea a través de la Página Web: Madelo permite realizar pedidos en línea a través de su página web. Aunque funcional, algunas opciones de personalización pueden ser limitadas.

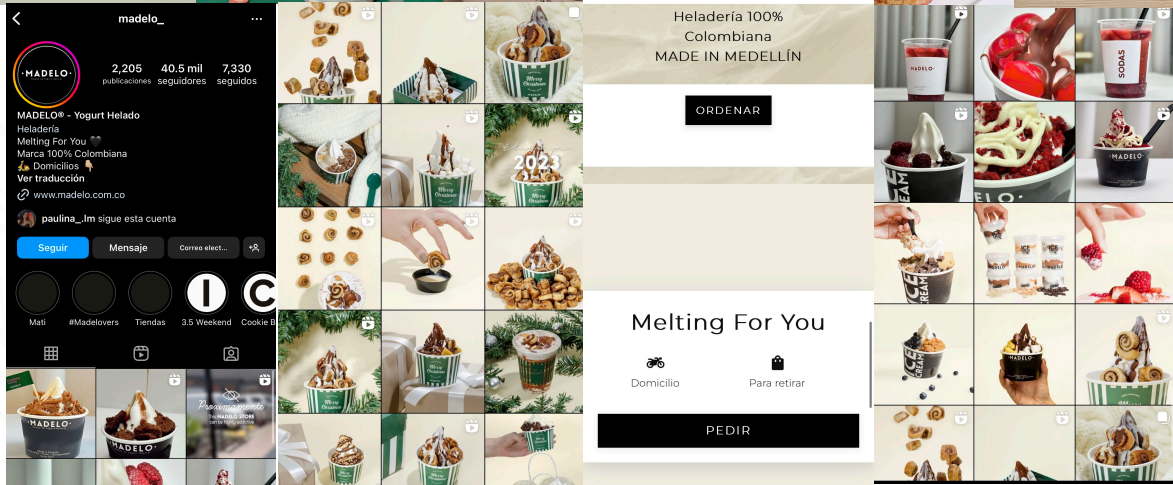
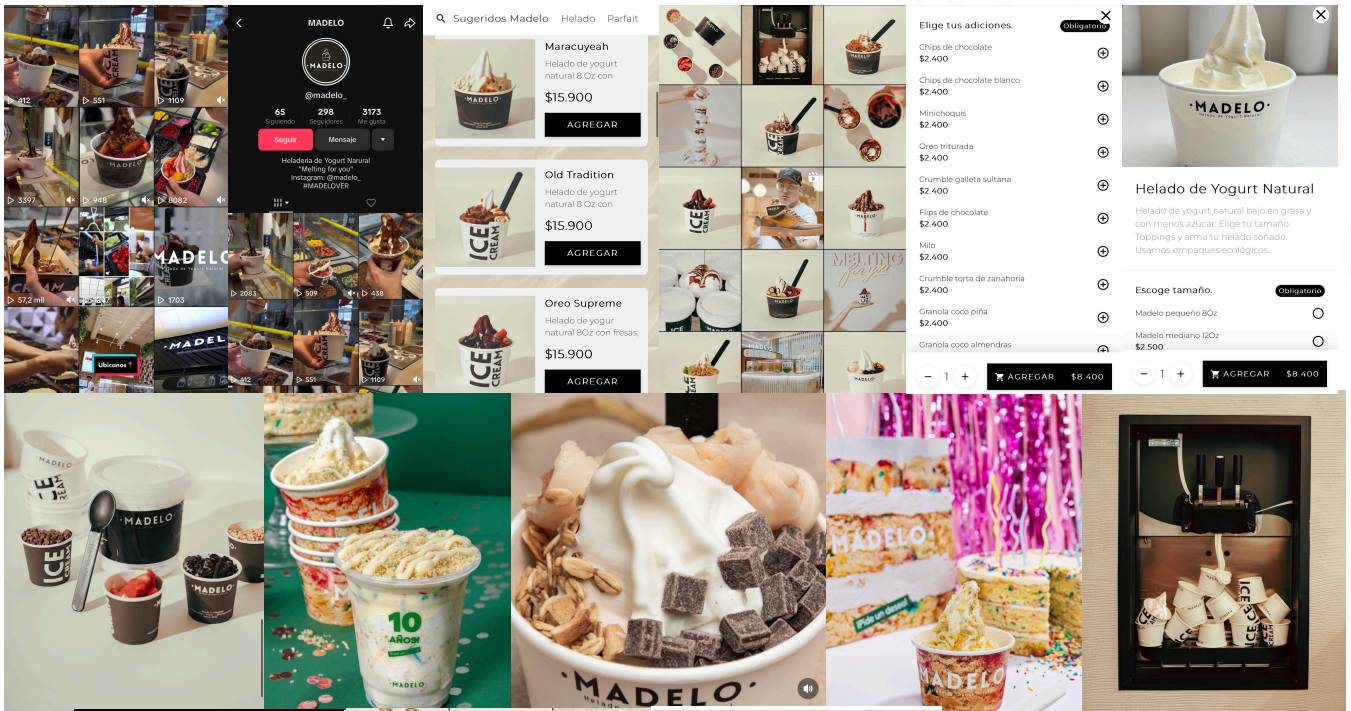
Operación por Rappi: Además de la página web, la opción de operar por Rappi amplía las opciones para los clientes.

Identidad Visual y Comunicación de Marca:

Buena Identidad Visual y Comunicación: La marca mantiene una buena identidad visual y comunicación, asegurando coherencia en todos los aspectos.

Conclusiones:

Madelo destaca en la creación de una comunidad en Instagram y en la variedad de productos personalizables. La posibilidad de pedidos en línea a través de la página web y la operación por Rappi amplían las opciones para los clientes. Sin embargo, Candy Nandy's podría explorar innovaciones en el contenido de redes sociales para fortalecer la conexión con la audiencia y diversificar la estrategia de marketing. La buena identidad visual y comunicación de Madelo son aspectos a destacar para inspirar a Candy Nandy's.



REFERENTES	VM EM	CA VP	EC PC	IN CR	TOTAL
Subway	4	3	3	4	14/20
Domino's	5	3	5	5	18/20
Madelo	3	4	4	2	13/20
TOTAL	12/15	10/15	12/15	11/15	

En términos de visibilidad de marca y estrategias de marketing, todos mantienen presencia en redes, destacando Subway y Domino's por estrategias modernas y contenido entretenido. En cuanto a la calidad y variedad de productos, Subway y Domino's, centrados en categorías específicas, presentan una oferta más limitada en comparación con Madelo, una heladería que diversifica su gama de productos derivados del yogur helado.

En la experiencia del cliente y el proceso de compra, Subway se destaca con su aplicación para realizar pedidos, brindando una experiencia superior. Domino's y Madelo permiten pedidos en línea, pero Madelo lidera en personalización y facilidad de proceso. En términos de innovación y creatividad, Domino's sobresale, mostrando iniciativas creativas y destacando en la interacción con los clientes. Subway también demuestra creatividad, mientras que Madelo carece de innovación tanto en interacción como en servicios.

Conclusiones sectorial/no sectorial:

El proceso de benchmarking ha proporcionado a Candy Nandy's una valiosa panorámica sobre las mejores prácticas y estrategias empleadas por referentes tanto dentro como fuera de su sector. Estas observaciones abren un abanico de oportunidades para mejorar y evolucionar, brindando a Candy Nandy's una ruta para fortalecer su posición en el mercado y satisfacer de manera más efectiva las expectativas de sus clientes.

Desde referentes en el sector de repostería en Tuluá, se destaca la importancia de mejorar la presencia en redes sociales, aprovechando plataformas digitales para construir una identidad visual sólida y atractiva.

Asimismo, la innovación en la presentación de productos y la oferta de contenido creativo en redes sociales se erigen como oportunidades para diferenciarse y cautivar a una audiencia más amplia.

Al analizar competidores indirectos y no sectoriales, se resalta la necesidad de mejorar la experiencia del cliente en línea, permitiendo una personalización efectiva

de pedidos. La adopción de estrategias de marketing más creativas y adaptadas al entorno digital, así como la optimización continua del proceso de compra en línea, son aspectos clave para elevar la competitividad.

El benchmarking ha proporcionado a Candy Nandy's un compendio de estrategias y prácticas exitosas que pueden adaptarse y adoptarse para impulsar el crecimiento y la eficacia operativa. Al aprovechar estas enseñanzas, Candy Nandy's está bien posicionado para alcanzar nuevas alturas en la satisfacción del cliente, presencia en línea y diferenciación en un mercado cada vez más competitivo.

CONCLUSIONES INVESTIGACIÓN

Conexión Emocional: La lealtad de los clientes de Candy Nandy's se basa en una sólida conexión emocional, destacando la importancia de la atención personalizada y la calidad de los productos.

Satisfacción y Calidad: La satisfacción general de los clientes está fuertemente ligada a la percepción de la alta calidad de los productos, demostrando que la excelencia en la entrega es un factor crucial para mantener la fidelidad.

Personalización y Diferenciación: La capacidad de personalización de productos es un diferenciador significativo en la elección de Candy Nandy's, resaltando la importancia de adaptarse a las preferencias individuales de los clientes.

Experiencia de Compra en Línea: La investigación de usuarios sugiere una disposición creciente a utilizar servicios en línea, subrayando la necesidad de

mejorar la experiencia de compra en plataformas digitales para mayor comodidad y personalización.

Presentación y Empaques: La percepción de la marca puede beneficiarse significativamente de mejoras en la presentación y empaques, proporcionando una imagen más formal y atractiva para los clientes.

Variedad de Productos: La variedad de productos ofrecidos por Candy Nandy's satisface las necesidades de diversas ocasiones, consolidando su posición como una opción versátil para diferentes eventos y celebraciones.

Presencia en Redes Sociales: Fortalecer la presencia en redes sociales emerge como una oportunidad para Candy Nandy's, permitiendo ampliar el alcance, consolidar la marca y atraer a una audiencia más amplia.

Innovación en Marketing: Estrategias innovadoras en marketing, especialmente en contenido creativo y atractivo en redes sociales, son esenciales para diferenciarse y cautivar a una audiencia más extensa.

Experiencia del Cliente en Línea: Mejorar la experiencia del cliente en línea, desde el proceso de pedido hasta la personalización, es un factor crítico para elevar la competitividad en el entorno digital.

Adaptación a Preferencias Digitales: La disposición de los clientes a utilizar servicios en línea destaca la importancia de adaptarse a las preferencias digitales actuales y futuras para mantenerse relevante en el mercado.

Comunicación Efectiva: La comunicación efectiva, tanto en la presentación de productos como en las interacciones en línea, contribuye significativamente a la percepción positiva de la marca.

Necesidad de Mejora Continua: La investigación subraya la necesidad constante de mejora y evolución, utilizando las lecciones del benchmarking para optimizar estrategias y prácticas operativas.

Estas conclusiones proporcionan una visión integral de los hallazgos más destacados, orientando estratégicamente a Candy Nandy's hacia el crecimiento y la satisfacción continua de sus clientes en un mercado competitivo.



REQUERIMIENTOS DE DISEÑO

- > Con base a las conclusiones de investigación y los hallazgos encontrados, nos sumergimos en la definición de los Requerimientos de Diseño para dar forma a la materialización de las ideas. Para estructurar y comprender mejor estas necesidades, se desarrolló una tabla que actúa como guía en el proceso de diseño.
- > La tabla se organiza en secciones clave para una comprensión clara y precisa. Primero, identificamos las "Necesidades" fundamentales surgidas de la investigación, delineando los elementos críticos que deben abordarse durante el diseño. Posteriormente, especificamos los "Requerimientos", desglosando cada necesidad en características concretas que guiarán el desarrollo del proyecto. Estos Requerimientos se clasifican en tres categorías clave:
 - > **Estético Comunicativo:** Se refiere a los

elementos que afectan los estímulos sensoriales y la comunicación visual.

- > **Funcional Operativos:** Se centra en las interacciones físicas y las operaciones en tiempo real del producto o sistema.
- > **Tecno Productivos:** Relacionados con la materialización, la reproducción final y los aspectos tecnológicos y productivos.

Cada necesidad se clasifica además como "Deseo" o "Obligación", indicando su nivel de prioridad. Luego se agregan las posibles soluciones para satisfacer cada necesidad inicial.

Esta estructura proporciona una guía durante el diseño, garantizando que cada elemento contribuya de manera significativa a la funcionalidad, estética y viabilidad técnica del proyecto.

NECESIDAD	REQUERIMIENTO	TIPO	D/O	DESCRIPCIÓN
Es necesario que Candy Nandy's cuente con una identidad visual de marca distintiva y memorable que comunique su personalidad, sea reconocible y coherente.	Desarrollar una identidad Visual de Marca	E C	O	Se necesita una identidad visual que involucre los puntos de contacto para unificar la experiencia de la marca
Es necesario facilitar a los clientes la realización de pedidos en línea	Debe ser un servicio intuitivo y eficaz que se adapte a diferentes preferencias y dispositivos	F O	O	Crear una plataforma de pedidos intuitiva para una experiencia eficiente y accesible en cualquier dispositivo.
Es necesario aprovechar el canal en línea actual	Es necesario que el servicio de pedido en línea se adapte al canal de Whatsapp	F O	D	Integrar pedidos en línea directamente a través de WhatsApp para mayor comodidad y aprovechamiento del canal.
Es necesario mejorar la presentación de entrega de los productos	Mejorar el sistema de empaques	T O	O	Mejorar la presentación y seguridad de los empaques para mejorar la experiencia del cliente
Es necesario que los clientes puedan conocer trabajos previos	Crear catálogo / portafolio de productos	F O	O	Desarrollar un catálogo en línea para exhibir de manera atractiva la variedad de productos y trabajos anteriores.
Es necesario que Candy Nandy's tenga presencia en canales digitales	Es necesario aumentar visibilidad en redes sociales	E C	D	Estrategias de contenido creativo para ampliar la presencia y atraer a una audiencia más amplia.

DESCRIPCIÓN DE REQUERIMIENTOS

Para organizar los requerimientos de diseño en las tres categorías mencionadas (Estético Comunicativo, Funcional Operativos y Tecno Productivos), se sigue la siguiente estructura:

Estético Comunicativo:

Desarrollo de Identidad Visual de Marca:

Se requiere crear una identidad visual distintiva y coherente que comunique la personalidad de Candy Nandy's de manera memorable. Esto implica el diseño de elementos visuales como logotipo, paleta de colores, tipografía y elementos gráficos que unifiquen la experiencia de la marca.

Aumentar visibilidad en redes sociales:

Estrategias de contenido creativo en redes sociales para aumentar la visibilidad y atraer a una audiencia más amplia. Esto implica la creación y publicación regular de contenido

atractivo y relevante que refleje la identidad de la marca y genere interacción con los seguidores en plataformas como Instagram, Facebook y Twitter.

Funcional Operativos:

Facilitar pedidos en línea: Desarrollar un servicio de pedidos en línea intuitivo y eficaz que se adapte a diferentes dispositivos y preferencias de los clientes. La plataforma debe permitir una experiencia de compra fácil y accesible desde cualquier dispositivo, garantizando la comodidad y la eficiencia del proceso de pedido.

Mejorar la presentación de entrega de productos: Implementar un sistema de empaques que garantice una presentación adecuada y atractiva de los productos. Esto implica desarrollar un sistema de empaques que no sólo proteja los productos durante la entrega, sino que también mejore la experiencia del cliente al recibir su pedido, manteniendo la

coherencia con la identidad visual de la marca.

Creación de Catálogo/Portafolio de Productos: Es fundamental desarrollar un catálogo en línea que exhiba de manera atractiva la variedad de productos y trabajos previos de Candy Nandy's. Este catálogo proporciona a los clientes una visión completa de la oferta de productos de la marca y facilita la toma de decisiones de compra.

Tecno Productivos:

Adaptación al canal de Whatsapp: Integrar el servicio de pedido en línea con el canal de Whatsapp para ofrecer una experiencia de compra conveniente y accesible para los clientes. Esto implica el desarrollo de funcionalidades específicas que permitan realizar pedidos y recibir asistencia a través de esta plataforma de mensajería.

PROPUESTA DE INTERVENCIÓN



SISTEMA DE PRODUCTO

La solución propuesta para Candy Nandy's se desarrollará en varias etapas interrelacionadas para lograr una transformación integral de la marca y lograr su visibilización y posicionamiento en el mercado. A continuación se describe el proceso detallado:

El primer paso del sistema de producto de Candy Nandys se centra en la creación de su identidad visual, lo cual implica el establecimiento del ADN de la marca.

MISIÓN

Crear e innovar en decoraciones temáticas y personalizada en mazapán de excelente calidad logrando la absoluta satisfacción y fidelización de nuestros clientes.

VISIÓN

Para el año 2034 llegar a ser reconocida como una empresa líder en la fabricación y diseño de repostería personalizada mediante la constante innovación de productos y servicios creciendo

VALORES

Respeto: Candy Nandy's valora y respeta a cada cliente y miembro del equipo, reconociendo la diversidad de opiniones, culturas y experiencias. Se compromete a tratar a todos con dignidad y cortesía en cada interacción.

Amabilidad: La amabilidad es un pilar fundamental de la filosofía de Candy Nandy's. La marca se esfuerza por crear un ambiente acogedor y positivo en cada punto de contacto, brindando un servicio amable y atento que genere una experiencia memorable para sus clientes.

Honestidad: La honestidad es un valor central en todas las operaciones de Candy Nandy's. La marca se compromete a ser transparente en sus prácticas comerciales, proporcionando información precisa y veraz sobre sus productos y servicios, y manteniendo una comunicación abierta y sincera con sus clientes.

Puntualidad: Candy Nandy's entiende la importancia de la puntualidad y se esfuerza por cumplir con los plazos y compromisos establecidos. Desde la entrega de productos hasta la respuesta a consultas y pedidos, la marca se compromete a ser puntual y confiable en todas sus interacciones.

Calidad: La calidad es un valor no negociable en Candy Nandy's. La marca se dedica a ofrecer productos y servicios de la más alta calidad, utilizando ingredientes frescos y cuidadosamente seleccionados, técnicas de producción meticulosas y atención al detalle en cada paso del proceso de elaboración.

PERSONALIDAD

La personalidad de la marca Candy Nandy's se caracteriza en un 80% por el arquetipo del Creador. Con un enfoque innovador y una mentalidad creativa, Candy Nandy's busca constantemente romper los moldes y ofrecer productos únicos y originales. Como un Creador, la marca se inspira en la imaginación y la inventiva para diseñar experiencias de repostería personalizada que cautivan a sus clientes. Desde la elaboración de nuevos productos hasta la creación de diseños sorprendentes, Candy Nandy's se destaca por su capacidad para generar ideas frescas y emocionantes que destacan en el mercado.

Por otro lado, se caracteriza un 20% con el arquetipo del Mago que se manifiesta en la capacidad de Candy Nandy's para transformar las experiencias de sus clientes. Como un Mago, la marca tiene el poder de convertir los momentos cotidianos en momentos mágicos y memorables. A través de su dedicación a la excelencia en la calidad y el servicio al cliente, Candy Nandy's crea un ambiente encantador y emocionante que deja una

impresión duradera en quienes interactúan con la marca. Con su toque especial y su habilidad para sorprender, Candy Nandy's ofrece una experiencia única y extraordinaria a cada cliente que se encuentra con sus productos.

BENEFICIOS FUNCIONALES

- > **Calidad de los Ingredientes:** Candy Nandy's se compromete a utilizar ingredientes de la más alta calidad en la elaboración de sus productos, garantizando sabores excepcionales y frescura. Los clientes pueden disfrutar de la confianza de saber que están adquiriendo productos de repostería elaborados con ingredientes cuidadosamente elegidos.
- > **Personalización de Productos:** Candy Nandy's ofrece la posibilidad de personalizar cada producto según los gustos individuales de los clientes. Se adapta a las preferencias de cada cliente, permitiendo la creación de productos únicos y hechos a medida para satisfacer sus necesidades específicas.
- > **Versatilidad en Diseños y Sabores:** Candy Nandy's se destaca por su amplia variedad de diseños y sabores, brindando a los clientes opciones para elegir. Ofrece una gama diversa de productos que se adaptan a diferentes ocasiones y preferencias.

BENEFICIOS EMOCIONALES

- > **Creación de Momentos Memorables:** Los productos de Candy Nandy's se convierten en protagonistas de momentos especiales y celebraciones inolvidables. Desde cumpleaños hasta bodas, la marca contribuye a la creación de recuerdos duraderos al ofrecer productos que agregan un toque dulce y emotivo a cada ocasión.
- > **Expresión Única de Sentimientos:** Al permitir la personalización de sus productos, Candy Nandy's ofrece a los clientes la oportunidad de expresar sus sentimientos de manera única y creativa. Ya sea a través de mensajes personalizados o diseños elaborados, los productos de la marca se convierten en un instrumento para transmitir amor, gratitud y alegría.
- > **Generación de Alegría y Felicidad:** Los productos de Candy Nandy's no solo satisfacen el paladar, sino que también alimentan el alma, generando alegría y felicidad tanto en quien los recibe como en quien los regala. Cada bocado está impregnado de amor y cuidado, lo que se refleja en la sonrisa de quienes disfrutan de ellos.
- > **Construcción de Relaciones Emocionales:** A lo largo del tiempo, Candy Nandy's construye relaciones sólidas-

- duraderas con sus clientes, basadas en la confianza, el cariño y la satisfacción mutua. La marca se convierte en un símbolo de afecto y confiabilidad.

RELACIÓN

Candy Nandy's aspira a establecer una relación única y especial con sus clientes, basada en la cercanía, la confianza y la autenticidad. La marca busca ser percibida como la mejor amiga de sus clientes, alguien en quien pueden confiar plenamente y que está siempre presente para ofrecer apoyo y orientación.

Al igual que una amistad cercana, Candy Nandy's se compromete a escuchar activamente a sus clientes, comprender sus necesidades y brindarles soluciones personalizadas que se ajusten a sus deseos y preferencias individuales. Esta relación de confianza se construye a través de una comunicación abierta y transparente, donde los clientes se sienten libres de expresar sus opiniones y recibir asesoramiento sincero.

Además, al igual que una mejor amiga, Candy Nandy's busca ofrecer experiencias personalizadas que fortalezcan el vínculo emocional con sus clientes. Desde la creación de productos a medida hasta el trato cálido y acogedor en cada interacción, la marca se esfuerza por hacer que sus clientes se sientan especiales y valorados, como si estuvieran interactuando con un amigo de toda la vida.

Esta relación de "mejores amigas" se caracteriza por la empatía, la complicidad y el cuidado mutuo. Candy Nandy's está siempre presente para celebrar los momentos felices y apoyar en los momentos difíciles, creando así una conexión emocional sólida y duradera con sus clientes.

TONO DE COMUNICACIÓN

El tono de comunicación de Candy Nandy's se caracteriza por su cercanía, confianza y autenticidad. La marca elige expresarse de manera amigable y acogedora, estableciendo una conexión emocional genuina con su audiencia. En lugar de adoptar un enfoque formal y distante, Candy Nandy's opta por un tono más relajado y cercano, que refleje la naturaleza de una conversación entre amigos.

La comunicación de la marca se basa en la confianza mutua entre Candy Nandy's y sus clientes, fomentando un ambiente de apertura y transparencia en todas las interacciones. Además, el tono de comunicación de la marca es constante y consistente, asegurándose de mantener una presencia activa y comprometida con su audiencia en todo momento.

Asimismo, Candy Nandy's busca infundir un toque de diversión y alegría en su comunicación, agregando un elemento de frescura y dinamismo a sus mensajes. A través de un lenguaje vibrante y entusiasta, la marca busca crear una experiencia de marca memorable y positiva para sus clientes.

En este proceso, se rediseña el logo y se construye una identidad visual integral, que incluye elementos gráficos complementarios. Esta nueva identidad encapsula el ADN de la marca como: su tono de comunicación, visión, misión, valores, personalidad y beneficios asociados. Además, se presta especial atención a elementos distintivos como los colores y las formas que han caracterizado a Candy Nandys hasta ahora. Este paso es crucial, ya que sienta las bases para el desarrollo coherente y efectivo de la estrategia.

creación logo

Candy Nandy's

DESDE 2006

Candy Nandy's

MAZAPÁN HECHO ARTE



retícula



proporción



área de respeto



positivo



negativo

Variaciones de logo



Candy
Nandy's

vertical



C
N

responsivo



submark



Candy Nandy's

horizontal

colores principales

Celeste

HEX: ACEAE8
RGB: 172 , 234 , 232
CMYK: 36% 0% 15% 0%

Rosa Caramelo

HEX: FF558E
RGB: 255 , 85 , 142
CMYK: 0% 78% 13% 0%

White

HEX: FFFFFF
RGB: 255 , 255 , 255
CMYK: 0% 0% 0% 0%

Ciruela

HEX: 5E1F38
RGB: 94 , 31 , 56
CMYK: 42% 91% 41% 56%

Algodón de Azúcar

HEX: FFDCE9
RGB: 255 , 220 , 233
CMYK: 0% 21% 2% 0%



estilo fotográfico









Después de establecer la identidad visual, se procedió con el desarrollo del sistema de empaques. Este proceso implicó un análisis de todas las opciones de empaque viables para los productos de Candy Nandys, considerando diversas presentaciones. Se identificaron y priorizaron los empaques más relevantes, definiendo sus tamaños y presentaciones específicas. Luego, se inició el diseño y desarrollo de los empaques para tortas, cupcakes, brownies, rollos de canela, mazapanes y galletas. Este proceso creativo abarcó la creación de moodboards, bocetos, prototipos de prueba y culminó con la producción final de los empaques seleccionados.



Se desarrollaron 3 categorías de empaque:

MULTIUSOS
CUPCAKES
TORTAS

Mazapanes, Galletas, Brownies
Pequeña, mediana y grande

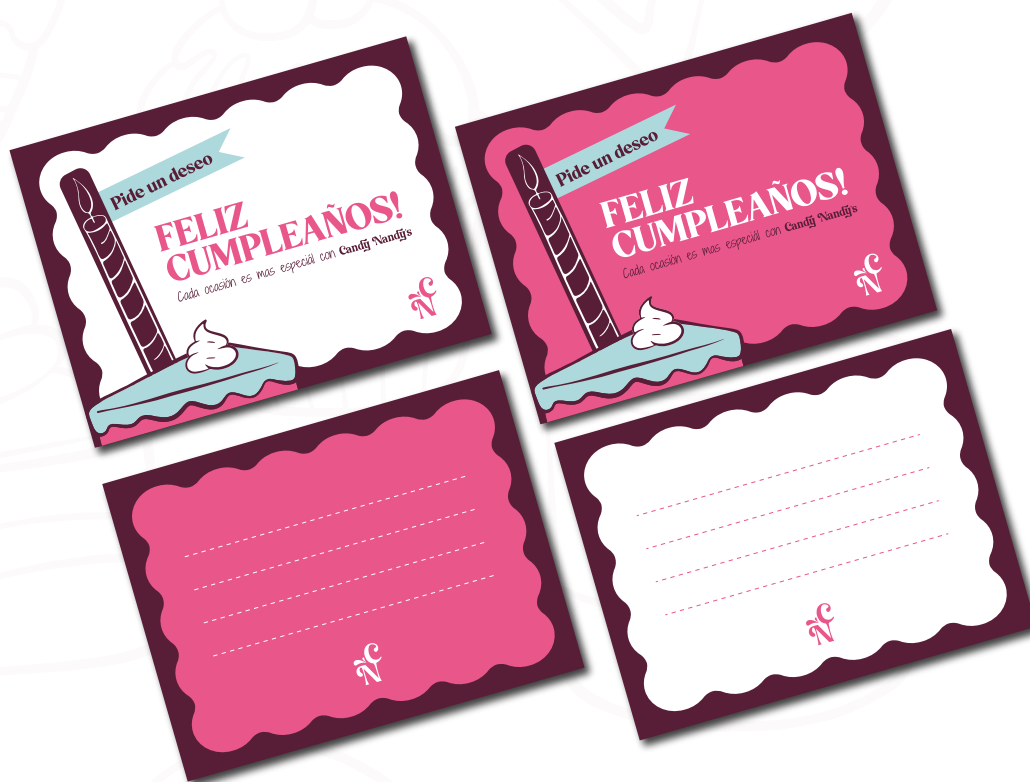
Cupcakes y Rollos de Canela
Presentación Individual, X3 y X6

Tortas
Presentación 1/4, 1/2 y 1 libra



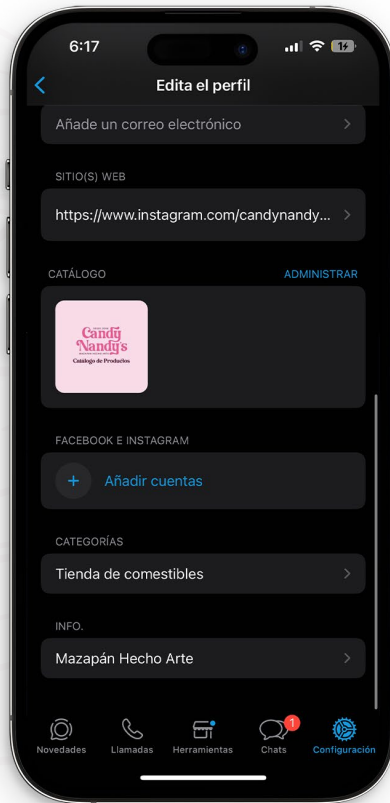
Se crearon tarjetas para los empaques individuales en bolsa





Además se desarrollaron tarjetas de cumpleaños teniendo cuenta la demandas de pedido para esta ocasión

Posteriormente, se llevo a cabo la optimización y desarrollo del proceso de pedido, que se realizó a través del canal de WhatsApp Business. En primer lugar, se analizaron, en conjunto con Candy Nandys, los mensajes preestablecidos que guiarían al usuario durante el proceso de pedido. Se establecieron los mensajes necesarios para la personalización y solicitud de cada uno de los productos. Dado que cada producto tiene un proceso de personalización diferente, en caso de ser necesario, un asesor de Candy Nandys intervendrá para finalizar los detalles específicos del pedido del producto.



Después, se procedió al desarrollo de estrategias de comunicación y creación de contenido destinadas a mejorar la presencia en redes sociales. Esto abarca la publicación de posts, promociones, sorteos y colaboraciones. Además, se brindará asesoramiento a la persona encargada para garantizar la continuidad en la generación de contenido de calidad y constante.

Para esto se creó un plan de contenido como ejemplo/guía.

Tipo de Contenido	Descripción	Ejemplo/Detalle
Foto de Producto Estilizada	Fotografía de producto con fondo decorado, mostrando detalles estéticos del producto en un ambiente atractivo.	Tarta decorada con mazapán en una mesa decorada para fiesta.
Video "Detras de Escena"	Video "Detras de Escena"	Preparación de una tarta desde la mezcla hasta la decoración final.
Testimonio de Cliente	Publicar una cita y foto de un cliente satisfecho con su producto personalizado.	"La tarta de Candy Nandy's hizo mi cumpleaños inolvidable!"
Tip del Día	Publicar consejos o tips relacionados con la repostería, decoración de pasteles, o almacenamiento de dulces.	"Cómo mantener tus cupcakes frescos por más tiempo."
Foto de Producto Temático	Fotografía de productos alineados con la temporada o próximos eventos/festividades.	Galletas decoradas para Halloween o San Valentín.
Foto de Producto Temático	Fotografía de productos alineados con la temporada o próximos eventos/festividades.	Galletas decoradas para Halloween o San Valentín.
Concurso/Promoción	Publicar detalles de concursos o promociones especiales para aumentar la interacción y seguidores.	"Comparte tu foto con nuestros productos y gana un set de cupcakes gratis."
Historia de la Semana	Historia en formato de imagen o video corto destacando un evento, celebración o experiencia especial con productos de Candy Nandy's.	Una serie de fotos de una boda donde se usaron productos de Candy Nandy's, con testimonios de los novios.

Además se propone a Candy Nandy's una estrategia de lanzamiento para la nueva Identidad, esta estrategia se plantea para redes sociales, buscando con esta contar un poco la historia detrás de Candy Nandy's

ESTRATEGIA DE LANZAMIENTO

Candy Nandy's 18: Una nueva era dulce

"Celebrando 18 años de sabor y creatividad"

Narrativa

Hace 18 años, en un pequeño rincón de la ciudad, una joven emprendedora llamada María Fernanda comenzó su dulce aventura. Inspirada por las enseñanzas y recetas de su madre, decidió convertir su pasión por la repostería en algo más que un hobby. Así nació Candy Nandy's, una pequeña repostería que rápidamente se ganó el corazón de la comunidad con sus creaciones únicas y su inigualable sabor.

A lo largo de los años, Candy Nandy's se convirtió en mucho más que una simple pastelería. Se convirtió en un lugar de encuentro, donde amigos se reunían para celebrar los momentos más dulces de la vida. Cada torta, cada cupcake y cada mazapán no solo eran deliciosos, sino también portadores de recuerdos y emociones.

Y ahora, mientras Candy Nandy's alcanza la mayoría de edad, es hora de celebrar. Es hora de renovar, de dar un nuevo aire a nuestra dulce tradición. Con 18 años de experiencia, nos hemos renovado para ofrecerte lo mejor de nosotros mismos.

Únete a nosotros en esta dulce celebración. Celebra 18 años de sabor, de tradición y de amistad. Candy Nandy's está lista para el próximo capítulo de esta increíble historia. ¡Bienvenidos a la mayoría de edad!

Para concluir, se entregará toda esta estrategia de visibilización y posicionamiento a Candy Nandy's, asegurando una implementación efectiva y coherente con la identidad y los objetivos de la marca



PRUEBA DE USUARIOS

Para las pruebas de usuario, se tomó la decisión junto con la fundadora de lanzar una edición especial de un producto para el Día de la Madre. El producto escogido fue un aviso "MAMÁ" hecho en brownie y decorado con mazapán. Se desarrolló un empaque especial con mensajes dedicados a las madres, aplicando la nueva gráfica y los colores de la identidad visual renovada, aunque manteniendo el logo antiguo de Candy Nandy's, ya que la nueva identidad se revelará durante el lanzamiento oficial.

Estas pruebas de usuario permitieron validar la paleta de colores, la gráfica

complementaria, así como el material y la resistencia del empaque.

Se produjeron únicamente 18 unidades de este producto. Para promocionarlo, se realizaron publicaciones e historias en las redes sociales de Candy Nandy's. En menos de 24 horas, todas las unidades fueron vendidas, y la demanda superó la oferta, indicando un gran éxito.

Además, tras las publicaciones en redes sociales, Candy Nandy's ganó aproximadamente 30 seguidores en una semana, un notable incremento considerando que el promedio mensual era de 4 seguidores.





Que precio? 1:54 p. m.
Me gustaria 3 1:54 p. m.

Te encargo dos para mis nietas de las den a la mamá 9:38 a. m.

Divinas nanditaaaa 7:03 a. m.
Te encargo 2 7:04 a. m.

Hola mafe 8:47 p. m.
Yo quiero dos 8:47 p. m.
Me las puedes enviar acá a Medellín? 8:48 p. m.

Nanda quedaron felices les encantó 3:15 p. m.
Estaba muy rico 3:15 p. m.
Te felicito muchas gracias 3:16 p. m.

Ay mafe necesito 6 para las mamás de la oficina 8:17 a. m.

Hoy
Valor? 10:30 a. m.
Están hermosas 10:31 a. m.

Nandita muchas gracias están divinas da pesar comérselas 10:31 a. m.

Nanda muy lindas, son brownis? 2:15 p. m.
Ya te llamo hazme las 10 2:15 p. m.
Son con masapan? 2:16 p. m.

Nanda necesito 15 para el viernes 11:21 a. m.

Nanda están hermosas dame 5 3:52 p. m.

CONCLUSIONES

El desarrollo de una identidad de marca sólida y coherente es fundamental para el crecimiento y éxito de una empresa como Candy Nandy's. A lo largo de este proyecto, se ha demostrado que una marca bien establecida, con una identidad visual y una estrategia de comunicación claramente definidas, puede no solo potenciar la imagen de la empresa, sino también traducirse en un aumento significativo de las ventas y en una mayor fidelización de los clientes.

La implementación de estrategias de branding y marketing, aunque en sus etapas iniciales, ya ha mostrado resultados positivos en el crecimiento de la empresa. Las primeras aplicaciones de estas estrategias han permitido observar un incremento en la interacción y satisfacción de los clientes, reflejando un impacto directo en la visibilidad y atractivo de la marca en el mercado.

Además, la renovación y mejora de los empaques ha demostrado ser un factor clave en la percepción del producto. Empaques bien diseñados y alineados

con la identidad de marca no solo protegen y presentan el producto de manera efectiva, sino que también contribuyen significativamente a la experiencia del cliente, haciendo que el producto sea más atractivo y memorable.

En resumen, este proyecto confirma que una identidad de marca bien desarrollada y la aplicación de estrategias de marketing coherentes son herramientas poderosas para el crecimiento y fortalecimiento de una empresa. Candy Nandy's, con su nueva imagen y enfoque, está bien posicionada para capitalizar estas mejoras y continuar su trayectoria de éxito y expansión en el mercado.

La fundadora de Candy Nandy's, María Fernanda, se siente sumamente emocionada y comprometida con la aplicación de la estrategia de comunicación visual propuesta en este proyecto. Está dispuesta a invertir tiempo, recursos y esfuerzo para llevar a cabo todas las mejoras sugeridas, convencida de que esto llevará a su empresa a nuevos niveles de éxito y reconocimiento en el mercado.

Desde mi perspectiva como hija de María Fernanda, ha sido sumamente gratificante ser parte de este proceso y poder contribuir al cumplimiento de los sueños de mi madre. Ver cómo su pasión y dedicación se transforman en acciones concretas para mejorar Candy Nandy's me llena de orgullo y me impulsa a seguir apoyándola en cada paso del camino.

REFERENCIAS

- > Buitrago, S., Duque, P., & Robledo, S. (2020). Branding Corporativo: una revisión bibliográfica. *Económicas CUC*, 41(1), 143–162.
<https://doi.org/10.17981/econcuc.41.1.2020.Org.1>
- > Maza-Maza, R. L., Guaman-Guaman, B. D., Benítez-Chávez, A. M., & Solís-Mairongo, G. (2020). Importancia del branding para consolidar el posicionamiento de una marca corporativa. *Killkana Social*, 4(2), 9–18.
<https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v4i2.459>
- > San Cornelio Esquerdo, G. (septiembre 2014). Innovación en diseño. Diseño de experiencias. Recurso de aprendizaje de la Universitat Oberta de Catalunya.
<https://acortar.link/Aw5iZ8>
- > Forero La Rotta, A., y Ospina Arroyave, D. (2013). El diseño de experiencias. *Revista de Arquitectura*, 15(1), 78–83.
<https://doi.org/10.14718/RevArq.2013.15.1.9>
- > Aveleira Rodríguez, Y., & Silva Barrera, D. (2011). Laboratorio para diseño de experiencia de usuario. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 5(3), 1–7.
<https://www.redalyc.org/pdf/3783/378>

- > 343673008.pdf
- > Sotelo-Flores, D. A. (2021). La experiencia de usuario como factor fundamental para el diseño de plataformas digitales de compra. *Revista de Comercio Electrónico*, 12(1), 437-457.
file:///C:/Users/Usuario/Downloads/ART.+25.pdf
- > Silva Murillo, R. (2009). Beneficios del comercio electrónico. Año 12, N° 24, 2do Semestre. ISSN-1994-3733.
<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942160008.pdf>
- > Rojas López, M. D., Arango, P., & Gallego, J. P. (2009). Confianza para efectuar compras por Internet. *Dyna*, 76(160), 263-272. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=49612068017>
- > Compendium. (2021). El Comportamiento del Consumidor de los Aplicativos Móvil para Restaurantes. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y*
- > *Administración*, 8(3), 303-316. DOI: 10.46677/compendium.v8i3.996
file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ElComportamientoDelConsumidoreLosAplicativosMovil-8232792.pdf
- > ANUARIO ESTADÍSTICO TULUÁ DATOS 2023. (s.f.). Recuperado de <https://tulua.gov.co/documentos/99/a-2023/>



