DEFINICIÓN DE BUYER PERSONAS Y ESTRATEGIAS DIGITALES PARA "CLARA, LA REINA DE LOS POSTRES CASEROS ONLINE"

DIANA CAROLINA PAZOS CUELLAR

25 DE JUNIO DE 2025

MARKETING DIGITAL

SENA

Introducción

El éxito de un emprendimiento digital depende en gran medida de un profundo entendimiento de su audiencia. Este documento define dos perfiles de cliente clave para un negocio de postres online: el buyer persona positivo, que representa al cliente ideal, y el buyer persona negativo, que identifica a aquellos que no son el público objetivo. Adicionalmente, se proponen estrategias de contenido y modelos de interacción social digital, fundamentales para construir recordación de marca y visibilidad. Estos perfiles se basan en el caso ficticio de Clara, una ama de casa emprendedora en la venta de postres por internet.

Desarrollo

1. Buyer Persona Positivo: "Clara, la Reina de los Postres Caseros Online"

Clara es una mujer de **33 años**, en **unión libre y con 2 hijos**, viviendo en una **ciudad pequeña** (Pasto, Nariño). Posee **ingresos medios** y su vida diaria se divide entre el cuidado familiar y su negocio de repostería online. Es una **compradora online habitual** de todo tipo de productos, buscando **conveniencia, calidad y buena relación calidad-precio**. Sus valores se centran en la familia, el esfuerzo y la independencia. Aspira a expandir su obrador y ofrecer talleres, mientras teme el desequilibrio entre su negocio y su vida personal. Valora mucho el **ahorro de tiempo y la practicidad**.

2. Buyer Persona Negativo: "El Cliente Exigente Impaciente"

Este perfil representa a un cliente que **no encaja con la propuesta de valor** del negocio de Clara.

- **Edad/Contexto:** Podría ser una persona joven, sin hijos o con otro estilo de vida, o un negocio grande que busca proveedores a gran escala.
- **Ingresos:** Ingresos muy bajos o muy altos, que no valoran la relación calidad-precio de un producto artesanal.
- **Comportamiento de compra:** Prefiere grandes superficies, tiendas físicas con experiencia de compra inmediata o servicios de entrega ultrarrápidos que el pequeño emprendimiento de Clara no puede ofrecer. No valora el carácter artesanal o personalizado.
- **Valores:** La impaciencia, la búsqueda de lo más barato sin importar la calidad o el origen, o la exigencia de un servicio corporativo.
- **Actividades/Intereses:** No consume productos caseros ni apoya pequeños emprendimientos. Busca soluciones industriales y masivas.
- **Motivación:** No busca la calidez o el toque personal que Clara ofrece, sino eficiencia masiva y precios bajos a toda costa.

3. Estrategias de Contenido para Recordación de Marca

Para que la marca de Clara sea recordada, se sugiere:

- **Contenido Visual Atractivo:** Fotografías y videos de alta calidad de los postres, mostrando el detalle, la frescura y la pasión en su elaboración. (Ej. "El proceso detrás de nuestra torta de chocolate").
- **Recetas y Consejos Sencillos:** Compartir tips básicos de repostería casera o variaciones de sus productos estrella, creando valor más allá de la venta. (Ej. "3 trucos para un bizcocho esponjoso").
- **Historias Personales (Storytelling):** Compartir la historia de Clara, cómo inició, los desafíos y éxitos. Humaniza la marca y conecta emocionalmente. (Ej. "De la cocina de casa a tu corazón: Mi viaje emprendedor").
- **Contenido Interactivo:** Encuestas, preguntas y concursos relacionados con postres o celebraciones. (Ej. "¿Cuál es tu sabor favorito para un cumpleaños?").
- **Testimonios y Reseñas:** Publicar las opiniones y fotos de clientes satisfechos, generando confianza y prueba social.

4. Modelo de Interacción Social para Ganar Visibilidad en Medios Digitales

Clara puede potenciar su visibilidad con un enfoque estratégico en sus canales clave:

- **Instagram (Principal):**

    - **Publicaciones Regulares:** Post diarios de postres terminados, el "detrás de cámaras" de la preparación, y reels/videos cortos con transiciones atractivas.
    - **Stories Dinámicas:** Encuestas interactivas, preguntas y respuestas sobre postres, y momentos del día a día de Clara (sin exponer excesivamente a la familia).
    - **Lives Ocasionales:** Sesiones breves de repostería en vivo, Q&A con la audiencia o lanzamientos de nuevos productos.
    - **Colaboraciones:** Alianzas con otros pequeños negocios locales (ej. floristerías, tiendas de regalos) o micro-influencers de su ciudad.
    - **Hashtags Estratégicos:** Uso de #postrescaseros #reposteríaartesanal #[TuCiudad]Emprende #DulcesMomentos.
- **WhatsApp Business:**
    - **Catálogo de Productos:** Mantener un catálogo actualizado y de fácil consulta.
    - **Listas de Difusión:** Enviar promociones especiales o novedades a clientes frecuentes (con su consentimiento).
    - **Atención al Cliente Personalizada:** Resolver dudas y tomar pedidos de forma rápida y amable.
- **Pinterest (Secundario/Inspiración):**
    - **Creación de Tableros:** Tableros con ideas de decoración de postres, inspiración de eventos, y fotos de sus propios productos para dirigir tráfico a Instagram o WhatsApp.
- **Interacción Activa:** Responder a todos los comentarios y mensajes de forma rápida y personalizada. Participar en conversaciones relevantes en grupos de su nicho. Fomentar el contenido generado por el usuario (UGC) pidiendo a los clientes que compartan fotos de sus postres.

Buyer persona de la empresa	Clara
Producto o servicio	Venta de postres
Fecha de elaboración	26/07/2025
Caracterización	Variables a considerar – Informacion obtenida
INFORMACION DEMOGRAFICA	**Estado Civil:** Unión libre **Etapa Familiar:** Vive en familia con 2 hijos (Sofía, 7 años; Leo, 4 años). **Actividades Diarias:** Se dedica principalmente a las labores del hogar y a la gestión y producción de su emprendimiento de venta de postres por internet. Sus días incluyen el cuidado de sus hijos (llevarlos y recogerlos del colegio, comidas, tareas), la preparación de postres, la gestión de pedidos online (Instagram, WhatsApp) y la coordinación de entregas. **Edad:** 33 años **Ubicación:** Un acogedor barrio en Pasto, Nariño, Colombia (una ciudad pequeña). **Ingresos:** Medios, complementados por las ganancias de su negocio de postres. **Distribución y Frecuencia de Compra:** Compra principalmente online. Es una compradora habitual de ingredientes especiales para sus postres, artículos para el hogar y ropa para los niños, buscando conveniencia, variedad y buena relación calidad-precio.
INTERESES GENERALES	P**erfil de Consumidor:** Clara es una **compradora online habitual y práctica**. Valora la **conveniencia, la variedad y la relación calidad-precio**. Es una consumidora que se toma el tiempo de investigar, prestando atención a las **reseñas de otros usuarios** antes de tomar una decisión de compra. Busca soluciones que le ahorren tiempo y simplifiquen su día a día.

	Valores: Sus valores principales giran en torno a la **familia, el esfuerzo y la independencia económica**. Valora la **creatividad y la pasión** en lo que hace, la **calidad** de sus productos y el **buen servicio al cliente**. La **flexibilidad** para manejar su tiempo entre su emprendimiento y su rol de madre y esposa es fundamental para ella. **Intereses:** **Repostería y Cocina:** Es su pasión y el centro de su emprendimiento. Está constantemente buscando nuevas recetas, técnicas e ideas para innovar en sus postres. **Emprendimiento y Negocios Digitales:** Le interesa cómo crecer su negocio online, la gestión de pedidos y la presencia en redes sociales como Instagram y WhatsApp. **Vida Familiar y Crianza:** Como madre de dos hijos, sus intereses también se centran en el bienestar y desarrollo de su familia. **Decoración del Hogar:** Muestra interés en embellecer su espacio familiar. **Vínculos Afectivos:** Su esposo Miguel y sus dos hijos, Sofía y Leo, son sus **vínculos afectivos más importantes**. Son su principal motivación y apoyo. También valora la conexión con sus **clientes**, ya que le encanta ver la alegría que sus productos les brindan. **Con Quién se Identifica:** Se identifica con **otras madres emprendedoras** que logran balancear su vida familiar con sus proyectos profesionales. También podría identificarse con **pequeños negocios locales que han logrado éxito online**. Busca inspiración en chefs reposteros reconocidos o influencers de repostería casera. **Cuáles son sus Fortalezas:** **Perseverancia:** No se rinde ante los desafíos de emprender. **Habilidad en Repostería:** Tiene un talento natural y una "mano especial" para los dulces. **Creatividad:** Constantemente innova en sus recetas y presentaciones.

	Orientación al Cliente: Se preocupa por la satisfacción de quienes compran sus postres. **Capacidad de Organización:** Logra manejar las demandas de su hogar y su negocio. **Metas Personales a Corto Plazo:** Ampliar su oferta de postres, quizás introduciendo nuevas líneas o sabores. Invertir en mejores herramientas y equipos de repostería para optimizar su producción. Mejorar la visibilidad y el alcance de su negocio en Instagram y WhatsApp. **Metas Personales a Largo Plazo:** Tener un **pequeño obrador propio**, un espacio dedicado exclusivamente a su negocio, separado de su cocina. Posiblemente, **ofrecer talleres de repostería** para otras personas, especialmente para madres que, como ella, buscan emprender. Establecer su marca de postres como un referente de calidad y sabor en su ciudad y zonas cercanas. **Temores más Grandes:** Su mayor temor es **no poder equilibrar el crecimiento de su negocio con las demandas de su vida familiar**. Teme que el éxito de su emprendimiento la aleje del tiempo y la atención que quiere dedicar a sus hijos y esposo. También le preocupa la presión de tener que innovar constantemente para no quedarse atrás en el mercado digital. **Qué Facilita su Vida:** Las **plataformas de compra online** que le ahorran tiempo y le dan acceso a productos específicos. Los **tutoriales y blogs de repostería online** que la ayudan a aprender y mejorar. El **apoyo de su esposo Miguel** en la logística y el ánimo constante.

	Servicios de **mensajería o delivery locales** que le permiten entregar sus productos. Herramientas de comunicación como **WhatsApp e Instagram** para gestionar su negocio.
ESTILO DE VIDA Y CONSUMO	Arte y Entretenimiento Clara, al estar inmersa en su negocio y la vida familiar, busca entretenimiento que pueda **integrar fácilmente en su rutina** o que le sirva de inspiración. **Programas de TV:** Es probable que disfrute de programas de televisión que la relajen después de un largo día, quizás **series de comedia ligeras, realities de cocina o repostería**, o programas de decoración del hogar. No tiene mucho tiempo para ver televisión en vivo, por lo que las **plataformas de streaming** (Netflix, Disney+, etc.) son su mejor aliado, permitiéndole ver contenido a su propio ritmo. **Música Predilecta:** Su elección musical podría variar según la actividad. Mientras hornea, quizás escuche **pop latino alegre, música instrumental relajante o podcasts inspiradores sobre emprendimiento**. Para momentos de ocio, podría inclinarse por éxitos contemporáneos o baladas románticas que le traigan recuerdos. **Pasatiempos:** Además de la repostería, que ya es su pasión y su trabajo, sus pasatiempos son limitados por el tiempo. Disfruta de **actividades caseras con sus hijos**, como ver películas familiares o juegos de mesa. También encuentra un pasatiempo en la **decoración de su hogar**, buscando ideas y DIY (hazlo tú misma) online. **Deportes:** No es una deportista regular debido a su apretada agenda. Sin embargo, podría interesarle seguir deportes que disfrute su esposo o hijos, o quizás caminatas ocasionales en familia para despejarse. Revistas y Medios Escritos El consumo de medios escritos de Clara es principalmente **digital y enfocado a sus intereses y necesidades**: **Revistas:** Aunque no compra revistas físicas con regularidad, podría leer **versiones digitales de revistas de cocina, repostería o decoración del hogar**. También estaría interesada

	en artículos o secciones sobre **emprendimiento femenino, consejos para madres o gestión del tiempo**. **Medios Escritos (online):** Sigue **blogs especializados en repostería** (tanto nacionales como internacionales), **páginas de recetas**, foros de emprendedores y sitios web que ofrecen consejos prácticos para el hogar y la familia. La información que busca debe ser **relevante, práctica y de fácil acceso**. Redes Sociales y Páginas Web Aquí es donde Clara pasa una parte significativa de su tiempo online, tanto para su negocio como para su vida personal: **Redes Sociales:** **Instagram:** Es su plataforma principal para su negocio de postres, tanto para mostrar sus creaciones como para recibir pedidos. También la usa para seguir a otros reposteros, chefs, influencers de hogar y marcas de ingredientes. **WhatsApp:** Es crucial para la comunicación directa con sus clientes, la gestión de pedidos y la coordinación de entregas. También lo usa para comunicarse con su familia y grupo de madres. **Facebook:** Aunque quizás no sea su plataforma principal para interacción personal, podría estar en grupos de Facebook de su comunidad, de madres emprendedoras o de amantes de la repostería, buscando consejos o compartiendo experiencias. **Pinterest:** Es una herramienta invaluable para Clara, donde busca inspiración para decoración de postres, ideas de recetas, manualidades para niños y organización del hogar. **Páginas Web:** Visita frecuentemente **tiendas online de ingredientes y utensilios de repostería**, sitios de noticias locales (para estar al tanto de su comunidad), y **plataformas de tutoriales** como YouTube para aprender nuevas técnicas de cocina o decoración. Vacaciones, Viajes de Trabajo y Eventos **Vacaciones/Viajes de Trabajo:** Los viajes son limitados y muy planeados debido a los niños y el negocio. Sus vacaciones ideales serían **escapadas familiares cortas** a lugares cercanos que ofrezcan actividades para niños o experiencias gastronómicas interesantes. Los viajes de trabajo no son comunes, pero podría

	considerar asistir a **ferias o talleres de repostería** si no implican una ausencia prolongada de casa. **Eventos que no se puede perder:** **Cumpleaños de sus hijos y su esposo:** Son eventos familiares sagrados. **Fechas especiales y festividades:** Día de la Madre, Navidad, San Valentín, etc., que son cruciales para su negocio de postres. **Eventos escolares o actividades de sus hijos:** Siempre intenta estar presente en las presentaciones o eventos del colegio. Posiblemente, **ferias artesanales o mercados locales** donde pueda exponer y vender sus productos, si el formato se adapta a su disponibilidad.
COMPRAS	**Lugares donde prefiere comprar:** Principalmente **online** (plataformas de e-commerce, tiendas especializadas en repostería y hogar, mercados virtuales). Para compras locales esenciales, supermercados de su ciudad pequeña. **Marcas que compra:** Tiende a buscar **marcas que ofrezcan buena relación calidad-precio**, especialmente en ingredientes para sus postres. También marcas de confianza para productos del hogar y ropa de niños. Es probable que compre en marcas conocidas que ofrezcan **envío a su ubicación** o en **pequeños proveedores online** que valoren la artesanía. **Marca aspiracional que desearía adquirir:** Podría aspirar a tener utensilios de repostería de **alta gama** (ej. KitchenAid), o productos tecnológicos que automaticen parte de su trabajo, como una impresora de alimentos avanzada. En general, marcas que representen **eficiencia, durabilidad y prestigio** en su ámbito. **Nivel de sensibilidad a las propuestas del producto o servicio:** Clara es **altamente sensible a propuestas que ofrezcan conveniencia, ahorro de tiempo, calidad comprobada y que resuelvan un problema específico** en su vida familiar o en su negocio. También es sensible a ofertas y promociones que le permitan maximizar su presupuesto de ingresos medios. Valora la **autenticidad y la transparencia** en la comunicación de las marcas. **Poder de decisión sobre la compra:** Tiene un **alto poder de decisión** en la mayoría de las compras relacionadas con su negocio y el hogar. Para compras grandes o inversiones

	familiares, probablemente lo **consulta con su esposo Miguel**, aunque su opinión es muy influyente dado su rol en la gestión del hogar y el emprendimiento.
UN DIA EN LA VIDA	**Mañana (6:00 AM - 12:00 PM):** Inicia temprano preparando el desayuno familiar y organizando a los niños para el colegio. Una vez que los deja, su cocina se activa: **horas de horneado y decoración** de postres para los pedidos del día. **Mediodía (12:00 PM - 2:00 PM):** Aprovecha la hora del almuerzo de los niños o su siesta para gestionar su negocio: **revisar pedidos en Instagram/WhatsApp, responder mensajes, coordinar entregas** y, quizás, hacer alguna compra online de ingredientes. **Tarde (2:00 PM - 7:00 PM):** Recoge a sus hijos del colegio, les ayuda con las tareas y prepara la cena. Durante este tiempo, también **empaca los postres cuidadosamente** para la entrega. Miguel, su esposo, a menudo ayuda con la logística de la entrega al volver del trabajo. **Noche (7:00 PM en adelante):** Cena en familia. Una vez que los niños están acostados, Clara puede dedicar un tiempo a **investigar nuevas recetas, ver tutoriales online** de repostería, o simplemente relajarse con una serie en streaming o con su esposo.
UN FIN DE SEMANA	Sábado: Entre Encargos Especiales y Momentos Familiares El sábado comienza un poco más relajado, quizás con un desayuno más pausado en familia. Sin embargo, este día suele ser el de **mayor volumen de pedidos especiales**, como tortas de cumpleaños o postres para eventos. Clara dedica la mañana a **perfeccionar estas creaciones**, asegurándose de que cada detalle sea impecable. Mientras tanto, Miguel, su esposo, se encarga de entretener a los niños, quizás llevándolos al parque o al centro comercial para que Clara tenga espacio para concentrarse. Por la tarde, es el momento de las **entregas o recogidas**. Si Miguel está libre, la ayuda distribuyendo los pedidos. Luego, la familia se reúne para una **actividad de ocio sencilla**: una película en casa, juegos de mesa o una visita a algún familiar. La cena suele ser casera y compartida. Clara quizás dedica un breve tiempo antes de dormir a planificar la producción de la semana siguiente o a buscar inspiración en **Pinterest**.

	Domingo: Día de Familia y Preparación Estratégica El domingo es el día más sagrado para Clara y su familia. La mañana se dedica a **actividades en conjunto que refuercen los lazos familiares**: ir a misa si son religiosos, visitar a los abuelos, o una salida a algún lugar cercano en Pasto o sus alrededores, como una finca. La idea es desconectar del trabajo. Por la tarde, mientras los niños juegan o descansan, Clara realiza algunas **actividades de preparación clave para su negocio**, pero sin la presión de la producción diaria: **-Planificación del Menú Semanal:** Decide qué postres ofrecerá, basándose en la demanda y la disponibilidad de ingredientes. **-Gestión de Inventario:** Revisa qué ingredientes necesita y arma la lista de compras online. **-Contenido para Redes Sociales:** Prepara fotos y publicaciones para Instagram de los postres que producirá en la semana, buscando mantener la interacción con su audiencia. **-Experimentación (ocasional):** Si tiene un poco de tiempo y ganas, podría probar una nueva receta o técnica que vio en un tutorial.

Referencias

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principios de Marketing*. Pearson Educación. (Adaptado para conceptos de marketing y segmentación de mercado).
- HubSpot. (s.f.). *Cómo crear un buyer persona*. Recuperado de https://blog.hubspot.es/marketing/crear-buyer-persona (Referencia conceptual para la construcción de buyer personas).
- Social Media Examiner. (s.f.). *Guías y consejos sobre estrategias de contenido y redes sociales*. Recuperado de https://www.socialmediaexaminer.com/ (Referencia conceptual para estrategias de marketing digital).