



**IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN E INTERACCIÓN POR MEDIO DE LAS  
REDES SOCIALES DE LA MARCA MASGLO**

TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE FORMACIÓN EMPRESARIAL

DAVID ALEJANDRO QUINTERO TORRES

BOGOTÁ, COLOMBIA  
2022



**IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN E INTERACCIÓN POR MEDIO DE LAS  
REDES SOCIALES DE LA MARCA MASGLO**

TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE FORMACIÓN EMPRESARIAL

PRESENTADO POR:

DAVID ALEJANDRO QUINTERO TORRES

PRESENTADO A:

CARLOS ARTURO TELLEZ BEDOYA

PROGRAMA DE MERCADEO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

BOGOTÁ, COLOMBIA  
2022  
**ÍNDICE**

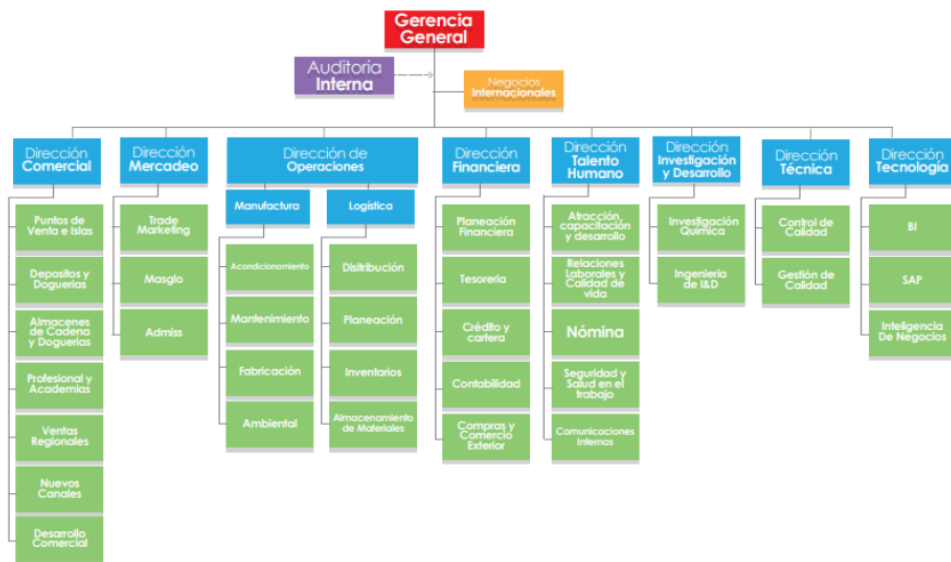
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>4</b>
<b>ANÁLISIS DEL MACROENTORNO Y MICROENTORNO</b>	<b>6</b>
Macroentorno	6
Microentorno	7
<b>Formulación del problema</b>	<b>10</b>
<b>Justificación</b>	<b>11</b>
<b>Objetivo general</b>	<b>12</b>
<b>Objetivos específicos</b>	<b>12</b>
<b>Análisis y Resultados</b>	<b>12</b>
Junio - Julio	12
Agosto - Septiembre	21
Octubre	28
<b>Conclusiones</b>	<b>32</b>
<b>Recomendaciones</b>	<b>33</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>34</b>

## **INTRODUCCIÓN**

El mundo de la belleza ha traído consigo tendencias en todo el área cosmética, lo que ha generado que las mujeres en la actualidad se preocupan bastante por el cuidado y aspecto de sus uñas, obligando a los productores de esmaltes a innovar en sus productos con respecto a calidad, variedad de tonos y nuevas características (duración y secado), para con ello, estar a la vanguardia de las tendencias del momento.

Según Perez, C. (2019) “Colombia es uno de los países con mayor consumo de esmaltes en Latinoamérica. Es el segundo país después de Argentina. Además, 89,4% de las mujeres colombianas son usuarias de esmalte y usan el producto entre una y dos veces al mes”. Lo que nos muestra una oportunidad de crecimiento en este sector, en el que, todo proceso de innovación puede lograr una diferenciación muy marcada en el mercado.

Por otro lado, Bohorquez, J. (2019), Gerente de la marca Masglo, afirma que “cuando hablamos del mercado de esmaltes en nuestro país, nos referimos a bases, tonos y brillos los cuales están enmarcados en la categoría denominada cuidado de manos y pies. En términos de valor de mercado este representa aproximadamente 18,3% de participación de ventas sobre el mercado total de lo que se denomina cosmética de color. También sabemos que dentro de la categoría para el cuidado de las manos y los pies, la subcategoría de los esmaltes de uñas participa aproximadamente con 76% de ventas, bases y brillos participan con 13% y 11% respectivamente”. Debido a esto, vemos en muchas ocasiones que las compras de los productos no son equitativas en el sentido de base, brillo y tono, ya que el consumidor no está educado de manera correcta para el uso de los productos, e igualmente para el correcto proceso de aplicación de cada uno de ellos. Este factor es un punto a revisar para las marcas de este sector, pues es necesario educar a sus consumidores para que esto mejore. Como podemos observar en la siguiente imagen, a la cabeza está la gerencia general por parte de Jorge Bohorquez, luego de ellos los auditores de la compañía y las filiales internacionales en Perú y España.



Fuente: "CeresNet organigrama empresa CERESCOS SAS" 2022

La empresa Cerescos S.A.S. es la compañía al mando de dos de las marcas más reconocidas de esmaltes en el país: Masglo y Admiss, se fundó en el año 1983 por Luis Arévalo Cuellar, con la idea de crear un producto con los mejores estándares de calidad. Aunque por un accidente en su planta tuvieron que replantearse dado que perdieron sus clientes de mayor renombre, lo que los encaminó a crear su marca insignia "Masglo" (Página Web Cerescos S.A.S., 2021)

La clave principal de estrategia y del éxito de Cerescos, como Masglo y como Admiss es, según el gerente general, Miguel Plaza, "ofrecer productos de muy buena calidad (costo y beneficio), que la gente entienda que son productos económicos pero duraderos. Estar siempre innovando, haciendo cosas nuevas en el mercado y tratando de mostrarles las nuevas tendencias o las cosas nuevas que tenemos a las manicuristas. Todos los años hacemos seminarios con ellas para mostrarles lo que está en tendencia. Nuestros 3 pilares son: innovación, calidad e información." (Revista Semana, 2017). Lo cual conlleva al propósito y cumplimiento de su misión de ser aliados de la belleza de sus clientes, dando a conocer las últimas tendencias en este sector de la belleza para con sus productos transformar vidas, usando la comunicación acertada para dar a conocer todas estas.

Las actividades a desempeñar en el área de mercadeo por parte del practicante son enfocadas en la marca Masglo, esta una de las dos marcas que maneja Cerescos S.A.S., y con el apoyo en actividades desarrolladas por la marca. (compra de muestras, envíos, material requerido para influencers, tarjetas, pintura de uñetas, organización de material, etc), gestionar salidas de producto y realizar legalizaciones de obsequios y material promocional; realizar investigaciones de categorías de interés para la marca; asistencia a reuniones con agencias para estar al tanto de las actividades; brindar apoyo y dar continuidad a su proceso de

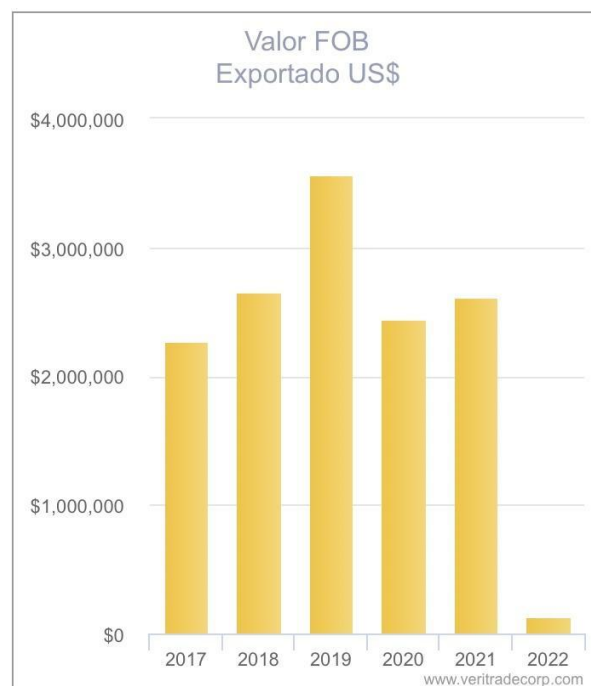
formación; coordinar el proceso de destrucción de materiales con el área encargada; realizar un informe mensual de resultados.

## ANÁLISIS DEL MACROENTORNO Y MICROENTORNO

### Macroentorno

Con respecto al sector ambiental, la normatividad de este mercado ha estado exigiendo nuevos parámetros para la producción de esta clase de productos cosméticos, en donde se evidencia que las marcas como Masglo, han comenzado a producir su línea vegana y cruelty free. Con esto pretenden empezar a incentivar el mundo de la cosmética y el apoyo al no testeo animal.

Por otro lado, la pandemia por el COVID-19 trajo con ella un bajón en las ventas en los últimos dos años por la emergencia sanitaria decretada, ya que las personas al no asistir presencialmente a sus labores, dejaron de preocuparse en gran parte por el cuidado de sus uñas. Por otro lado, la competencia ha realizado varios ajustes de imagen y referencias que se asemejan bastante a los manejados por Masglo.



Fuente: "Comercio exterior importaciones y exportaciones de CERESCOS SAS", Veritrade, 2020

Lo cual según la gráfica podemos observar, como se mencionaba, que para el año 2020 el nivel de exportación bajó debido a la pandemia del COVID-19, por ello afectó significativamente a la compañía e igualmente a toda la industria de la belleza en el país. Según Girón, M.I. (2020) 'De hecho, el Fondo Monetario Internacional ha establecido que la economía mundial, derivado de la paralización de las actividades económicas, ha entrado en una recesión mayor a la crisis financiera de 2008'. (p.4). Razón por la cual no solo el sector de la belleza sino todos los sectores se han visto afectados y están saliendo en estos momentos de la crisis del año 2020-2021. Aunque la compañía Cerescos, logró reactivarse de manera rápida por la producción de productos sanitarios que ayudaban con la prevención del Covid.19 como el alcohol.

Con respecto al sector cultural y social, Masglo ha tenido algunas polémicas, en ocasiones por sus característicos nombres como lo son "fufurufa", "zangana", "bandida" etc.. Ya que, en ocasiones, las mujeres se han sentido discriminadas por esta clase de nombres en las referencias de los esmaltes de la marca, por lo que, la empresa se ha tenido que replantear en cambiar estos nombres para evitar esta controversia. Pero lo que para unos es discriminatorio, para otros es solo un simple nombre que genera recordación y es un diferencial en este sector de la belleza.

La política del país no ha sido un factor que afecte el sector cosmético de los esmaltes por ahora, pero claro está que esto ha sido por la regulación y el fortalecimiento de lazos con otros países para la exportación de productos nacionales, permitiendo con ello la internacionalización, como lo ha venido desarrollando Masglo en su proceso con Perú y España. En los cuales ya tiene sus filiales que son Ceresinka y Masgloiberica, con estas buscan abarcar de una mejor manera todo el sector de la cosmetología de uñas de manos y pies tanto en América como en Europa.

### Microentorno

EMPRESA	VOGUE	ADMISS	BELIER	MASGLO
PRODUCTOS	Su catálogo no es muy amplio ya que no solo se especializan en uñas sino en todo el sector de la	Al ser la marca hermana de Masglo, cuenta con una amplia	Cuentan con una amplia gama de tonos, bases y brillos y su portafolio no	Su amplia gama de colores y portafolio está desarrollado a partir de no solo ofrecer esmaltes,

	cosmetología, sus brillos son los más conocidos por su rápido secado. Tiene una gran variedad de tonos de esmaltes.	gama de colores, bases y brillos, que no tienen tan alta calidad a comparación de su competencia.	se compone solo de la línea tradicional sino de esmaltes semipermanentes también, en los que son muy conocidos.	sino herramientas, cremas y todo lo necesario para un correcto proceso de manicure.
PRECIOS	Precios acorde a su calidad no se diferencia mucho con su competencia directa (Masglo)	Precios bajos, claramente por la calidad del producto.	Precio similar a la competencia, acorde a su calidad.	Precio similar a la competencia, acorde a su calidad.
POSICIONAMIENTO	Es de las marcas más reconocidas de este sector.	No tiene mucho reconocimiento o por esto mis su bajos precios.	Marca no muy reconocida, pero no tanto en la línea tradicional.	Es la marca top of mind de la categoría.
SEGMENTACIÓN	Consumidor final estratos 2 en adelante	Personas de estratos bajos y jóvenes.	Consumidor final y área profesional.	Sector profesional(manicuristas) y consumidor final estratos 2 en adelante
CANALES	*E-commerce *Droguerías y almacenes de cadena. *Mayoristas	*Puntos de venta. *E-commerce *Salas de belleza. *Droguerías. *Almacenes de cadena. *Mayoristas	*Salas de belleza *E-commerce *Distribuidores	*Puntos de venta. *E-commerce *Salas de belleza. *Droguerías. *Almacenes de cadena. *Mayoristas

Se evidencia con esta información recopilada que aunque la marca Masglo y Vogue tiene los precios más elevados en el mercado son las más reconocidas en el sector de los esmaltes de Colombia, siendo las preferidas por los consumidores tanto por calidad como por variedad de productos.

La expansión de Masglo al sector profesional (línea de esmalte semipermanente) conlleva a que la marca sea más reconocida por las salas de belleza y personas que prefieren realizarse un manicure de mayor calidad y duración, también que aunque en este sector profesional haya mayor variedad de marcas, Masglo puede incursionar y llamar la atención de los usuarios de forma rápida por su alto reconocimiento y trayectoria en este segmento.

**Poder de negociación de los clientes:** El poder de negociación de los clientes es alto, ya que Cerescos, al ser una empresa productora en este caso de esmaltes, los mayoristas claramente buscan precios más bajos que los dados al cliente final, y la empresa está en el margen de por realizarlo.

1. **Poder de negociación de los proveedores:** Este factor es alto para la empresa, ya que al ser una empresa proveedora de producto, si en algún momento llegan a tener alguna escasez, pueden subir sus precios dado que son los líderes del mercado. Cosa que también podría afectar, pues hay empresas que venden los productos a precios más bajos pero con menos calidad, lo que podría implicar una tendencia de compra mayor.
2. **Amenaza por la entrada de nuevos competidores:** Este es un punto que es complejo que afecte a la empresa, dado que hay muchas marcas de esmaltes ya en el mercado, por esto, es complicado que surja un nuevo competidor. De las existentes en el país se tiene clara la competencia directa, por consiguiente, lo único que podría suceder es que entrara una de las marcas líderes internacionalmente a producir en el país y dieran unos buenos precios.
3. **Amenaza ante productos sustitutos:** El avance tecnológico podría jugar un papel importante por parte de la competencia, lo cual llegaría a afectar directamente a la marca, ya sea por alguna innovación o color que se nos imposibilite producir, o componente que genere un diferencial, por el que lleguen a sustituir a Masglo.

4. **Competencia entre las empresas del mercado:** La competencia es alta, ya que hay bastantes marcas de esmaltes que se comercializan en el país, y esto puede llegar a generar una menor rentabilidad. No obstante, con la cantidad de marcas de esmaltes que hay, Masglo y su competencia son las líderes del mercado, dadas sus características y calidad.

## Formulación del problema

La pandemia del COVID-19 trajo consigo necesidades y sistematización en los mercados. Con esto las personas dejaron de acercarse a los establecimientos físicos para observar o comprar sus productos favoritos. Por esta razón, las comunicaciones integradas de marketing tomaron una mayor importancia y un papel fundamental al momento de dar a conocer tanto los productos como al posicionar mejor la marca. Ya que “ las comunicaciones de marketing, como relación sistemática entre una organización y sus usuarios, permiten transmitir ideas y estimular una percepción determinada de sus productos y servicios a los distintos grupos de interés” (Petro, 2018, p.8).

A partir de esto se encontró en la observación de los procesos manejados por la marca Masglo, carecen de unas buenas comunicaciones integradas de marketing a través de sus redes sociales. La marca no da a conocer de manera llamativa sus productos y la forma de interactuar con sus seguidores no es la mejor y esto es de vital importancia para incentivar a los consumidores y crear un mejor vínculo, ya sea por medio de encuestas, historias de sus modelos con el producto o IGTV (television de instagram) en donde eduquen al consumidor.

Igualmente la calidad de producción de su contenido es muy limitada a comparación de marcas internacionales de mayor reconocimiento en el segmento de la belleza y si lo que se busca es un buen proceso de internacionalización es necesario llamar la atención visualmente de los consumidores, para que estos se sientan identificados y se genere un deseo por adquirir los productos de la marca.

Por último una red social como TikTok es fundamental por su algoritmo, es mucho más efectivo llegar a una gran cantidad de público enfocado en un contenido en específico, es una gran oportunidad de crecimiento y reconocimiento nacional e internacional dado que Masglo al tener un campo tan amplio de contenido por generar a través del diseño de uñas y modo de funcionamiento de sus productos, lograría llamar la atención de todo el público que es amante del proceso de belleza de manos y pies. “Su algoritmo está especialmente diseñado para personalizar el contenido para que este se ajuste a los gustos, creencias y preferencias de cada

usuario. Por lo que ninguna persona puede tener la misma experiencia dentro de la plataforma. En consecuencia, se genera el filtro burbuja, en donde el usuario solo accede a contenido alineado con sus ideologías y pensamientos” (Bonnahon, 2021, p.24). En base a esto es un aspecto a tener en cuenta debido al proceso de pauta e interacción si se quiere incursionar en una nueva red social.

### **Pregunta de investigación**

¿De qué manera impacta la comunicación generada por medio de las redes sociales de la marca Masglo en la interacción de los usuarios con ella?

### **Justificación**

La manera en que se comunica, promociona y da a conocer un producto influye totalmente en si este tendrá éxito o no, dado que es importante comunicarlo de manera correcta para que el público lo reciba de la mejor manera y se interese por los atributos de este hasta llegar al proceso de compra. Según Fonseca, A. (2014) “Si la empresa desea mejorar sus canales de comunicación hacia sus clientes, el gestionado uso de redes sociales es un proceso acorde a los requerimientos de una sociedad moderna, en permanente cambio, y con altas exigencias”(p.7).

Este trabajo está orientado en mejorar la comunicaciones integradas de marketing de la marca masglo dado que si esta lo que busca es un proceso de internacionalización y expansión es necesario, estar y comunicar al nivel de las marcas más reconocidas de este sector a nivel mundial.

Según Ocampo, M. (2014) “La innovación y desarrollo de nuevos productos se ha convertido en una gran aliada en todas partes del mundo, como la herramienta a seguir de los procesos comerciales y de mercadeo en las grandes empresas para superar la alta competencia” (p.7). Ya que el sector de la belleza está en constante crecimiento, y con ello también la competencia es necesario que Masglo fortalezca su presencia en redes sociales, sobre todo en la forma en que promocionan sus productos y la calidad del contenido que brindan a sus seguidores. Marcas como Opi que son fuertes a nivel mundial, demuestran que su contenido no debe ser el más explícito para mostrar sus productos, con una imagen sencilla y de alta calidad hace que esta sea llamativa a la vista e incentiva al usuario a conocer más del producto. Además con la cantidad de productos y material que tiene Masglo podrían incursionar en otras redes como Tik Tok las cuales les darían mayor reconocimiento a nivel internacional e interacciones con sus productos.

Para dar solución a esta problemática se dará a conocer reportes del contenido que se sube en redes, validando con ello los de mayor interacción (likes, comentarios, vistas, etc..), para con ello identificar el contenido que más aporta a la marca y cuales de estos generan un mayor engagement.

### **Objetivo general**

Potenciar las comunicaciones integradas de la marca Masglo con el fin de obtener una mejor relación con los usuarios en donde reconozcan el valor de la marca que está encaminada en un proceso de expansión e internacionalización.

### **Objetivos específicos**

- Analizar las publicaciones en redes sociales de Masglo, para validar la comunicación y reconocimiento de la marca.
- Conocer el contenido que prefieren los seguidores de la marca Masglo, para con ello llevar seguimiento de qué línea de comunicación debe manejar la marca.

### **Análisis y Resultados**

Evidenciando los reportes realizados en la etapa de formación empresarial, se encontró realizando una comparación de los meses Junio-Julio, Agosto-Septiembre y Octubre el aumento de interacciones en la red social Instagram y Facebook. Esto debido al cambio en la comunicación integrada de marketing por medio de las redes sociales que se empezó a implementar desde el mes de Julio.

#### **Junio - Julio**

##### **Facebook**

## Crecimiento de la comunidad (Colombia)

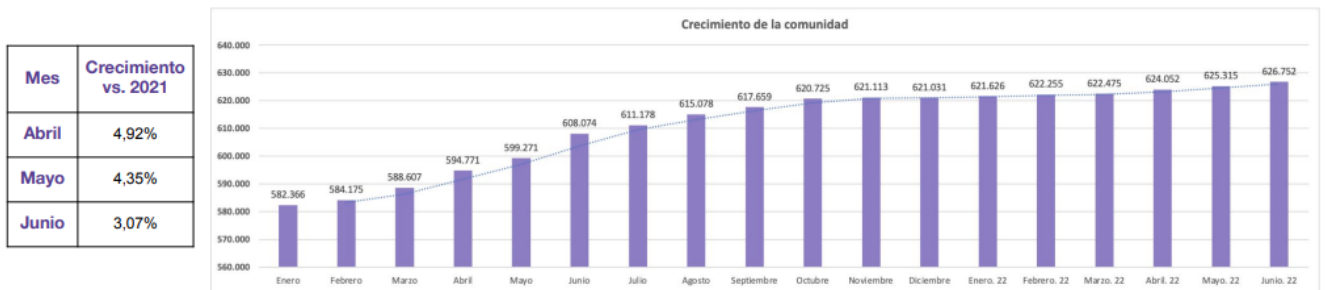


Ilustración 1 Reporte Masglo Junio, fuente: Masglo

## Crecimiento de la comunidad (Colombia)

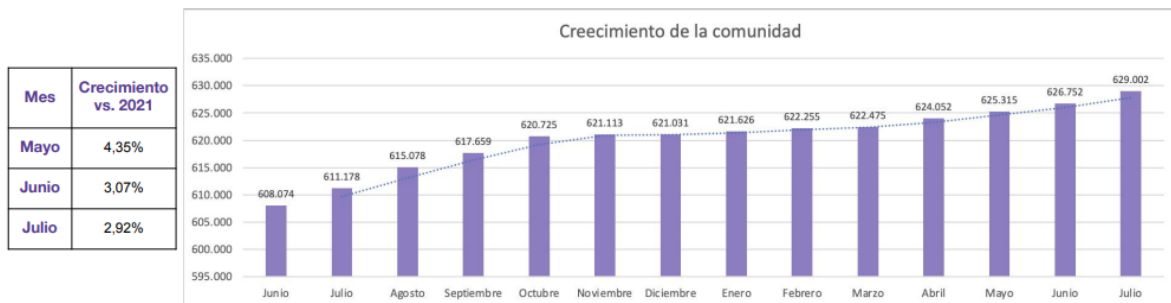


Ilustración 2 Reporte Masglo Julio, Fuente: Masglo

En Junio se evidencia un crecimiento en la comunidad respecto al mes anterior con 1,437 usuarios nuevos, con un crecimiento del 3,07% versus el 2021 en el mismo periodo de tiempo. Durante el mes de junio se terminó la comunicación de Supernatural, se dio inicio a Masglo Gel Evolution y temporalidad Pride. Todo esto en conjunto claramente genera que la comunidad aumente, dado que siempre que se lanzan colecciones o tonos las personas se interesan por conocer qué fue lo que salió. Por otro lado hubo un crecimiento en la comunidad respecto al de junio con 2,250 usuarios nuevos, con un crecimiento del 2,92% versus el 2021 en el mismo periodo de tiempo. Julio 2022 ha tenido el mayor incremento en comunidad, esto debido al objetivo enfocado desde pauta, ya que al momento de pautar claramente genera que las personas tengan la posibilidad de conocer e interactuar más con el contenido de la Marca.

## f Engagement

Mes	Crecimiento vs. 2021
Abril	616,19%
Mayo	127,46%
Junio	247,93%

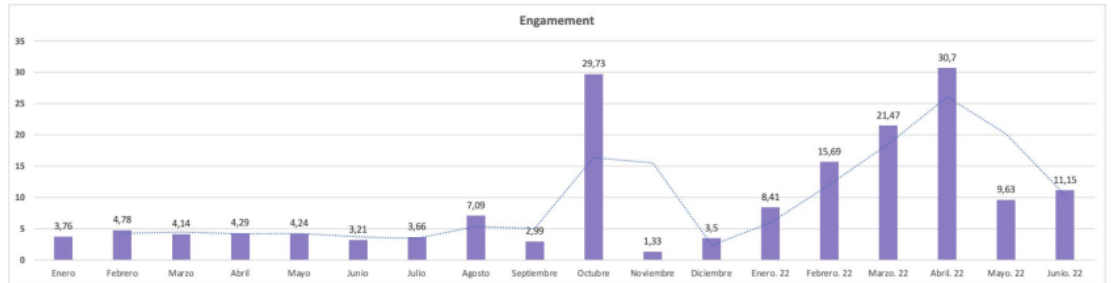


Ilustración 3 Reporte Masglo Junio, Fuente: Masglo

## f Engagement

Mes	Crecimiento vs. 2021
Mayo	127,46%
Junio	247,93%
Julio	315,46%

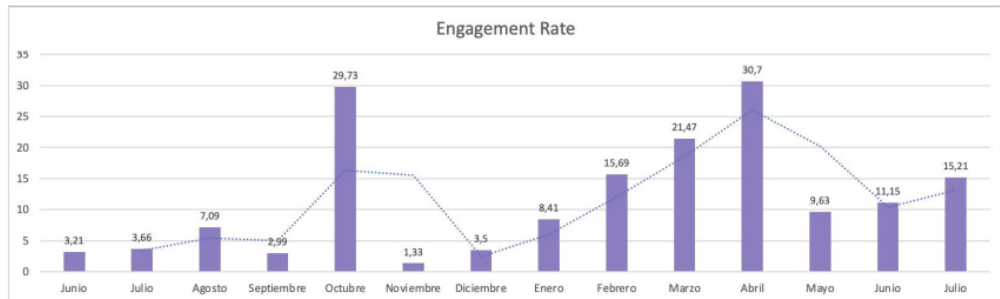


Ilustración 4 Reporte Masglo Julio, Fuente: Masglo

El engagement para el mes de junio fue de 11,15% y se evidencio un crecimiento del 247% versus el 2021 en el mismo periodo de tiempo, esto en base claramente a la cantidad de interacciones y el alcance obtenido con las publicaciones, reels e historias. Por otro lado, el mes de julio creció superando al mes de junio y al mismo periodo de tiempo pero de 2021 con una cifra de 15,21%. Debido al alcance e interacciones por las publicaciones realizadas con respecto a la colección de Masglo Gel Evolution y las herramientas que se ofrecen a la venta para la realización de manicure.



Ilustración 5 Fuente: Facebook Masglo

**Masglo (Predeterminada)**  
Publicado por Camila Martínez [?] · 5 d ·

10 de 10 ✓, así son calificadas nuestras herramientas Masglo. Desliza el carrusel y conoce las funciones de nuestro pusher, pincel liner, corta cutícula y corta uñas.

#Masglo #Herramientas #Manicure #Pedicure #Belleza #Colombia #Beauty #Nails

<b>199,561</b> Personas alcanzadas		
<b>1,442</b> Reacciones, comentarios y veces que se compartió		
<b>1,071</b> Me gusta	<b>1,058</b> En publicación	<b>13</b> En contenido compartido
<b>117</b> Me encanta	<b>117</b> En publicación	<b>0</b> En contenido compartido
<b>1</b> Me asombra	<b>1</b> En publicación	<b>0</b> En contenido compartido
<b>73</b> Comentarios	<b>71</b> En publicación	<b>2</b> En contenido compartido
<b>182</b> Veces que se compartió	<b>182</b> En publicación	<b>0</b> En contenido compartido
<b>10,722</b> Clics en publicaciones		
<b>5,444</b> Visualizaciones de fotos	<b>95</b> Clics en el enlace	<b>5,183</b> Clics de otro tipo

**Las herramientas 10 de 10 de Masglo**

**MASGLO CORTA CUTÍCULA**  
La herramienta ideal para cortes precisos en procesos de manicura y pedicura.

- Área de corte con cabezal de acero que facilita el trabajo.
- En acero de alta calidad que permite ser desinfectado y esterilizado después de cada uso sin perder sus cualidades.
- Mango suave, ergonómico, que permite un trabajo cómodo.
- Afilado y duradero.
- Es resistente al agua, jabón y GluKadina.

**MASGLO PUSHER**  
Diseñado para comer la cutícula y limpiar las uñas, sin maltratarlas.

- Elaborado en acero de alta calidad que permite su desinfección y esterilización.
- Cómodo mango de cilindro que impide que la herramienta se deslice.
- Afilado ideal para un resultado perfecto.

**MASGLO CORTA UÑAS**  
El infaltable en tu tocador.

- Diseño ergonómico.
- Tamaño compacto y fácil de guardar.
- Afilado ideal, que invita la forma de la uña evitando que ésta se fracture.
- Elaborado en acero de alta calidad que permite su desinfección y esterilización.

Ilustración 6 Fuente: Facebook Masglo

La publicación del mes con mejor performance fue el álbum de nail art (ilustración 9) por parte de las Divas Masglo inspirado en el Pride. Esta alcanzó 35,700 cuentas, logró 1,411 interacciones. Dentro del ranking de publicaciones con mejor

rendimiento también destacamos presentación MGE y Trascendental de Supernatural (Colecciones de lanzamiento de Masglo).

Claramente vemos que en estas imágenes el producto es el protagonista con relación al diseño de manicure realizado, la imagen no necesita texto sino solo dar a conocer la funcionalidad del producto. Por otro lado, la publicación del mes de Julio con mejor performance fue el álbum de herramientas Masglo (ilustración 10). El cual alcanzó 199,561 cuentas y 1,442 interacciones. En este mes las publicaciones iban acompañados de el #Noalacopia, dado que la marca Vogue empezó a copiar los nombres de la marca Masglo e igualmente a poner en su envase este nombre como referencia, cosa que no hacían.

## Instagram

### Crecimiento de la comunidad

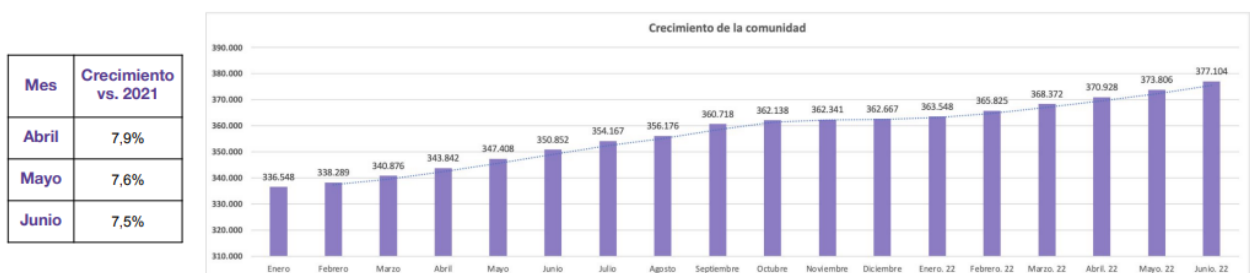


Ilustración 7 Reporte Masglo Junio, Fuente: Masglo

## Crecimiento de la comunidad

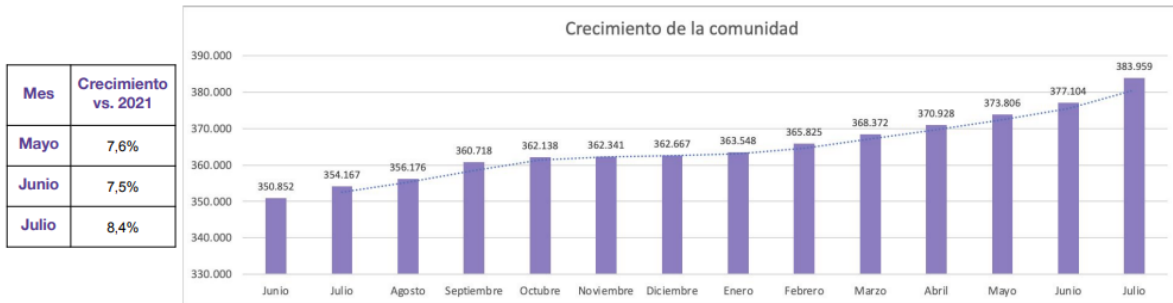


Ilustración 8 Reporte Masglo Julio, Fuente: Masglo

En Junio se evidencio un crecimiento en la comunidad respecto al mes anterior con 3,298 usuarios nuevos, con un crecimiento del 7,5% versus el 2021 en el mismo periodo de tiempo. Por otro lado para el mes de Julio hubo un crecimiento en la comunidad respecto al mes anterior con 6,855 usuarios nuevos, con un crecimiento del 8,4% versus el 2021 en el mismo periodo de tiempo. Esto por el contenido que las Divas Masglo (manicuristas a las cuales se les entrega material para que realicen contenido) subieron, dado a que cuando se les entrega producto tienen más material para subir como sus nail arts y así lograr llegar a más público.

## Engagement

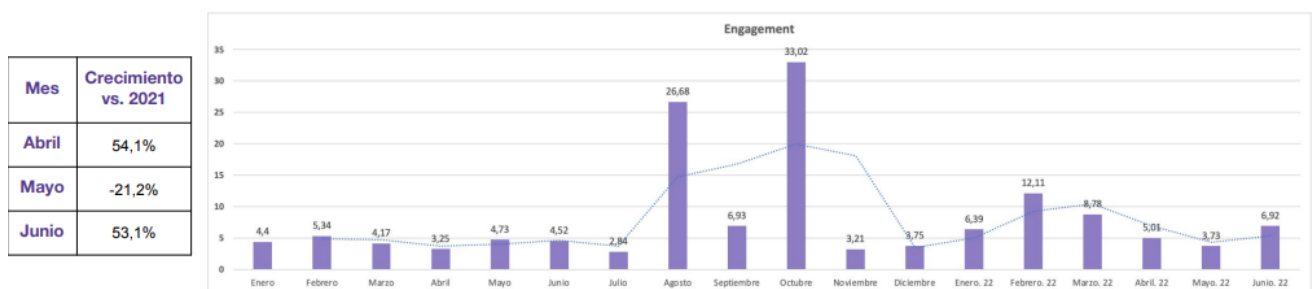


Ilustración 9 Reporte Masglo Junio, Fuente: Masglo

## Instagram Engagement

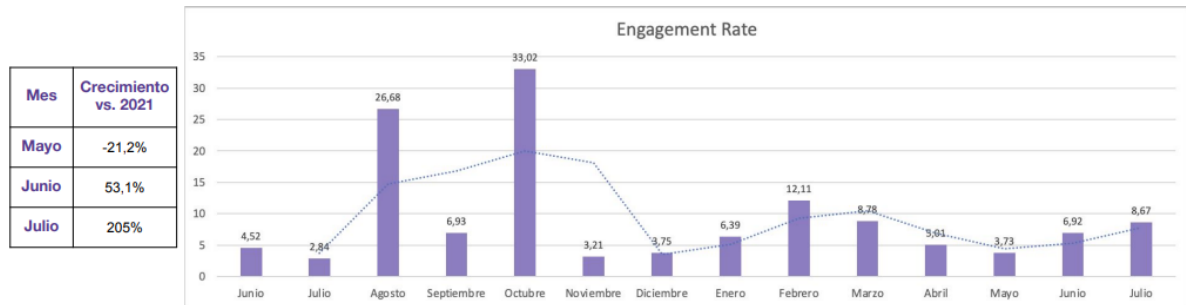


Ilustración 10 Reporte Masglo Julio, Fuente: Masglo

Tuvimos un engagement para el mes de junio de 6,92%. El comportamiento de esta métrica es directamente proporcional con el alcance y las interacciones totales, por ello es importante tener en cuenta cada publicación realizada en la cuenta. El Engagement del mes de julio creció superando los últimos tres meses y al mismo periodo de tiempo pero de 2021 con una cifra de 8,67%.

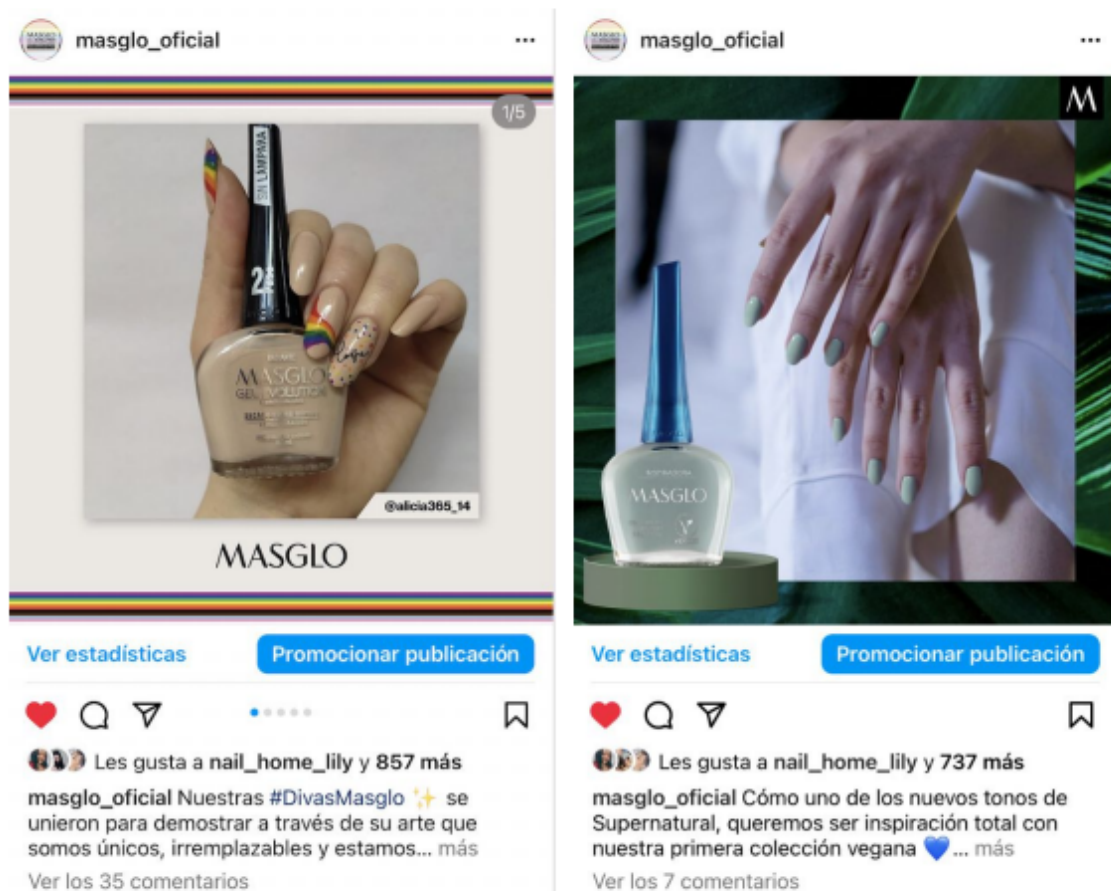


Ilustración 11 Fuente: Instagram Masglo

Las publicaciones del mes con mejor performance detallan el modelado del producto, primero en el álbum de nail art de las Divas Masglo con temática Pride y el segundo con Inspiradora de Supernatural. La publicación del Pride (imagen de la izquierda) alcanzó 49,125 cuentas, también se lograron 928 interacciones. En la publicación de Supernatural (imagen de la derecha) se alcanzaron 46,340 cuentas y 789 interacciones.



Ilustración 12 Fuente: Instagram Masglo

Pride Masglo contó con un 137% de interacciones en la red social de Instagram y 620% en Facebook. Este tipo de fechas especiales son una buena oportunidad para generar contenido de valor que le de un nuevo aire al usuario. Vincular las habilidades de las Divas Masglo debe ser uno de los mandatarios para próximas festividades.

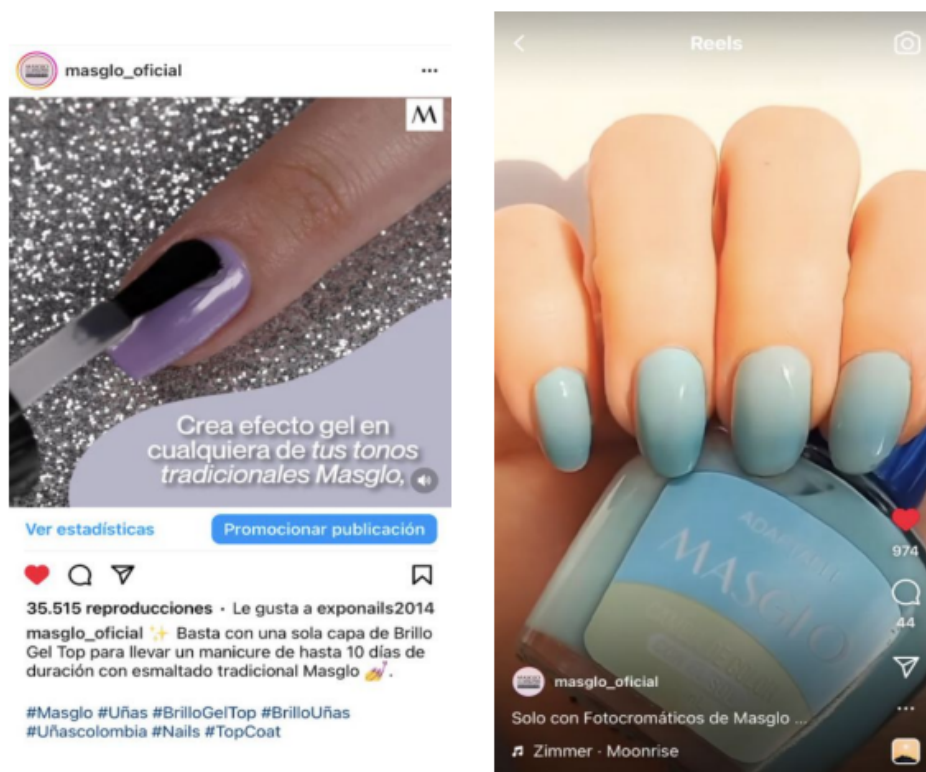


Ilustración 13 Fuente: Instagram Masglo

La publicación con mejor performance en alcance permite la visualización del aplicado del Brillo Gel Top, y el reel de fotocromáticos realizado por una de las Divas tuvo mejor performance en interacciones. La publicación de Brillo Gel Top (imagen de la izquierda) alcanzó 76,299 cuentas y 1,063 interacciones. Por otro lado, la publicación de Fotocromáticos (imagen de la derecha) alcanzó 56,289 cuentas y 1,229 interacciones. Se aprecia que en estas dos publicaciones que tuvieron mayores interacciones, la imagen y el video resaltan el tono que se está aplicando, haciéndolo protagonista sin necesidad de ensuciar la imagen con otros caracteres.

## Agosto - Septiembre

### Facebook

## Crecimiento de la comunidad (Colombia)

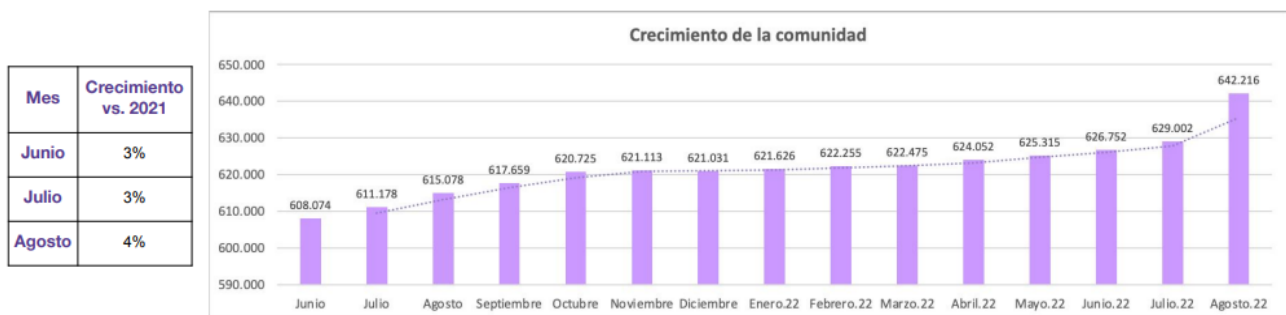


Ilustración 14 Reporte Masglo Agosto, Fuente: Masglo

## Crecimiento de la comunidad (Colombia)

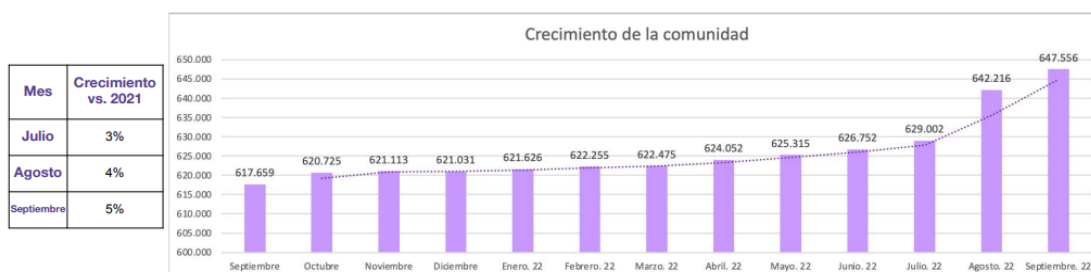


Ilustración 15 Reporte Masglo Septiembre, Fuente: Masglo

En Agosto se evidencio un crecimiento en la comunidad respecto al mes anterior con 13,214 usuarios nuevos, con un crecimiento del 4,41% versus el 2021 en el mismo periodo de tiempo. Por otro lado en Septiembre se evidencia un crecimiento en la comunidad respecto al mes anterior con 5,340 usuarios nuevos, con un crecimiento del 5% versus el 2021 en el mismo periodo de tiempo. El origen de los seguidores provienen el 50% de anuncios, el 32% de la página y el 18% a través de búsqueda o computadoras sin clasificar. De igual manera, se destaca septiembre como el segundo mes con mejor resultado para esta métrica.

## Engagement

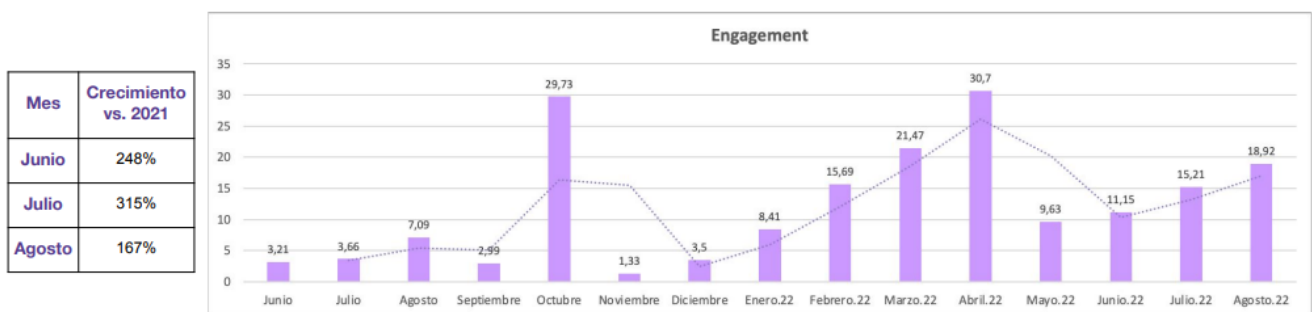


Ilustración 16 Reporte Masglo Agosto, Fuente: Masglo

## Engagement

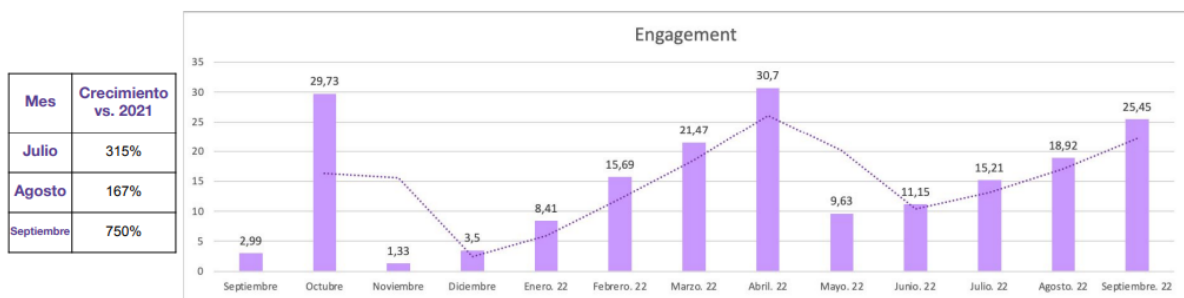


Ilustración 17 Reporte Masglo Septiembre, Fuente: Masglo

El Engagement del mes de agosto creció superando al mes anterior y al mismo periodo de tiempo pero de 2021 con una cifra de 18,92%. Todo esto por el intento de lanzamiento de Gel evolution (Colección de Masglo) mencionó que fue intento porque por problemas mayores no pudo salir esta colección, aunque se publicó contenido antes de tomar la decisión de detener esto. Por otro lado para el mes de Septiembre creció superando al mes anterior y al mismo periodo de tiempo pero de 2021 con una cifra de 25%.

Masglo (Predeterminada) etiquetó productos de su tienda.  
 Publicado por Camila Martínez [?] · 18 de agosto · 🌐

Colores intensos para un estilo auténtico con Masglo Gel Evolution y su acabado efecto gel 🍷.

#MasgloGelEvolution #LaEvolucióndelManicure #EfectoGel #Esmaltes #SecadoRápido



Masglo (Predeterminada) etiquetó productos de su tienda.  
 Publicado por Camila Martínez [?] · 22 de agosto · 🌐

♥ Dale Me gusta a este post para saber que tanto te gusta que nuestros productos ahora cuenten con sello #CrueltyFree y #Vlabel, un motivo más para que sigas eligiendo #Masglo 🍷🌱.

#LaEvoluciónEnTusUñas #EfectoGel #Colombia #Esmalte #Uñas



Ilustración 18 Fuente: Facebook Masglo

Masglo (Predeterminada) etiquetó un producto de su tienda.  
 Publicado por Camila Martínez · 25 de septiembre a las 19:00 · 🌐

¡Nuestro Removedor Azul Masglo tiene nueva presentación de 480 ml 🍷! Sus beneficios siguen siendo los mismos que te han encantado 🍷.

Encuéntralo disponible en 🍷 puntos de venta Masglo o en el 🍷 [www.masglo.com](http://www.masglo.com).

#Masglo #MasgloLovers #RemovedorEsmalte #Uñas #Pedicure #Manicure #Colombia

Nueva presentación del Removedor Azul Masglo 🍷🍷

92,735 Personas alcanzadas 25,929 Interacciones

108 11 comentarios, 23 veces compartido

Masglo (Predeterminada) etiquetó un producto de su tienda.  
 Publicado por Camila Martínez · 3 de septiembre · 🌐

¿Dinámica o Trascendental? Si no logras decidirte, intenta combinar los tonos de temporada del nuevo portafolio disponible de Masglo Gel Evolution 🍷.

Visítanos en el 🍷 [www.masglo.com](http://www.masglo.com) o en el 🍷 Punto de Venta Masglo más cercano.

#MasgloGelEvolution #LaEvolucióndelManicure #EfectoGel #Esmaltes #SecadoRápido

Haz clic para ver los productos

29,067 Personas alcanzadas 703 Interacciones +4.1x más alto Promoción de distribución 31 Clics en productos etiquetados

267 7 comentarios, 10 veces compartido

Ilustración 19 Fuente: Facebook Masglo

Estas son las publicaciones del mes de Agosto con mejor performance (ilustración 16), la primera detalla el resultado del producto aplicado en las uñas y en la segunda se destacan atributos diferenciales de la marca junto con atributos físicos del producto. La publicación Nuevos tonos MGE (imagen de la derecha) alcanzó 34,698 cuentas y 948 interacciones. Por otro lado, la publicación de los atributos alcanzó 28,970 cuentas y 1,422 interacciones. Como mencionaba anteriormente la colección MGE no salió finalmente en este mes pero se alcanzó a publicar por un tiempo contenido con respecto a ella lo cual claramente generó que las personas quisieran conocer el lanzamiento de estos nuevos tonos de Masglo. Para el mes de Septiembre las publicaciones con mejor performance fueron (ilustración 22) la primera comunicando la nueva imagen del Removedor Azul Masglo y la segunda tipo versus con tonos de Masglo Gel Evolution. La publicación del Removedor Azul Masglo (imagen de la izquierda) alcanzó 92,735 cuentas y 147 interacciones. Por otro lado, la publicación del Versus (imagen de la derecha) alcanzó 29,067 cuentas y 703 interacciones. Ambas publicaciones centran su atención en el producto que es lo importante sin incluir mucho texto, sino lo necesario para dar a conocerlos.

## Instagram

### Crecimiento de la comunidad

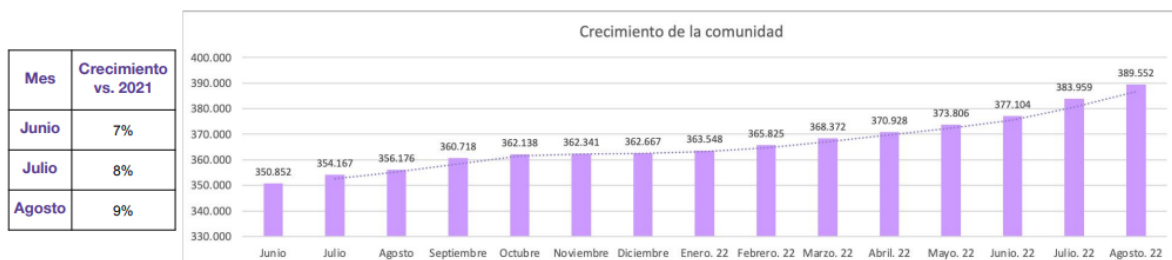


Ilustración 20 Reporte Masglo Agosto, Fuente: Masglo

### Crecimiento de la comunidad

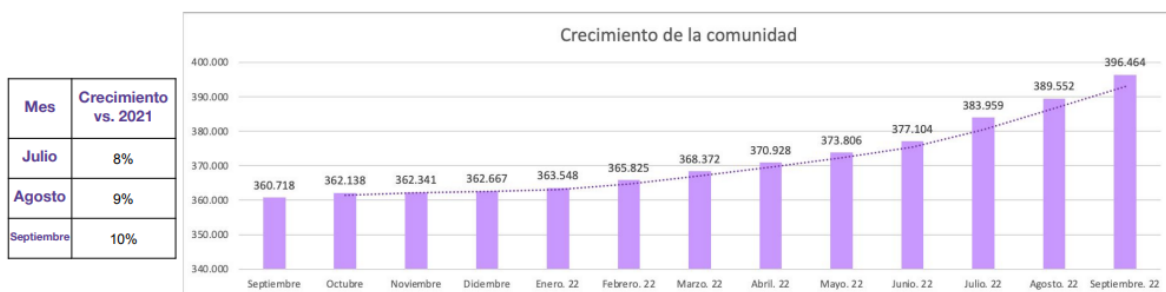


Ilustración 21 Reporte Masglo Septiembre, Fuente: Masglo

Se evidencia un crecimiento en la comunidad respecto al mes anterior con 5,593 usuarios nuevos, con un crecimiento del 9% versus el 2021 en el mismo periodo de tiempo. La comunidad se encuentra conformada por un 98,70% por mujeres, donde 42,4% se encuentra entre los 25 y 34 años de edad, es decir un total de 25,891 seguidoras. La información es consecuente al target de la marca, por ello debemos aprovechar todo tipo de festividad para sobresaltar a la mujer e ir elevando el engagement. Por otro lado para septiembre se evidencia un crecimiento en la comunidad respecto al mes anterior con 6,912 usuarios nuevos, con un crecimiento del 10% versus el 2021 en el mismo periodo de tiempo. Esto con respecto a los cambios que se hicieron en imagen de algunos productos, el lanzamiento de Masglo gel evolution con influenciadoras y el fortalecimiento de la línea tradicional de la Marca.

## Engagement

Mes	Crecimiento vs. 2021
Junio	53%
Julio	205%
Agosto	-29%

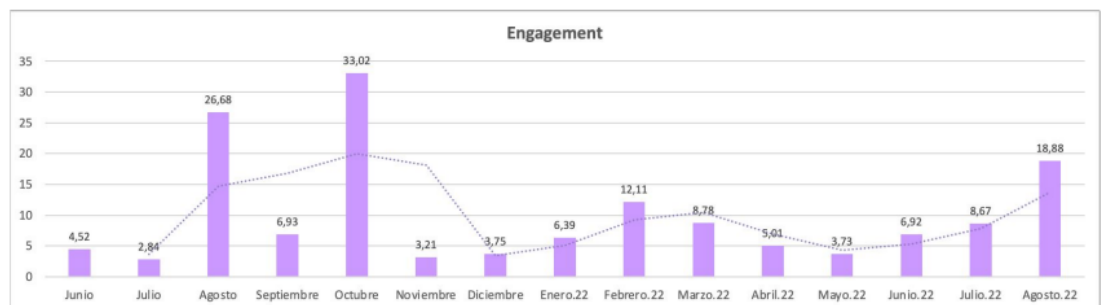


Ilustración 22 Reporte Masglo Agosto, Fuente: Masglo

## Engagement

Mes	Crecimiento vs. 2021
Julio	205%
Agosto	-29%
Septiembre	91%

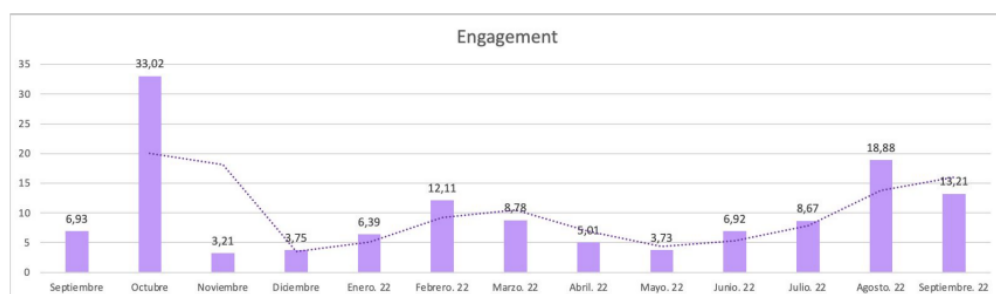


Ilustración 23 Reporte Masglo Septiembre, Fuente: Masglo

El Engagement del mes de agosto creció superando a los últimos tres meses con una cifra de 18,88. Por otro lado, para el mes de septiembre fue de 13,21%. La variación en métricas de alcance e interacción nos permiten ver el comportamiento diferencial al mes anterior.

Reels

## Uñas fuertes y llenas de vida con Masglo



masglo\_oficial

Base Nutritiva Rosada: Ideal para uñas ...

inmillz · Feeling Good (Austin Millz Remix)

masglo\_oficial



### ¿Qué necesitas para hacer este nailart?

1. Base Masglo Gel Evolution.
2. Tonos Tiza, Diva y Regia de Masglo Gel Evo!

Ver estadísticas Promocionar publicación

🔖

14.461 reproducciones · Le gusta a nail\_home\_lily masglo\_oficial 🧑‍🎨 Inicio de semana para brillar con Tiza, Diva y Regia de lo nuevo de Masglo Gel Evolution ✨. ¿Te sumas a este manicure de inspiración Masglo? Cuéntanos en los comentarios.

Encuétralos en 📍 puntos de venta Masglo o a través de 🔗 [www.masglo.com](http://www.masglo.com)

#EvoluciónEnTusUñas #Masglo #Colombia #Esmalte #Uñas

Ilustración 24 Fuente: Instagram Masglo



Ilustración 25 Fuente: Instagram Masglo

La publicación con mejor performance en el mes de agosto destaca los atributos de Bases Tradicionales en formato reel y le sigue un mini video con nail art de inspiración con nuevos todos de MGE. La publicación de Bases Tradicionales (imagen de la izquierda) alcanzó 159,388 cuentas y 904 interacciones. Por otro lado, la publicación de Nail art MGE (imagen de la derecha) alcanzó 57,517 cuentas y 766 interacciones. Para el mes de septiembre es un nail art de inspiración con tonos de MGE, le sigue la publicación del concurso de amor y amistad. El Reel MGE (imagen de la izquierda) alcanzó 775,901 cuentas y 1002 interacciones. El Concurso MGE (imagen de la derecha) alcanzó 84,036 cuentas y 4,255 interacciones. Las promociones de este tipo como los concursos son muy relevantes al momento de generar interacciones con los seguidores es de suma importancia realizar este tipo de contenido. Igualmente en este mes se resalta que la línea de Masglo Gel Evolution y Tradicional empezaron a cambiar su etiqueta a 14 free and cruelty free porque sus productos ya pasaron las pruebas de calidad para poder comunicar esto.

## Octubre

## Facebook

### Crecimiento de la comunidad (Colombia)

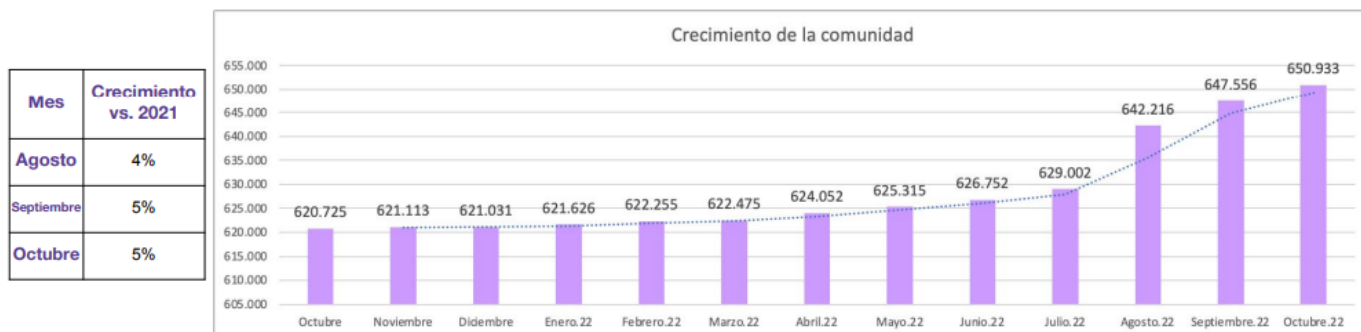


Ilustración 26 Reporte Masglo octubre, Fuente: Masglo

Se evidencio un crecimiento en la comunidad respecto al mes anterior con 3,377 usuarios nuevos, con un crecimiento del 5% versus el 2021 en el mismo periodo de tiempo.

### Engagement

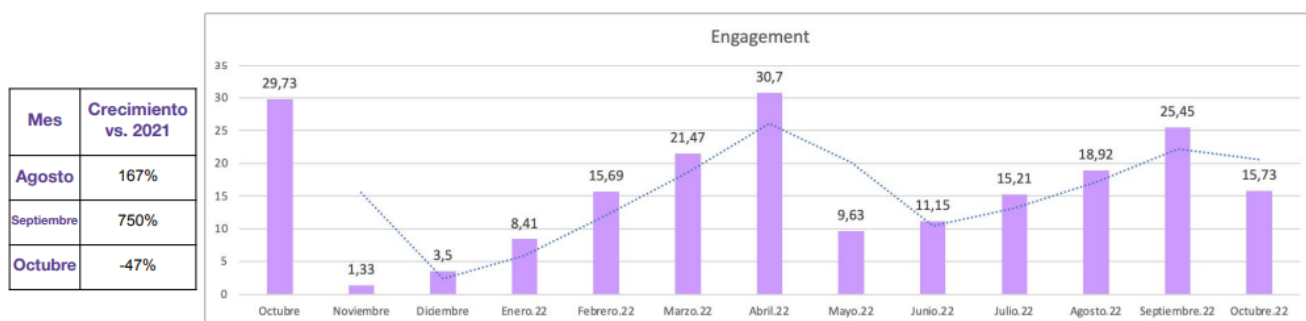


Ilustración 27 Reporte Masglo Octubre, Fuente: Masglo

El Engagement del mes de octubre fue de 15,73%. La variación en métricas de alcance e interacción nos permiten ver el comportamiento diferencial al mes anterior.

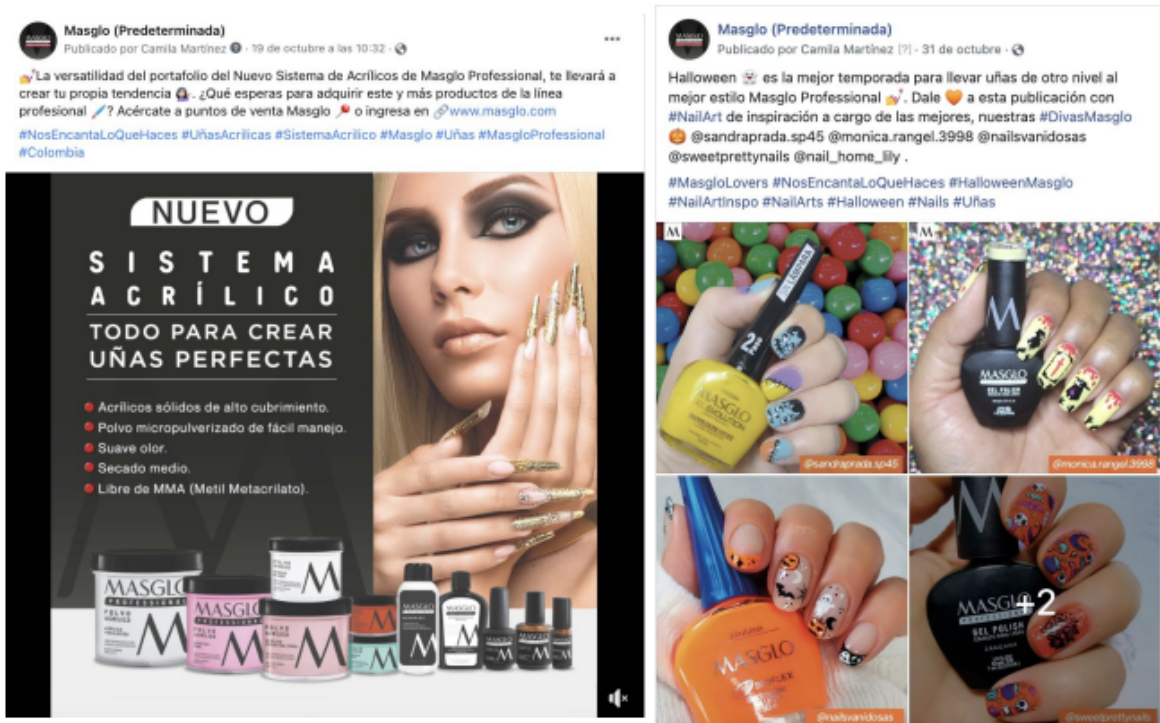


Ilustración 28 Fuente: Facebook Masglo

Estas son las publicaciones del mes con mejor performance, la primera presentando el producto Sistema Acrílico y la segunda con nail art de inspiración de Halloween a cargo de las Divas Masglo. La publicación de Sistema Acrílico (imagen de la izquierda) alcanzó 184,454 cuentas y 101 interacciones. Por otro lado, la publicación de Halloween (imagen de la derecha) alcanzó 96,275 cuentas y 512 interacciones.

## Instagram

### Crecimiento de la comunidad

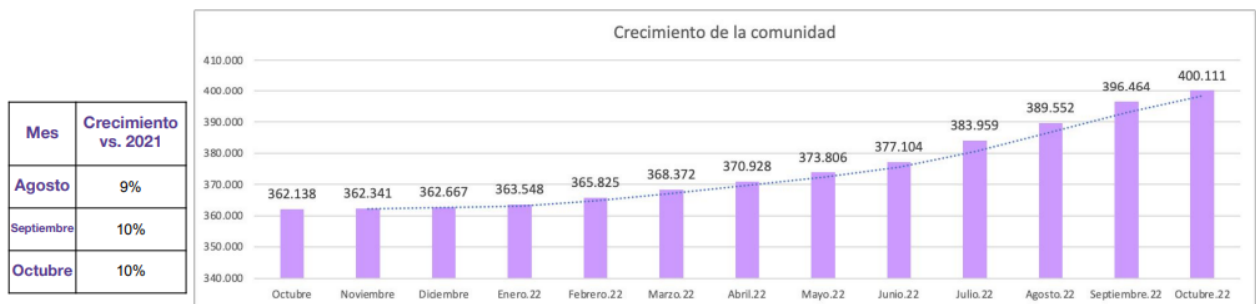


Ilustración 29 Reporte Masglo Octubre, Fuente: Masglo

Se evidencia un aumento en la comunidad respecto al mes anterior con 3,647 usuarios nuevos, cumpliendo y superando la proyección en un 10% versus el 2021

en el mismo periodo de tiempo. Todo esto puede resumirse en el Lanzamiento de Masglo Professional ya que este lanzamiento dirigido exclusivamente a las manicuristas, lo que causó fue que las que no tenían en cuenta a Masglo para la línea de esmaltes semipermanentes se enfocarán y tuvieron en el radar a la Marca de ahora en adelante.

## Instagram Engagement

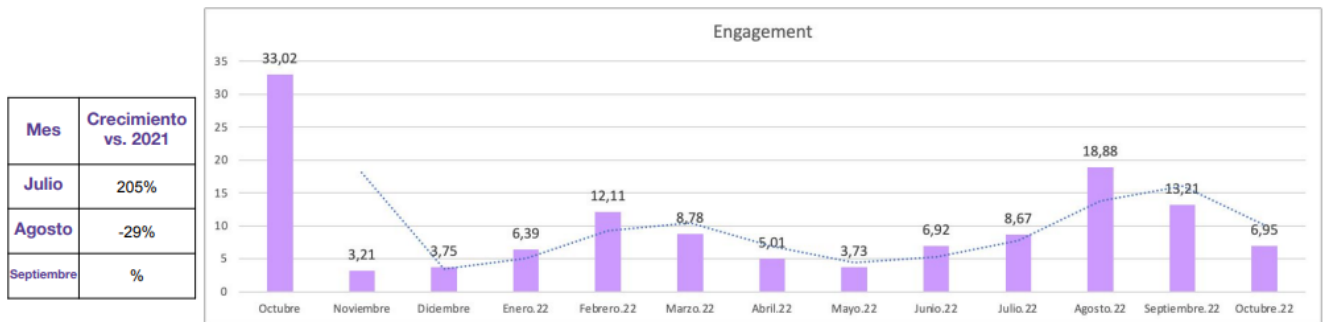


Ilustración 30 Reporte Masglo Octubre, Fuente: Masglo

El Engagement del mes de octubre fue de 6,95%. La variación en métricas de alcance e interacción nos permiten ver el comportamiento diferencial al mes anterior



Ilustración 31 Fuente: Instagram Masglo

La publicación con mejor performance del mes de octubre fue la presentación de la línea Masglo Professional junto a nail art en detalle de Gel Polish. La publicación de Masglo Professional (imagen de la izquierda) alcanzó 230,027 cuentas y 856 interacciones. Por otro lado, la publicación de Gel Polish (imagen de la derecha) alcanzó 177,467 cuentas y 2,619 interacciones. Si nos fijamos en la imagen de derecha vemos que se han venido efectuando los cambios hablados con la líder de prácticas, dado que las imágenes vienen cada vez más limpias y teniendo como protagonista el manicure realizado.

En base a los resultados obtenidos mes a mes a lo largo de la práctica, se evidenció que claramente Masglo está en el top of mind de los consumidores de esmaltes en el país, y que si el contenido realizado en redes sociales tiene un replanteamiento y mejoramiento la marca puede llegar a tener mayores interacciones con sus consumidores. Con las recomendaciones que se fueron implementando, se vio el crecimiento tanto en seguidores como en interacciones (likes, comentarios, visualizaciones), igualmente se evidencia que las personas prefieren un contenido limpio, es decir que les llama la atención cuando el contenido se enfoca en el producto y como se ve este y no en los captions que se agregan a las imágenes y contenido. Al ser una marca que no tiene solo su mercado en Colombia sino que exporta sus productos a muchas partes del mundo, es importante tener en cuenta las festividades de estos países y las estaciones, dado que son fechas relevantes para el consumidor y se deben aprovechar desde el área de investigación y desarrollo de producto como en el contenido y material POP que se va a usar.

## **Conclusiones**

La correcta comunicación integrada de marketing es un proceso fundamental para generar interacción con los seguidores de la marca Masglo, en las publicaciones a través de los meses trabajados por el practicante se evidencio en cada reporte que la marca fue mejorando la calidad del contenido, ya sea con el simple hecho de hacer la publicación más limpia ya genera que las personas se interesen más por el producto que se está ofreciendo, y le da mayor prestigio a la marca sobre todo si se piensa en el proceso de internacionalización en el que está encaminado, para de esa forma competir a la par de las marcas especializadas en el cuidado de manos y pies.

Se encontró que los giveaway o concursos son una promoción de marca que atrae mucho al consumidor y que son necesarios para aumentar con ellos el engagement a través de las interacciones y el alcance del contenido realizado. La comunidad de seguidores de Masglo se encuentra en constante crecimiento y esto también se debe a que la marca mantiene innovando y mejorando su portafolio continuamente, ya sea con productos con una mayor tecnología o simplemente lanzando nuevos tonos de esmaltes. El procedimiento de ser una marca cruelty free es un diferencial

con sus competidores en el mercado, ya que esto también llama la atención de los consumidores debido a que reconocen que Masglo no solo busca lucrarse sino que también se preocupa por el usuario y el medio ambiente.

Igualmente se evidencio que las Divas Masglo son el eje principal del contenido de las redes sociales de la Marca, es de resaltar este proceso, dado que no es pauta que se pague, sino que con el producto que se les envía ellas generan el contenido que desean y claramente la compañía les da incentivos cada mes, con producto a través de un escalafón en el cual las organiza con respecto a la cantidad de contenido que suben. Por esta razón es indispensable mantener este proceso primero porque fideliza a personas que son expertas en este mundo del diseño de uñas y también porque atraen a más público con la Marca.

Finalmente es muy importante el manejo que se le da a las redes sociales, por ello los reportes son necesarios para medir la calidad del contenido y la percepción que los usuarios tengan hacia este. No olvidar que cada publicación, historia, reel etc., que se monta es una experiencia más para los usuarios, ya que es el lugar donde pueden conectar y conocer cada producto que ha sido desarrollado, sus beneficios y funcionalidades. Y si lo que se quiere es un correcto proceso de expansión e internacionalización la Marca no puede quedarse quieta, tiene que seguir en constante crecimiento y buscar estrategias de tendencia como TikTok para por este medio lograr captar y llegar a un mayor público.

## **Recomendaciones**

Una vez concluida la investigación es de importancia dar a conocer algunas sugerencias, dado que si son implementadas el contenido de la marca en redes sociales puede mejorarse e igualmente con ello tener un mayor alcance de público en un mediano plazo.

- Teniendo en cuenta los reportes realizados mensualmente, sobre las interacciones y alcance de las redes sociales, Masglo debería mejorar su línea gráfica para con ello tener publicaciones que eleven el reconocimiento de la marca a nivel internacional, ya que en ocasiones el contenido realizado no cumple el segmento objetivo que buscan.
- Se sugiere la realización de más concursos en donde las personas deban interactuar con el contenido y así de esa manera atraigan más público, dado que se encontró que cuando se realizaron este tipo de promociones el engagement aumentó e igualmente la cantidad de seguidores.

- Continuar con las Divas Masglo es de suma importancia, son necesarias para atraer nuevas personas y generar mayor contenido de la marca.
- La pauta con influencers que tengan una considerable cantidad de seguidores y sean afines a la marca, por la gran cantidad de personas que podrían interactuar con el contenido.
- La introducción en la red social TikTok sería de gran ayuda para la marca, primero por la facilidad de uso de esta, segundo por el algoritmo que maneja esta, ya que te segmenta tus preferencias y gustos. Y por último el alcance que se consigue en esta no tiene comparación con ninguna otra red social. Además que Masglo tiene mucho contenido que podría compartir desde ella, logrando no solo llegar al público de Colombia sino internacionalmente.
- Las tendencias son un punto fuerte y debe seguirse trabajando en la innovación porque este es un valor diferencial de Masglo con sus competidores en el sector.
- Se debe aprovechar las festividades para en base a esto generar el contenido mes a mes, así como se encontró con respecto al pride la cantidad de interacción que hubo por la campaña que se hizo y los unboxing con influenciadores de este segmento.

## BIBLIOGRAFÍA

- Barrientos-Báez, A. (s. f.). *Vista de Estructura mediática de tiktok: estudio de caso de la red social de los más jóvenes*. Revista de Ciencias de la Comunicación e Información.  
<https://www.revistaccinformacion.net/index.php/rcci/article/view/126/348>
- Bonnahon, M. A. (2021). El marketing de afiliación en TikTok: caso Amazon.  
<https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/18780/1/%5bP%5d%5bW%5d%20T.%20L.%20Adm.%20Bonnahon%2c%20Mar%c3%ada%20Agustin%20a.pdf>
- El incendio que fundó la marca de esmaltes más grande de Colombia – Latin Pyme, s. f. <https://www.latinpymes.com/el-incendio-que-fundo-la-marca-de-esmaltes-mas-grande-de-colombia/>
- Fonseca, A. (2014). *Marketing digital en redes sociales: lo imprescindible en marketing online para tu empresa en las redes sociales*. Alexandre Fonseca

Lacomba. <https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIASF/article/view/47/46>

- Girón-Pérez, M.I., Barrón-Arreola, K.S., Rojas-Mayorquín, A.E. (2020). The COVID-19 pandemic: impact in Health and Economy. *Revista Bio Ciencias*, 7, e963. <https://revistabiociencias.uan.edu.mx/index.php/BIOCIENCIAS/article/view/963/pdf>
- Modaes. (2016, agosto 25). *La colombiana Masglo crece en el extranjero: abre filial en Perú y tatea su entrada en Italia y Francia*. Modaes. <https://www.modaes.com/cosmetica/la-colombiana-masglo-crece-en-el-extranjero-abre-filial-en-peru-y-tatea-su-entrada-en-italia-y-francia>
- Modaes. (2018, septiembre 10). *Masglo invertirá cinco millones en 20 aperturas en Colombia hasta 2019*. Modaes. <https://www.modaes.com/cosmetica/cerescos-da-un-paso-adelante-con-masglo-invertira-cinco-millones-en-20-aperturas-en-colombia-hasta-2019>
- Ocampo Gonzalez, M. (2014). Aplicación de innovación y desarrollo de nuevos productos en las empresas del sector cosméticos y belleza en la ciudad de Medellín, caso de estudio. [https://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/402/2/Esumer\\_innovacion.pdf](https://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/402/2/Esumer_innovacion.pdf)
- Petro Gaona, A., & Barreneche Sanchez, J. A. (2020). Las Comunicaciones Integradas de Marketing como un desafío organizacional en el caso de los Centros Comerciales de Medellín. [https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/3916/Petro\\_Gaona\\_Alejandra\\_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/bitstream/handle/20.500.12746/3916/Petro_Gaona_Alejandra_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- *Veritrade*. (s/f). Veritradecorp.com. Recuperado el 1 de diciembre de 2022, de <https://www.veritradecorp.com/es/colombia/importaciones-y-exportaciones-cerescos-sas/nit-860512475>
- *Vogue y Masglo copan el mercado de esmaltes en Colombia*. (2021, junio 28). beautymarket. <https://www.beautymarketamerica.com/vogue-y-masglo-copan-el-mercado-de-esmaltes-en-colombia-25451-amppage.php>