# INFORME MATRIZ DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO EMPRESA DE GELATINAS ARTESANALES “GELAPASTELES KRYS”

**DIANA PAOLA CADENA BUSTAMANTE**

**SENA**

**MARKETING DIGITAL.**

**3260803**

**BRIGIDE MONROY OLMOS**

**01 DE JULIO DE 2025**

**PAIPA -BOYACÁ**

# INTRODUCCIÓN

El presente documento expone un análisis estratégico Digital para GelaPasteles Krys, una empresa dedicada a la elaboración de gelatinas artísticas y pasteles personalizados para toda la comunidad en general. Dada la creciente competencia en el mercado digital y los cambios en el comportamiento del consumidor, este plan tiene como objetivo optimizar la presencia online de la marca, captar nuevos clientes y fidelizar a los ya existentes,

A partir de un análisis estratégico interno y externo, se definen objetivos SMART, estrategias de promoción y ventas, y el modelo de las cinco fuerzas de Porter, el Desarrollo de la matriz FLOR, y Se identifican también los segmentos de mercado clave, estableciendo una ruta clara para el posicionamiento digital de la marca.

**3.1 Actividad de aprendizaje**

## 1. PLANIFICAR VARIABLES DE MERCADEO PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE LA ESTRATEGIA ONLINE.

- **Reseña histórica de Gelapasteles Krys**

GelaPasteles Krys nació en 2016 como un pequeño emprendimiento familiar en la ciudad de Paipa, Boyacá. Inició con la producción artesanal de gelatinas decorativas para eventos infantiles y, gracias a su originalidad y sabor, pronto amplió su oferta para incluir pasteles personalizados para cumpleaños, bodas y celebraciones especiales. La empresa fue vos a vos, atrayendo a un público que buscaba opciones creativas, visualmente atractivas y deliciosas. En la actualidad, GelaPasteles cuenta con un taller de repostería, servicio de pedidos en línea y presencia activa en plataformas digitales, lo que le ha permitido expandirse a nivel regional.

- **Misión**

Brindar productos de repostería artística que combinan sabor, calidad y creatividad, superando las expectativas de nuestros clientes y siendo parte de sus momentos más especiales.

- **Visión**

Ser reconocidos a nivel nacional como una empresa líder en gelatinas y pasteles personalizados, destacando por la innovación, el sabor y el diseño en cada creación.

- **Objetivos**

Expandir la presencia digital para aumentar las ventas en línea., Incorporar nuevos diseños y técnicas en gelatinas y pasteles. Mejorar los tiempos de entrega sin comprometer la calidad del producto. Participar en ferias gastronómicas y exposiciones de repostería.

- **Necesidades del mercado que satisface**

GelaPasteles cubre la demanda de:

Repostería personalizada para eventos sociales.

Opciones creativas y visualmente atractivas para regalos comestibles.

Alternativas artesanales frente a productos industrializados.

Productos aptos para dietas especiales (opcional: sin azúcar, sin gluten, etc.).

- **Productos o servicios que ofrece**

Gelatinas artísticas personalizadas (en 3D, florales, infantiles).

Pasteles temáticos y decorados por pedido. Postres para mesas dulces (vasitos de gelatina, mini pasteles, etc.) Servicio de entrega local y asesoría para elegir el diseño ideal.

## 2. PRESENCIA EN EL ENTORNO DIGITAL

Instagram: Con más de 20,000 seguidores, es el principal canal de exposición visual, con publicaciones constantes de nuevos diseños.

Facebook: Utilizado para interacción con clientes, gestión de pedidos y promoción de sorteos o descuentos.

WhatsApp Business: Canal directo para pedidos, cotizaciones y atención al cliente.

TikTok (emergente): Videos de elaboración y decoración, con enfoque viral y educativo.

- **Análisis del Entorno Externo (PEST)**

| Entorno | Descripción |
|---|---|
| **Político** | - Normas sanitarias estrictas para alimentos.- Necesidad de permisos para operar, Programas de apoyo a microempresas o emprendimientos. |
| **Económico** | - Aumento en el costo de insumos (leche, azúcar, frutas).- Inflación afecta el poder adquisitivo del cliente.- Alta competencia informal en el mercado. |
| **Sociocultural** | - Tendencia creciente a celebrar eventos personalizados.- Mayor interés por productos artesanales y hechos a mano.- Consumidores valoran la estética y originalidad en los postres. |
| **Tecnológico** | Uso de redes sociales como principal canal de venta.- Herramientas digitales para diseño gráfico y decoración. |

- **Análisis del Entorno Interno**

| Elemento | Descripción |
|---|---|
| **Segmento de Clientes** | - Familias con hijos.- Jóvenes adultos que organizan eventos.- Organizadores de fiestas |
| **Principales Competidores** | - Reposterías locales con venta personalizada.- Emprendedores que venden desde casa por redes sociales. |
| **Proveedores** | - Mayoristas de productos de repostería.- Tiendas especializadas en decoración de pasteles.- Proveedores locales de frutas, gelatina, leche y harinas. |
| **Intermediarios** | Redes sociales (Instagram/Facebook) como canal de contacto. |
| **Grupos de Interés** | Clientes.- Familiares o empleados.- Proveedores.- Comunidad local (vecinos, eventos, ferias). |
| **Áreas Funcionales** | Producción (Marketing y ventas (gestión de redes y promociones).- Atención al cliente (WhatsApp y redes).- Finanzas (control de ingresos, egresos y costos). |

- **Matriz FLOR de GelaPasteles Krys**

| | |
|---|---|
| **Fortalezas**<br>- Producto original, artesanal y visualmente atractivo.- Buena reputación local.- Presencia activa en redes sociales.- Atención personalizada. | **Limitaciones**<br>- Capacidad limitada de producción.- Falta de automatización.- No cuenta con tienda física (si aplica).- Depende mucho del entorno digital informal. |
| **Oportunidades**<br>- Creciente interés por productos personalizados.- Mayor demanda en fechas especiales.- Posibilidad de expandirse a otras ciudades | **Riesgos o Amenazas**<br>- Competencia informal y desleal.- Aumento de precios en insumos.- Cambios en algoritmos de redes sociales.- Saturación del mercado digital. |

- **Diagnóstico de la Situación Actual**

A partir del análisis anterior y la matriz FLOR, se puede diagnosticar que: GelaPasteles Krys se encuentra en una posición favorable, gracias a su diferenciación basada en productos personalizados, su fuerte conexión con clientes vía redes sociales y su enfoque artesanal. Sin embargo, enfrenta limitaciones estructurales, como una producción poco escalable y una fuerte dependencia del canal digital informal (Instagram y WhatsApp sin tienda en línea robusta). Existen grandes oportunidades de crecimiento, especialmente mediante alianzas, venta en plataformas de entrega, desarrollo de nuevos productos, y expansión digital (sitio web propio). Debe prepararse para mitigar amenazas externas, como el aumento de la competencia informal, la inflación y posibles cambios en las plataformas digitales que afecten su visibilidad.

## 3. PLAN DE MARKETING DIGITAL – GELAPASTELES

- **Objetivos de Marketing Digital (Modelo SMART)**

**S (Específico):** Aumentar la visibilidad digital y captar más clientes en redes sociales.

**M (Medible):** Incrementar en un 30% los seguidores en Instagram y en un 25% las ventas online.

**A (Alcanzable):** Utilizando campañas pagadas en redes sociales y contenido atractivo.

**R (Relevante):** Mejora el posicionamiento de GelaPasteles Krys y contribuye al crecimiento de ingresos.

**T (Temporal):** Alcanzar estos objetivos en un plazo de 6 meses.

- **Estrategias Competitivas (Modelo de las 5 Fuerzas de Porter)**

| Fuerza de Porter | Estrategia Competitiva de GelaPasteles Krys |
|---|---|
| **Rivalidad entre competidores** | Diferenciación a través de diseños únicos y atención personalizada. |
| **Amenaza de nuevos entrantes** | Fortalecer la marca mediante contenido de valor y fidelización. |
| **Poder de los clientes** | Ofrecer combos, descuentos y sistema de referidos para retener clientes. |
| **Poder de los proveedores** | Diversificar proveedores y comprar insumos a granel. |
| **Productos sustitutos** | Ofrecer valor agregado: gelatinas 3D, dietéticas, y regalos personalizados. |

- **Estrategias de Promoción y Ventas**

| Tipo de Estrategia | Descripción |
|---|---|
| **Redes Sociales** | Publicaciones constantes en Instagram, Facebook y TikTok: reels de elaboración, sorteos. |
| **Publicidad pagada** | Campañas en Facebook e Instagram dirigidas a mujeres de 25-45 años interesadas en repostería y eventos. |
| **Email Marketing** | Boletín mensual con promociones, lanzamientos y tips de decoración. |
| **Alianzas Locales** | Colaboración con salones de eventos y decoradores. |
| **Marketing de Contenidos** | Tutoriales, lives de elaboración, concursos, recetas sencillas en video. |
| **Promociones por temporada** | Ofertas en fechas clave: Día de la Madre, Navidad, San Valentín, cumpleaños. |

## 4. SEGMENTO DEL MERCADO Y PÚBLICO OBJETIVO

**Segmentación Geográfica:** Paipa y sus alrededores regionales.

**Segmentación Demográfica:**

- Mujeres y hombres de 25 a 45 años.
- Padres de familia, organizadores de eventos, emprendedores.

**Segmentación Psicográfica:**

- Personas que valoran la personalización, la creatividad y el detalle.
- Enfocados en celebraciones especiales y regalos originales.

**Segmentación Conductual:**

- Compras por redes sociales.
- Recurrentes en fechas especiales.
- Buscan atención personalizada y productos únicos.

## 5. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Con base en el diagnóstico previo:

- GelaPasteles Krys tiene un producto diferenciado, visualmente atractivo y altamente demandado en contextos sociales y festivos, la empresa opera con una base sólida en redes sociales, pero necesita profesionalizar su estrategia digital (sitio web, campañas pagadas, automatización), hay grandes oportunidades de expansión a través de canales online, alianzas estratégicas y promoción estacional, su público objetivo está bien definido, lo que permite crear campañas muy específicas y efectivas. La amenaza de competidores informales se puede contrarrestar con fidelización y calidad constante.se recomienda implementar una estrategia digital escalable y sostenible, integrando herramientas de mejora continua y experiencia al cliente.

## CONCLUSIONES

Investigarla un planteamiento en  marqueting digital de una empresa de gelapasteles fue muy gratificante porque  obtuve muchos conocimientos para realizar mi propio emprendimiento en gelapasteles, puedo concluir que mantener un orden y un proceso táctico de un buen marqueting es la mejor manera de ver la visión a un negocio, promocionarlo, y sacarle frutos más reales.

## REFERENCIAS


https://www.investopedia.com/terms/d/digital-marketing.asp

https://www.advocacyincubator.org/news/2024-07-12-whos-report-on-digital-marketing-restrictions-and-ghais-participation-in-its-launch

https://digitk.areandina.edu.co/server/api/core/bitstreams/9248182d-3efb-452a-8af3-7dcdacb73f1f/content

https://www.senasofiaplus.edu.co/