



**DISEÑO Y CREACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING Y PORTAL WEB PARA LA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MAQUILLAJE "MARILLAJE"**

# **LIBRO DEL PROYECTO**

**ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS**

Universidad El Bosque

## **PROYECTO**

**DISEÑO Y CREACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING Y PORTAL WEB PARA LA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MAQUILLAJE "MARILLAJE"**

## **NOMBRES DE ESTUDIANTES**

TDG-2021-2- [003]

Mayerly Tatiana Pineda Bautista

Luisa Catalina Rodríguez Rodríguez

Bogotá, julio de 2022

## Contenido

1	ÍNDICE DE TABLAS .....	4
2	DEDICATORIA .....	5
3	AGRADECIMIENTOS .....	6
4	RESUMEN EJECUTIVO: .....	7
5	ABSTRACT.....	7
6	CAPÍTULO 1: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	8
6.1	Descripción del proyecto	8
6.2	Objetivos principales del proyecto	8
6.3	Justificación	8
7	CAPÍTULO 2: PROCESOS DE INICIACIÓN.....	10
7.1	Acta de constitución del proyecto o fase	10
7.2	Identificación de grupos de interesados.	10
8	CAPÍTULO 3: PROCESOS DE PLANEACIÓN.....	12
8.1	Procesos de Planeación de la Gestión del Alcance	12
8.2	Procesos de Planeación de la Gestión de Cronograma	12
8.3	Procesos de Planeación de la Gestión de costos	12
8.4	Procesos de Planeación de la Gestión de la calidad del proyecto	13
8.5	Procesos de Planeación de la Gestión de recursos	13
8.6	Procesos de Planeación de la Gestión de las comunicaciones	13
8.7	Procesos de Planeación de la Gestión de riesgos	13
8.8	Procesos de Planeación de la Gestión de interesados	14
8.9	Acta de cierre de planeación	14
9	CAPÍTULO 4: PROCESOS DE EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO, CONTROL Y CIERRE.....	15
9.1	Informes de gestión de cambios del proyecto	15
9.2	Informes de avance del proyecto	15
9.3	Tablero final de indicadores del proyecto.	15
9.4	Informe de cierre	15
9.5	Acta de cierre del proyecto	16
10	EVIDENCIAS DEL PRODUCTO.....	17
10.1	Portal Web	17



**DISEÑO Y CREACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING Y PORTAL WEB PARA LA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MAQUILLAJE "MARILLAJE"**

10.2	Estrategia de marketing	17
11	ANEXOS .....	18

## 1 ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Identificación de Interesados .....	10
Tabla 2. Plan de Gestión del Alcance.....	12
Tabla 3. Plan de Gestión del Cronograma.....	12
Tabla 4. Plan de la gestión de Costos .....	13
Tabla 5. Plan de la Gestión de Riesgos .....	14

## **2 DEDICATORIA**

Queremos dedicar este trabajo a Dios quien ha sido nuestra guía, fortaleza y su mano de fidelidad y amor han estado con nosotras hasta el día de hoy. Nuestros padres, Ana Tulia Bautista, Pedro Antonio Pineda y Lidia Amparo Rodríguez, Luis Enrique Rodríguez, quienes con su amor, paciencia y esfuerzo nos han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en nosotras el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está nosotras siempre.

A Luis Fernando Morales quien nos apoyó con sus conocimientos, consejos y palabras de aliento que permitieron finalizar el proyecto.



**DISEÑO Y CREACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING Y PORTAL WEB PARA LA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MAQUILLAJE "MARILLAJE"**

### **3 AGRADECIMIENTOS**

En primera instancia queremos agradecer a nuestra tutora Jalime Elhadem, quien con sus conocimientos, paciencia, constancia y consejos nos guio durante todas las etapas del proyecto.

A nuestros profesores a quienes les debemos nuestros conocimientos que a partir de ahora esperamos nutrir y poner en practica en nuestras vidas y trabajos.

A nuestros padres y pareja que nos brindaron el apoyo, y moral cuando mas los necesitamos y gracias a ellos pudimos culminar este trabajo.

**DISEÑO Y CREACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING Y PORTAL WEB PARA LA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MAQUILLAJE "MARILLAJE"**

#### **4 RESUMEN EJECUTIVO:**

A continuación, se evidencian el desarrollo para cada una de las etapas del proyecto (Inicio, planeación, ejecución, control y cierre), en cada una de ellas se enlazan las evidencias a través de documentos.

En cada etapa se detalla el proceso que se llevo a cabo para dar cumplimiento a los requisitos de producto y de proyecto, los cuales permitieron culminar el proyecto con éxito.

Adicionalmente, se contempla la trazabilidad de la ejecución del proyecto en la herramienta Trello, la cual se enlaza a continuación:

<https://trello.com/b/PR8LbOe2/tdg-2021-2-003>

#### **5 ABSTRACT**

Next, the development for each of the stages of the project (Start, planning, execution, control and closure) is evidenced, in each of them the evidence is linked through documents.

In each stage, the process that is carried out to comply with the product and project requirements, which allowed the project to be successfully completed, is detailed.

Additionally, the traceability of the execution of the project is contemplated in the Trello tool, which is linked below:

<https://trello.com/b/PR8LbOe2/tdg-2021-2-003>

## 6 CAPÍTULO 1: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

### 6.1 Descripción del proyecto

Diseñar y crear una estrategia de marketing y portal web para la empresa distribuidora de maquillaje "MARILLAJE" que le permitan mejorar su competitividad, incrementar las ventas, ampliar sus canales de distribución y abrir un espacio en el marketing digital para expandir su capacidad comercial y de ventas

### 6.2 Objetivos principales del proyecto

#### Alcance:

- Realizar el análisis del estado actual sobre la publicidad y ventas de la empresa distribuidora de maquillaje "MARILLAJE" con el fin de diseñar y crear la estrategia de marketing, usando como herramienta principal un portal web, que permita exhibir y vender el portafolio de sus productos. La cual deberá ser entregada al cliente a finales del primer semestre del año 2022.

#### Tiempo:

- Cumplir con la entrega de los resultados del proyecto en un plazo no máximo al 30 de junio de 2022, siguiendo las fechas estipuladas en el cronograma sin desviación.
- Cumplir con los hitos programados en las fechas planeadas sin desviación.

#### Costo:

- Ejecutar el proyecto bajo el presupuesto aprobado con una desviación máxima permitida del 3%.
- Cumplir con los hitos programados en las fechas planeadas sin desviación.

### 6.3 Justificación

La empresa distribuidora de Maquillaje "Maquillaje", es una empresa especializada en ofrecer productos cosméticos de la más alta calidad, resaltando la belleza de la mujer y generando una experiencia única a sus clientes. Esta empresa fue creada desde el 17 de marzo del 2020, la cual fue iniciativa desde la llegada de la pandemia.

La economía nacional disminuyó significativamente, así como lo expresa la revista Reuters: "La economía de Colombia se contrajo un histórico 6,8% en 2020, levemente inferior a lo esperado por el mercado, debido al impacto de las medidas adoptadas por el Gobierno para contener la pandemia



**DISEÑO Y CREACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING Y PORTAL WEB PARA LA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MAQUILLAJE “MARILLAJE”**

de coronavirus, informó el lunes el Departamento Nacional de Estadísticas (DANE).” (Reuters, 2021), impactando fuertemente en varios sectores económicos del país, uno de ellos, es la industria de cosméticos.

La industria de cosméticos se ha visto impactada negativamente, así como lo indica el artículo del periódico Portafolio: “Al igual que otros sectores, la industria de los cosméticos no ha salido ilesa de los efectos provocados por el coronavirus en el país. Tanto la venta como la producción de estos elementos de belleza ha disminuido un 49%, según lo revela una investigación del Observatorio de Sistema de Moda de Radar, Unimoda y Sectorial” (Portafolio, 2020). Estos efectos en la industria cosmética se deben al confinamiento generado por la pandemia, el cual obligó a las personas a trabajar desde casa, por lo tanto, muchas mujeres dejaron de maquillarse para su jornada laboral o actividades del día a día.

Así como la pandemia llegó sin previo aviso, también fue la catapulta para que la distribuidora de maquillaje “MARILLAJE”, esta fue obligada a cerrar su establecimiento comercial ubicado en el sector de Kennedy, a razón de la disminución del 50% de sus ingresos mensuales, por lo tanto, la empresa comenzó a pensar en incursionar en otras soluciones que le permitan mejorar su competitividad, incrementar las ventas, ampliar sus canales de distribución y abrir un espacio en el marketing digital para expandir su capacidad comercial y de ventas.

Por lo anterior, se busca analizar, diseñar y crear la estrategia de Marketing y portal web, que le permita a la distribuidora Marillaje posicionarse en el mercado, ofreciendo una experiencia única a sus clientes y una mayor oferta de productos, que permitirá recuperar su flujo comercial.

## 7 CAPÍTULO 2: PROCESOS DE INICIACIÓN

### 7.1 Acta de constitución del proyecto o fase

Para visualizar el acta de constitución del proyecto, en la cual se evidencian, objetivos, hitos, requerimientos, riesgos e interesados del mismo, revisar el Anexo 1

[TDG-2021-2-003-Anexo 1-Project Charter](#)

### 7.2 Identificación de grupos de interesados.

Tabla 1. Identificación de Interesados

Identificación de Interesados								
#	Interesado	Nivel de Interés	Nivel de Poder	Participación	Expectativas	Estrategias enfocadas en 3 frentes		
						Estrategia de Gestión	Estrategia Involucramiento	Estrategia Comunicación
A	Sponsor	Alto (5)	Alto (5)	Partidario	Incluir una propuesta de marketing que permita aumentar la rentabilidad de la empresa.	Se entregará una proyección de ganancias mostrando el crecimiento de la empresa a mediano y largo plazo, si se implementara la estrategia de marketing propuesta.	Se solicitará aprobación para las propuestas de diseño de la página web. Será el intermediario para la comunicación con los clientes de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se gestionará la comunicación con los interesados a través de llamadas e informes y reportes que muestren el avance del proyecto</li> <li>Se realizarán reuniones por medio de la plataforma Meet una vez finalizado cada paquete de trabajo de la EDT.</li> <li>Además, se mantendrá una comunicación constante por medio de WhatsApp.</li> </ul>
B	Gerente de proyecto	Alto (5)	Medio (4)	Líder	No Aplica	No Aplica	No Aplica	No Aplica
C	Ejecutores del Proyecto	Medio (4)	Bajo (2)	Partidario	No Aplica	No Aplica	Se realizarán reuniones donde se expondrán las ideas y se	Se realizarán reuniones por medio de la plataforma Meet dos veces por semana, para

**DISEÑO Y CREACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING Y PORTAL WEB PARA LA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MAQUILLAJE "MARILLAJE"**

							evaluarán su factibilidad.	revisión de los requerimientos del sponsor.
D	Competidores	Alto (5)	Bajo (2)	Reticente	Que la página web no tenga la acogida esperada	No Aplica	No Aplica	No Aplica
C	Usuario Final	Medio (4)	Bajo (2)	Neutral	No Aplica	No Aplica	Por medio de encuestas realizadas por Instagram donde, se les brindara la opción de elegir algunos elementos estéticos del portal web.	La comunicación será por medio del sponsor, que usará como herramienta Instagram.

## 8 CAPÍTULO 3: PROCESOS DE PLANEACIÓN

### 8.1 Procesos de Planeación de la Gestión del Alcance

Para este proyecto se tuvo que realizar un ajuste en la versión 1 del Plan de gestión del Alcance debido a que fue necesario la implementación de una solicitud de cambios que más adelante en el documento se detallara.

Para revisarlo a detalle ver la versión 1 del Plan de gestión del Alcance consultar Anexo 2 y la versión 2 consultar Anexo 3.

Tabla 2. Plan de Gestión del Alcance

Versión 1	Versión 2
<a href="#">TDG-2021-2-003-Anexo 2-Plan de Gestión del Alcance.pdf</a>	<a href="#">TDG-2021-2-003-Anexo 3-Plan de Gestión del Alcance-V2</a>

### 8.2 Procesos de Planeación de la Gestión de Cronograma

Para este proyecto se tuvo que realizar un ajuste en la versión 1 del Plan de gestión del Cronograma debido a que fue necesario la implementación de una solicitud de cambios que más adelante en el documento se detallara.

Para revisarlo a detalle ver la versión 1 del Plan de gestión de Cronograma consultar Anexo 4 y la versión 2 consultar Anexo 5.

Tabla 3. Plan de Gestión del Cronograma

Versión 1	Versión 2
<a href="#">TDG-2021-2-003-Anexo 4-Plan de Gestión de Cronograma</a>	<a href="#">TDG-2021-2-003-Anexo 5-Plan de Gestión de Cronograma-V2</a>

### 8.3 Procesos de Planeación de la Gestión de costos

Para este proyecto se tuvo que realizar un ajuste en la versión 1 del Plan de la Gestión de Costos, debido a que fue necesario la implementación de una solicitud de cambios que más adelante en el documento se detallara.

Para revisarlo a detalle ver la versión 1 del Plan de la Gestión de Costos consultar Anexo 6 y la versión 2 consultar Anexo 7.

**DISEÑO Y CREACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING Y PORTAL WEB PARA LA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MAQUILLAJE "MARILLAJE"**

Tabla 4. Plan de la gestión de Costos

<b>Versión 1</b>	<b>Versión 2</b>
<a href="#">TDG-2021-2-003-Anexo 6-Plan de Gestión de Costos</a>	<a href="#">TDG-2021-2-003-Anexo 7-Plan de Gestión de Costos-V2</a>

#### **8.4 Procesos de Planeación de la Gestión de la calidad del proyecto**

Para revisar a detalle el documento con la Planeación de la Gestión de la Calidad del Proyecto ver Anexo 8.

[TDG-2021-2-003-Anexo 8-Plan de Gestión de Calidad](#)

#### **8.5 Procesos de Planeación de la Gestión de recursos**

Para revisar a detalle el documento con la Planeación de la Gestión de los Recursos del Proyecto ver Anexo 9.

[TDG-2021-2-003-Anexo 9-Plan de Gestión de Recursos](#)

#### **8.6 Procesos de Planeación de la Gestión de las comunicaciones**

Para revisar a detalle el documento con la Planeación de la Gestión de las Comunicaciones del Proyecto ver Anexo 10.

[TDG-2021-2-003-Anexo 10-Plan de Gestión de Comunicaciones](#)

#### **8.7 Procesos de Planeación de la Gestión de riesgos**

Para este proyecto se tuvo que realizar un ajuste en la versión 1 del Plan de la Gestión de Riesgos, debido a que fue necesario la implementación de una solicitud de cambios que más adelante en el documento se detallara.

Para revisarlo a detalle ver la versión 1 del Plan de la Gestión de Riesgos consultar Anexo 11 y la versión 2 consultar Anexo 12.

**DISEÑO Y CREACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING Y PORTAL WEB PARA LA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MAQUILLAJE "MARILLAJE"**

*Tabla 5. Plan de la Gestión de Riesgos*

<b>Versión 1</b>	<b>Versión 2</b>
<a href="#">TDG-2021-2-003-Anexo 11-Plan de Gestión de Riesgos</a>	<a href="#">TDG-2021-2-003-Anexo 12-Plan de Gestión de Riesgos-V2</a>

## **8.8 Procesos de Planeación de la Gestión de interesados**

Para revisar a detalle el documento con la Planeación de la Gestión de los Interesados del Proyecto ver Anexo 13.

[TDG-2021-2-003-Anexo 13-Plan de Gestión de Interesados](#)

## **8.9 Acta de cierre de planeación**

Para revisar a detalle el acta de cierre de la planeación del proyecto, donde se evidencia cada documento que fue entregado y aprobado por el sponsor, ver Anexo 14.

[TDG-2021-2-003-Anexo 14-Acta de Cierre de Planeación](#)

## **9 CAPÍTULO 4: PROCESOS DE EJECUCIÓN, SEGUIMIENTO, CONTROL Y CIERRE**

### **9.1 Informes de gestión de cambios del proyecto**

Para ver el formato diligenciado y aprobado con los cambios y las descripciones de las consecuencias que impactarían el proyecto de ser aplicado, revisar el Anexo 15.

[TDG-2021-2-003-Anexo 15-Solicitud de Cambios](#)

### **9.2 Informes de avance del proyecto**

Para el presente proyecto se elaboraron dos informes de seguimiento, el primero el día 15 de marzo del 2022, en este informe se evidencia el seguimiento a la primera fase del proyecto. Ver Anexo16.

[TDG-2021-2-003-Anexo 16-Informe de Seguimiento-1](#)

El segundo informe tuvo como fecha de corte el día 15 de abril del año 2022, donde se evidencia el impacto del cambio en los costos del proyecto. Ver Anexo17.

[TDG-2021-2-003-Anexo 17-Informe de Seguimiento-2](#)

### **9.3 Tablero final de indicadores del proyecto.**

Para ver el documento con las métricas e indicadores aplicados para el control del proyecto ver Anexo 18.

[TDG-2021-2-003-Anexo18-Formatos de Control](#)

### **9.4 Informe de cierre**

Para este proyecto se elaboro el informe final a la fecha de 10 de junio de 2022, donde se dio por finalizadas todas las actividades y entregables del proyecto, a continuación, se adjunta el informe.

[TDG-2021-2-003-Anexo 19-Informe de Final](#)



**DISEÑO Y CREACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING Y PORTAL WEB PARA LA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE MAQUILLAJE "MARILLAJE"**

## **9.5 Acta de cierre del proyecto**

Para revisar a detalle el acta de cierre del proyecto, donde se evidencia cada documento y entregable, que fue aprobado por el sponsor, ver Anexo 20.

[TDG-2021-2-003-Anexo 20-Acta de Cierre de Proyecto](#)



## 10 EVIDENCIAS DEL PRODUCTO

### 10.1 Portal Web

Para ver el vídeo resumen con a funcionalidad completa del portal web, en donde se contemplan los diferentes requisitos solicitados por el sponsor. Ver Anexo 21.

[TDG-2021-2-003-Anexo 21-Evidencia portal web](#)

### 10.2 Estrategia de marketing

Se planteó una estrategia de marketing en donde se establece el plan adecuado para la empresa con el fin de cumplir con los objetivos propuestos. Ver Anexo 22.

[TDG-2021-2-003-Anexo 22-Estrategia de Marketing](#)

Se estableció una guía para los videos tutoriales utilizando los productos de la empresa Marillaje (Anexo 23) y se diseñó la promoción para la publicación del portal web (Anexo 24).

[TDG-2021-2-003-Anexo 23-Planeación Videos Tutoriales](#)

[TDG-2021-2-003-Anexo 24- Promoción Portal web](#)

Adicionalmente, se realizaron vídeos tutoriales utilizando los productos de la compañía. Ver Anexo 25 y Anexo 26.

[TDG-2021-2-003-Anexo 25-Video tutorial 1](#)

[TDG-2021-2-003-Anexo 26-Video tutorial 2](#)

## 11 ANEXOS

Anexo 27. Actas de las reuniones con el sponsor

[TDG-2021-2-003-Anexo 27- Actas Reunión con el Sponsor](#)

Anexo 28. Actas de reuniones con el director de Trabajo de grado

[TDG-2021-2-003-Anexo 28- Actas Reunión con el director](#)

Anexo 29. Selección de la estrategia de marketing

[TDG-2021-2-003-Anexo 29-Selección estrategia de marketing](#)

Anexo 30. Pronóstico de ventas

[TDG-2021-2-003-Anexo 30-Pronóstico de ventas](#)

Anexo 31. Mercado Objetivo

[TDG-2021-2-003-Anexo 31-Mercado objetivo](#)

Anexo 32. Funcionalidad de la página

[TDG-2021-2-003-Anexo 32-Funcionalidad de la página](#)

Anexo 33. Análisis de la situación actual de la empresa

[TDG-2021-2-003-Anexo 33-Analisis de la situación actual](#)