INFORME

MATRIZ DE ANALISIS ESTRATEGICO SEIVA POSTRES

DIANA CAROLINA PAZOS CUELLAR

SENA

2025

Introducción

El presente documento aborda un análisis estratégico integral para "Seiva Postres", un emprendimiento de repostería artesanal ubicado en Pasto, Nariño. A pesar de no contar con un local físico, "Seiva Postres" ha logrado un éxito notable en ventas, lo que subraya la calidad de su producto y la demanda existente en su mercado. Este informe desglosa la situación actual del negocio, examinando su entorno interno y externo mediante herramientas como la matriz FLOR. Adicionalmente, se propone un plan de marketing digital enfocado en la captación y fidelización de clientes, considerando objetivos SMART, estrategias competitivas de Porter, y tácticas de promoción y ventas. El objetivo es ofrecer una hoja de ruta estratégica que permita a "Seiva Postres" consolidar su crecimiento y superar los desafíos inherentes a su modelo de negocio.

Desarrollo

1. Identificación del Negocio

"Seiva Postres" es un prometedor emprendimiento pastelero en Pasto, Nariño, especializado en postres artesanales de alta calidad. Su modelo de negocio se basa en ventas directas, principalmente a través de canales digitales y entregas a domicilio, prescindiendo de un establecimiento físico. Esta particularidad, si bien ofrece flexibilidad, también presenta retos específicos.

1.1 Breve Reseña Histórica

Iniciado como un proyecto de repostería casera, "Seiva Postres" ha evolucionado hasta convertirse en un negocio con volumen significativo de ventas, impulsado por la excelencia de sus productos y la recomendación de sus clientes.

1.2 Misión, Visión y Objetivos

Misión: Deleitar a nuestros clientes en Pasto con postres artesanales de calidad superior, pasión y servicio excepcional, creando momentos memorables.

Visión: Ser el referente de postres artesanales a domicilio en Nariño, distinguiéndonos por la innovación, excelencia y la alegría que generamos.

Objetivos: Mantener la calidad, optimizar la eficiencia de producción y entrega, fortalecer la presencia digital, y explorar nuevas oportunidades de mercado.

1.3 Necesidades del Mercado que Satisface

"Seiva Postres" satisface la demanda de postres de alta calidad, sabor excepcional y presentación atractiva para consumo personal, eventos y celebraciones, ofreciendo la conveniencia del servicio a domicilio. Responde al deseo por productos artesanales y personalizados.

1.4 Productos o Servicios que Ofrece

La oferta incluye una variada gama de postres artesanales (tortas, cupcakes, galletas, etc.). Su servicio principal es la venta y entrega a domicilio de estos productos.

1.5 Presencia en el Entorno Digital

La empresa se apoya fuertemente en redes sociales (Instagram, Facebook) y WhatsApp para la gestión de pedidos y comunicación. Su presencia digital es funcional, pero muestra un potencial considerable para ser optimizada.

2. Análisis del Entorno

El estudio del entorno revela factores externos e internos que impactan directamente a "Seiva Postres".

2.1 Análisis del Entorno Externo (PESTC)

Político: Nariño puede presentar inestabilidad o bloqueos que afecten la cadena de suministro y logística. Regulaciones sanitarias son clave.

Económico: La fluctuación del poder adquisitivo en Pasto puede influir en el consumo de postres. Los costos de materias primas son variables.

Sociocultural: Existe una creciente valoración por lo artesanal y local. Las tendencias apuntan a la personalización y la conveniencia de la entrega a domicilio.

Tecnológico: El aumento del uso de plataformas de delivery y redes sociales para compras online es una gran oportunidad para el negocio.

2.2 Análisis del Entorno Interno

Segmento/Mercado de Clientes: Principalmente consumidores individuales y familias en Pasto que buscan postres de alta calidad para el día a día o eventos. Incluye amantes de lo artesanal y la comodidad del domicilio.

Principales Competidores:

Directos: Otros emprendimientos de repostería artesanal a domicilio.

Indirectos: Pastelerías con local, panaderías, cafeterías y supermercados con oferta de postres en Pasto.

Proveedores: Distribuidores de materias primas esenciales (lácteos, harinas, frutas, chocolate) e insumos de empaque.

Intermediarios: Crucialmente, plataformas de domicilios y redes sociales. Potenciales aliados como cafeterías o tiendas gourmet.

Grupos de Interés:

Internos: Propietarios, equipo de producción y personal de reparto.

Externos: Clientes, proveedores, entidades gubernamentales (salud, impuestos), comunidad local y competencia.

Áreas Funcionales: Producción/Operaciones, Ventas y Marketing (digital), Logística/Distribución, y Administración/Finanzas. La Tecnología es un área incipiente con gran necesidad de desarrollo.

2.3 Matriz FLOR (Fuerzas, Debilidades, Oportunidades, Amenazas)

Fuerzas (F)	Debilidades (D)
* Altas ventas y demanda constante.	* Falta de local físico: limita visibilidad directa.
* Producto de alta calidad y sabor excepcional.	* Tecnología débil: dificulta gestión de pedidos y crecimiento.
* Reconocimiento y buena reputación local.	* Dependencia total de canales digitales/logística.
* Flexibilidad operativa (sin costos fijos de arriendo).	
Oportunidades (O)	**Amenazas (A)**
* Crecimiento del sector de postres artesanales.	* Fuerte y creciente competencia local.
* Aumento del uso de plataformas digitales.	* Fluctuaciones económicas (poder adquisitivo).
* Potencial de alianzas estratégicas.	* Inestabilidad política/social en la región.
* Expansión a nuevos nichos (saludables, etc.).	* Aumento de costos de materias primas.

Exportar a Hojas de cálculo

2.4 Diagnóstico de la Situación Actual de la Empresa

"Seiva Postres" goza de una sólida base de producto y demanda, evidenciada por sus altas ventas. Sin embargo, su crecimiento está limitado por la ausencia de un local físico y, críticamente, por una infraestructura tecnológica deficiente. Para capitalizar las oportunidades del mercado y consolidarse, debe priorizar la inversión en su presencia y capacidades digitales. Esto es esencial para gestionar eficientemente su volumen actual y escalar el negocio, compensando la falta de un espacio físico con una experiencia digital superior.

3. Plan de Marketing Digital

Este plan busca capitalizar las fortalezas y oportunidades de "Seiva Postres", mitigando sus debilidades tecnológicas y la falta de un local, para captar y fidelizar clientes.

3.1 Objetivos de Marketing Digital (SMART)

1. Visibilidad y Crecimiento: Aumentar seguidores en Instagram y Facebook en un 30% en cada plataforma en 6 meses (Julio-Dic. 2025), vía contenido y pauta.

2. Ventas y Conversión: Incrementar pedidos online/WhatsApp en un 20% en 9 meses (Julio 2025-Marzo 2026), mejorando la experiencia de compra y promociones.

3. Fidelización: Lograr que el 15% de clientes repita compra en 3 meses, implementando un programa digital en 12 meses (Julio 2025-Junio 2026).

3.2 Estrategias Competitivas (Modelo Porter)

Se recomienda una estrategia de Diferenciación con enfoque en un nicho de mercado.

Diferenciación: Destacar la calidad superior, sabor único y originalidad de los postres artesanales. Crear una experiencia de compra online excepcional y contar la historia de la marca.

Enfoque (Nicho): Concentrarse en el mercado de Pasto, apuntando a consumidores que valoran lo artesanal y buscan postres para ocasiones especiales o indulgencias.

3.3 Estrategias de Promoción y Ventas

A. Promoción Digital:

Contenido Visual Atractivo: Invertir en fotografía y videos de alta calidad para redes sociales (Instagram, Facebook Reels/Historias) mostrando los postres y el proceso artesanal.

Pauta Publicitaria Segmentada: Anuncios dirigidos a usuarios en Pasto con intereses en repostería, eventos y celebraciones.

Colaboraciones Locales: Alianzas con micro-influencers o figuras reconocidas en Pasto.

Email Marketing: Construir una base de datos para newsletters con novedades y promociones exclusivas.

WhatsApp Business: Usar catálogo digital y funciones de comunicación para pedidos y atención.

B. Estrategias de Ventas Digitales:

Optimización Plataforma de Pedidos: Asegurar que la plataforma (web o catálogo de WhatsApp) sea intuitiva y con opciones de pago seguras.

Promociones y Combos: Crear paquetes especiales (ej. "Kit de Celebración") y ofertas por volumen.

Programa de Fidelización Digital: Implementar un sistema de puntos o descuentos exclusivos para clientes recurrentes.

SEO Local: Optimizar la presencia en Google My Business para búsquedas locales ("postres Pasto").

3.4 Segmento del Mercado y Público Objetivo

Demográfico: Hombres y mujeres de Pasto, principalmente jóvenes adultos y familias (25-55 años), NSE medio a medio-alto.

Psicográfico: Consumidores que valoran la calidad, lo artesanal, el sabor excepcional y buscan conveniencia. Disfrutan darse un gusto o celebrar ocasiones especiales.

Comportamiento Online: Activos en redes sociales, buscan recomendaciones online y realizan compras y pagos digitales.

4. Conclusiones del Análisis Estratégico

"Seiva Postres" es un emprendimiento con un producto sobresaliente y una demanda probada, lo que lo posiciona ventajosamente en Pasto. Sin embargo, su principal desafío estratégico radica en la carencia de un local físico y la necesidad urgente de fortalecer su infraestructura tecnológica. Estas limitaciones operativas restringen su visibilidad y escalabilidad, a pesar del éxito de sus ventas.

El análisis subraya que el futuro crecimiento de "Seiva Postres" dependerá de su capacidad para transformar sus debilidades en oportunidades a través de una inversión estratégica en el ámbito digital. El plan de marketing digital propuesto busca precisamente esto: capitalizar el creciente uso de plataformas online y la demanda de lo artesanal, mediante una diferenciación clara y una experiencia digital optimizada. Al implementar estas estrategias, "Seiva Postres" no solo consolidará su mercado actual, sino que podrá expandirse de manera eficiente, asegurando su sostenibilidad y convirtiéndose en un referente clave en la repostería artesanal de Pasto.

Referencias

Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Principios de Marketing (18a ed.). Pearson Education.