

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO



ROLLING BABY  
PLAN DE MEDIOS DIGITAL

TRABAJO DE GRADO

NATALIA GUARÍN HERRERA  
LINA MARÍA SUÁREZ PULIDO  
JUAN PABLO VALDERRAMA NEIRA

BOGOTÁ D, C  
2016

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO



ROLLING BABY  
PLAN DE MEDIOS DIGITAL

TRABAJO DE GRADO

NATALIA GUARÍN HERRERA  
LINA MARÍA SUÁREZ PULIDO  
JUAN PABLO VALDERRAMA NEIRA

TUTOR  
JUAN MANUEL MENDEZ NAVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D, C

2016

## **AGRADECIMIENTOS**

Al culminar este gran proyecto, agradecemos a todas aquellas personas que día a día reforzaron nuestros aprendizajes, brindando un alto nivel de motivación para cumplir con cada uno de los retos presentes al realizar nuestros sueños. Gracias a nuestros padres, hermanos y familiares por su acompañamiento este gran proceso de crecimiento profesional y personal, gracias a todos aquellos docentes de la facultad de Administración que hicieron parte de esta etapa y su nivel de exigencia que nos convierten hoy día en agentes competitivos para generar cambios eficientes dentro de la sociedad.

## TABLA DE CONTENIDO

Glosario .....	1
Resumen.....	3
Abstract.....	4
PRESENTACIÓN.....	5
1. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1 Presentación del nuevo producto.....	7
1.2 Objetivos.....	9
2. DEFINICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO.....	11
2.1 Investigación de mercado.....	11
3. FLOW DE MEDIO.....	19
4. CONCLUSIONES.....	22
5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	23

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Figura 1.</b> Adaptación del nuevo producto para uso .....	7
<b>Figura 2.</b> Materia prima para la creación de Rolling Baby.....	8
<b>Figura 3.</b> Rolling Baby.....	9
<b>Gráfico 1.</b> Porcentaje de personas que participaron en la encuesta .....	12
<b>Gráfico 2.</b> Rango de edades que participan en la muestra del estudio .....	13
<b>Gráfico 3.</b> Relación entre el deporte y producto a distribuir .....	13
<b>Gráfico 4.</b> Frecuencia de uso de la bicicleta en tiempos familiares .....	14
<b>Gráfico 5.</b> Analogías dentro del estudio de mercado .....	15
<b>Gráfico 6.</b> Necesidad de compra del producto .....	15
<b>Gráfico 7.</b> Análisis del volumen demandado .....	16
<b>Gráfico 8.</b> Usos del producto.....	17
<b>Gráfico 9.</b> Multifuncionalidad del producto dentro del mercado.....	17
<b>Gráfico 10.</b> Análisis del poder adquisitivo sobre el bien ofrecido.....	18
<b>Gráfico 11.</b> Importancia del uso del producto .....	19

## GLOSARIO

**Brand awarness:** Es cuando un consumidor puede identificar, asociar y recordar una marca o varios aspectos de una marca. Poder llegar al “top of mind” del consumidor. (Marketing, 2015)

**KPI:** Key Performance Indicators, o sea, indicadores clave del desempeño. Los KPIs son métricas que se utilizan para cuantificar los resultados de una determinada acción o estrategia en función de unos objetivos predeterminados. (Penguin, 2014)

**Leads:** (o registro) es una persona que ha facilitado sus datos de contacto a través del formulario de una landing page y, como consecuencia, pasa a formar parte de la base de datos de una empresa. (InboundCycle, 2013)

**Medios Digitales:** Plataformas informativas, alojadas en Internet y constituidas por herramientas audiovisuales, formatos de interacción y contenidos de carácter virtual. (República, 2015)

**Motores de Búsqueda:** Es un sistema informático que busca archivos almacenados en servidores web gracias a su “spider” (o Web crawler). Las búsquedas se hacen con palabras clave o con árboles jerárquicos por temas; el resultado de la búsqueda es un listado de direcciones Web en los que se mencionan temas relacionados con las palabras clave buscadas (EcuRed, 2016)

**Polipropileno:** Es un termoplástico que es obtenido por la polimerización del propileno, subproducto gaseoso de la refinación del petróleo. Todo esto desarrollado en presencia de un catalizador, bajo un cuidadoso control de temperatura y presión. (Petroquim, 2011)

**Posicionamiento orgánico:** Es la posición que tiene una web de forma orgánica o natural, sin pagar, en las páginas de resultados de búsqueda, para sus palabras clave principales. (Roche, 2014)

**Target:** “objetivo” y cuando lo aplicamos al ámbito del marketing se refiere al público objetivo de nuestras acciones (Borges, 2012)

## RESUMEN

Hoy en día las estrategias digitales para las empresas tienen gran relevancia para el desarrollo óptimo de la actividad comercial. Para una empresa que está más arraigada a los medios tradicionales y donde los medios digitales no se están ejecutando de la mejor manera, es necesario planear y actuar mediante un estudio minucioso de las diferentes alternativas para generar un mejor acercamiento al consumidor final. Teniendo en cuenta lo anterior, para una empresa que comercializa accesorios para bicicletas en la ciudad de Bogotá y que hoy en día no cuenta con una estrategia digital definida, se recomienda hacer una inversión de 50 millones de pesos con el propósito de posicionar un producto nuevo e innovador en el mercado. Un producto que se comercialice digitalmente y que además genere una alta interacción en ámbitos virtuales de la comunicación. Así mismo se recomienda el uso de herramientas masivas tales como Facebook, YouTube, Instagram, Google, Mediamath y Spotify donde la segmentación del mercado se puede realizar de una manera más efectiva y además donde se asegura un mayor alcance.

**Palabras clave:** Estrategias digitales, Medios Digitales, Medios Tradicionales, Alcance, Segmentación.

## ABSTRACT

Nowadays digital strategies for companies have a great relevance for the optimum development of commercial activity. For a company that is more rooted in traditional media and where digital media is not running in the best way, it is necessary to plan and act through a thorough study of the different alternatives to generate a better approach to the final consumer. Taking into account the above, for a company that sells bicycle accessories in the city of Bogota and today does not have a defined digital strategy, it is recommended to make an investment of 50 million pesos for the purpose of positioning a new product and innovative in the market. A product that is commercialized digitally and that also generates a high interaction in virtual domains of the communication. Also it is recommended the use of massive tools such as Facebook, YouTube, Instagram, Google, Mediamath and Spotify where the segmentation of the market can be realized in a more effective way and also where it assures a greater reach.

**Keywords:** Digital Strategies, Digital Media, Traditional Media, Scope, Segmentation.

## **PRESENTACIÓN**

Marketing Solutions Online es una agencia de publicidad especializada en medios digitales, permitiéndole a las empresas que utilizan nuestros servicios abarcar todo tipo mercado, incrementando el nivel de interacción con sus clientes principales y generando un valor agregado frente a la competencia que puede existir en el mercado.

La misión de Marketing Solutions Online es incrementar el nivel de utilidad de todos los clientes por medio de estrategias teniendo como recurso principal los medios digitales que permitan identificar los diferentes segmentos que se pueden encontrar en determinada industria y con base en ello generar contenidos eficientes que ayuden a generar y mantener una navegación útil beneficiando tanto a la empresa como a los clientes que necesiten el recurso.

Es indispensable tener claridad sobre lo que quiere llegar a generar la empresa en sus clientes utilizando motores de búsqueda eficientes vendiendo siempre la verdad y utilidad del producto determinado, manteniendo una constante actualización en cada uno de los contenidos generados en las redes sociales asociadas a la página del bien ofrecido, pues esto ayudará a responder asertivamente interrogantes por parte del cliente y aprovechar diversas oportunidades de ventas que se puedan generar, provocando un óptimo nivel de recordación entre los clientes y así mismo generar relaciones a largo plazo que permitan incrementar el nivel de utilidad y ser perdurables en el tiempo teniendo en cuenta los cambios digitales que se presentan con el avance de la tecnología y necesidades de transformación que requiere el entorno.

En Marketing Solutions Online estamos en total disposición para brindar el mejor espacio digital a las empresas y garantizar resultados eficientes con la aplicación de estrategias que les permitirán mejorar su posición en el mercado donde participan.

## 1. INTRODUCCIÓN

Atendiendo la solicitud del Doctor Nairo Quintana y teniendo en cuenta que su empresa se enfoca en la construcción y comercialización de bicicletas para toda la familia y para todo tipo de terreno, en Marketing Solutions Online elaboramos un plan de medios digital presentando Rolling Baby como producto innovador que permite pasear de manera segura a los niños de 2 a 7 años de edad y adaptable a los diferentes tamaños de las bicicletas distribuidas. Para iniciar el nuevo proyecto, se cuenta con \$50.000.000 disponible para el desarrollo de la publicidad digital que permitirá a este gran empresario incrementar sus utilidades y generar un impacto innovador en el mercado deportivo.

Es importante tener en cuenta los recursos con los que cuenta el Doctor Nairo actualmente para la distribución del producto, pues es posible retomar elementos como por ejemplo el contenido y mejorarlo de tal forma que sea un aspecto fundamental para atraer y mantener clientes potenciales.

Marketing Solutions Online pretende incluir en este deporte a todo el grupo familiar sin presentar limitación alguna, la propuesta no se expone en el mercado actualmente y sería una buena forma de iniciar el gusto por este deporte, además de abarcar el nicho de mercado de la línea infantil que hasta el momento es conquistada por marcas de ropa y empresas de juguetes.

Durante el desarrollo del plan, se dará a conocer la utilidad del producto y que tanta acogida puede llegar a tener para establecer los términos de ganancia teniendo en cuenta los plazos de retorno a la inversión (ROI), lo ideal es presentar una idea clara donde el empresario pueda proyectarse a futuro e identificar las ventajas y valor diferenciador de acudir a Marketing Solutions Online.

El proyecto que se presenta al Doctor Nairo Quintana será perdurable con el tiempo, permitiéndole establecer planes de ganancia óptimos que generará un nivel de recordación elevado en la mente de los colombianos, atrayendo prospectos y fidelizando a sus clientes más

rentables generando una interacción de compra y venta bastante dinámica posicionando la marca y conquistando al mundo empresarial, deportivo y digital.

### 1.1 Presentación del Nuevo Producto

Rolling Baby es un accesorio para bicicletas donde se puedan transportar niños y niñas de 2 a 7 años, de 9 a 17 kg, teniendo en cuenta las condiciones climáticas y la seguridad de los niños como de los padres en la ciudad de Bogotá.



**Figura 1 Adaptación del nuevo producto para uso.** Diseño del Rolling Baby para identificar posibilidades de realización del mismo, espacio que ocupa y eficiencia del producto.  
Fuente: Elaboración propia.

Para el desarrollo del producto se tomaron en cuenta varios factores que nos permitieron llegar al resultado final, entre ellos están principalmente la seguridad de los niños, la facilidad de traslado, el clima cambiante y el medio ambiente.

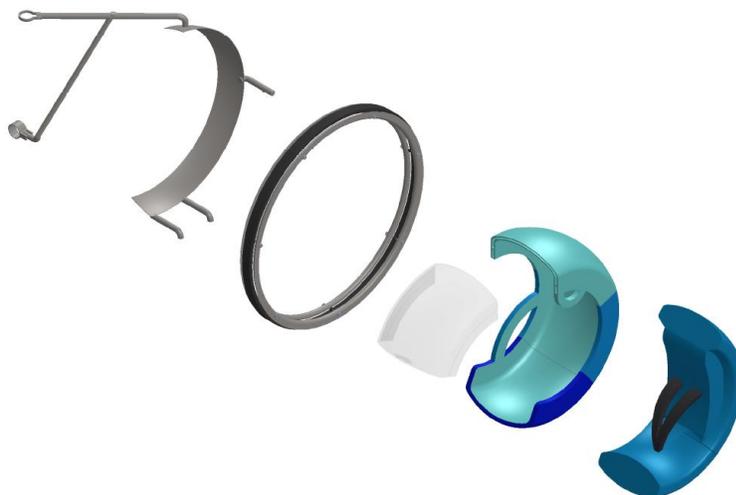
La silla contiene una capa protectora al medio ambiente, que protege a los niños de cualquier viento o lluvia que pueda afectar su salud, dándole así un ambiente más cálido y seguro a los hijos.

Es una manera diferente de disfrutar una nueva experiencia junto a tus hijos, una forma que rompe con los esquemas pero sobretodo es un `producto con una vida útil prolongada.

Entre sus beneficios encontramos:

- Fácil instalación a la bicicleta
- Silla con cojinería para mayor comodidad
- Laterlas que le dan más protección al niño
- Cinturón de seguridad ajustable a la edad
- Cubierta protectora ante la intemperie
- Disponibilidad en distintos colores

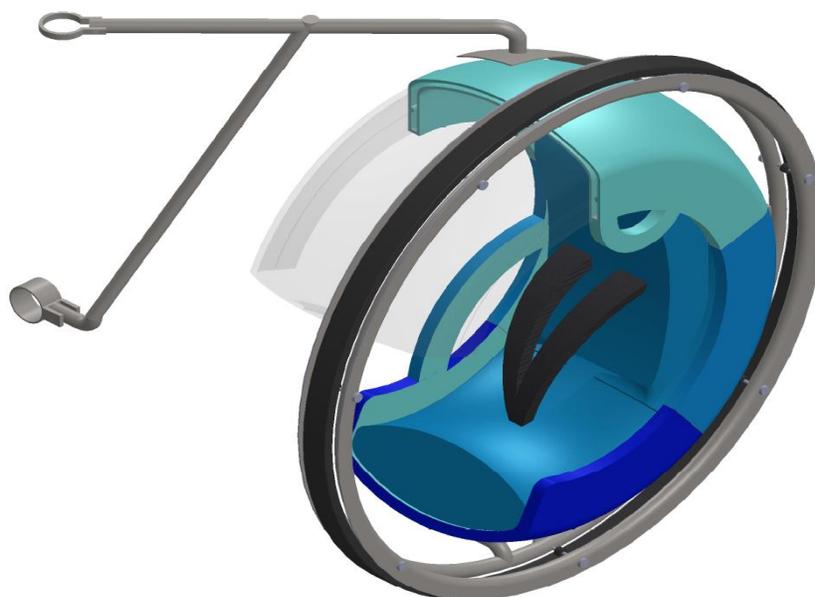
Para asegurar la calidad del producto, su duración y la seguridad de los niños se han escogido materiales de excelente calidad, para cada una de las partes que componen a Rolling Baby.



**Figura 2 Materia prima para la creación de Rolling Baby.** Insumos para elaborar Rolling Baby, evaluando la calidad de cada uno y su eficacia para el buen funcionamiento del producto.

Fuente: Elaboración propia.

Consta de una estructura metálica rodeado de aros de tubo de acero, caucho neumático y rodamientos. La capa de protección contra el clima está hecha de polipropileno transparente y la silla con cojinería en espuma flexible con tela vinílica. Cinturón de seguridad y la hebilla de seguridad de tres puntos.



**Figura 3 Rolling Baby.** Presentación y proyección de Rolling Baby con adaptador para un uso óptimo y seguridad necesaria.

Fuente: Elaboración propia.

## 1.2 Objetivos

En primer lugar es necesario dar a conocer el producto de forma innovadora, presentando las principales ventajas de su uso con ayuda de estrategias digitales que permitan a la empresa mejorar y mantener una posición superior en el mercado ofreciendo una alternativa inclinada en el deporte que motiva y fortalece varios aspectos de las actividades diarias de las personas que conviven con niños menores a 7 años. Enseguida todas las metas se enfocarán en:

- Generar un alto grado de alcance pues al ser un producto completamente nuevo en el mercado, se debe procurar que éste sea conocido por la mayor cantidad de personas posibles y que estas tengan los intereses alineados con las características del producto.
- Segmentar: Si bien el mercado objetivo ya está definido, es necesario segmentar por los intereses de las personas, de esta manera se hace más efectiva la comunicación.
- Brand awareness: Lograr que los consumidores consigan identificar, asociar y recordar los varios aspectos de la marca, en pocas palabras es poder llegar al Top of Mind del consumidor final.
- Generar una comunidad en redes sociales que nos permita adquirir información sobre los clientes más potenciales y así mismo retener su atención, estableciendo relaciones a largo plazo que permitan generar utilidades a la empresa, crecimiento del mercado y satisfacción de intereses por parte de los consumidores.
- Generación de Leads: Registrar un alto número de consumidores en caliente, cuando una persona registra sus datos, es un cliente cuya decisión de compra está más cercana y está dispuesta a conocer más de la marca y el producto.
- Mejorar el posicionamiento orgánico de la página web: Realizar mejoras a la página web de la empresa haciendo que su posicionamiento orgánico este mejor ubicado.
- Generar más tráfico en el web-site: El objetivo final es que el consumidor ingrese a la página web para conocer más de nuestro producto y nuestra compañía. En el momento que el consumidor está ingresando a la página web está mostrando un alto grado de interés y es en la página web donde la empresa debe tener todas las herramientas para cerrar ventas y generar leads.

## 2. DEFINICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

### 2.1 Investigación de mercado

Para un buen lanzamiento y acogida del producto, es necesario identificar el tipo de mercado que se desea conquistar y retener teniendo en cuenta las ventajas de su uso y eficiencia que presenta él mismo convirtiéndolo en un producto único en el mercado.

En primer lugar se realizó una encuesta que pretende identificar la necesidad de adquirir el producto como forma de mejora en las actividades diarias de las personas, promoviendo el gusto por el deporte e intereses que apuntan a la posible compra de Rolling Baby.

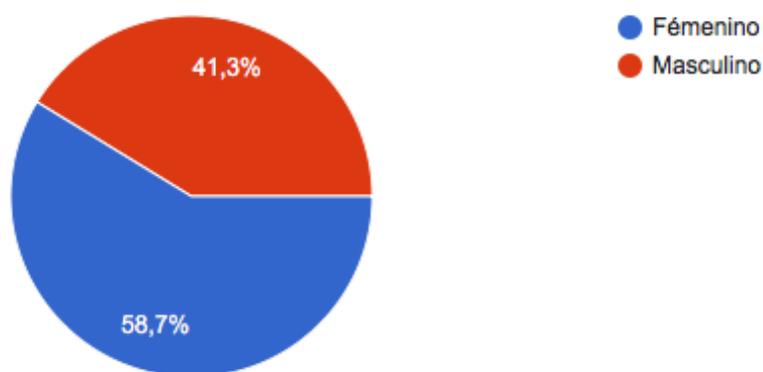
Las características que se han de tener en cuenta en el desarrollo de la encuesta y parámetros para enfocar la promoción del producto al mercado indicado son:

- Edad: El rango para el cual va dirigido este nuevo producto oscila entre 20-43.
- Familia: Aunque no sea necesario que los clientes principales sean padres de familia, pues este producto puede ser usado con hermanos, sobrinos, primos y hasta mascotas, en primera medida se busca satisfacer la necesidad que presentan los padres y madres al transportarse con sus hijos menores a distancias moderadas, generando un ahorro de tiempo y eficiencia en los procesos que motiva al interés por el deporte
- Poder adquisitivo: Capacidad de las personas de adquirir el producto, teniendo en cuenta la calidad y utilidad del mismo en sus actividades diarias.
- Intereses Deportivos: Este producto va enfocado a todas aquellas personas que despiertan cierto gusto por este deporte incluyéndolo en sus actividades diarias identificando una oportunidad de realizar las tareas de forma eficiente ahorrando el mayor posible y transportando a los niños de forma segura.

- Interés medioambiental: Prefieren no utilizar vehículos o transportes públicos pues el uso de bicicletas para transportarse, ayuda al medio ambiente a proteger el aire de contaminación, logrando contribuir a un espacio limpio y protección del planeta para generar un ambiente adecuado de generaciones futuras.

Se realiza un análisis cuantitativo con los siguientes resultados:

### Género (63 respuestas)

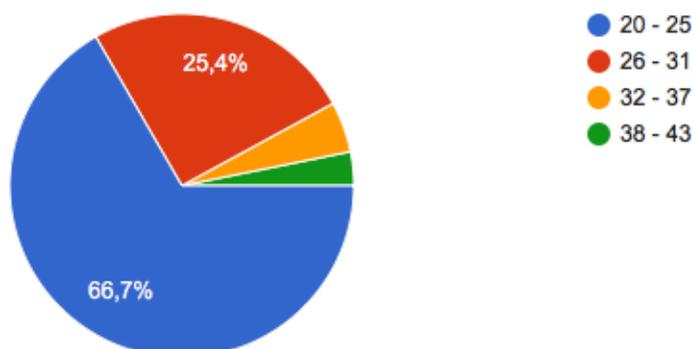


**Gráfico 1 Porcentaje de personas que participaron en la encuesta.** Resultados obtenidos dentro del estudio de mercado analizando la muestra.

Fuente: Elaboración propia.

Rolling Baby puede ser usado tanto por hombres como por mujeres, por lo tanto se consideró importante incluir la opinión de los dos géneros e interés por la creación del producto innovador. Es posible observar que la mayoría de las personas encuestadas son mujeres, sin embargo hasta el momento no se puede definir una inclinación acertada por este deporte y actividad diaria.

### Edad (63 respuestas)



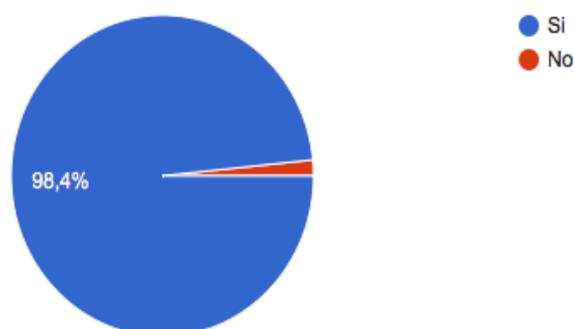
**Gráfico 2 Rango de edades que participan en la muestra del estudio.** Resultados obtenidos dentro del estudio de mercado analizando la muestra.

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de los rangos de edades establecidos, se tuvo en cuenta el entorno en el cual participan las personas, sus actividades diarias y manifestación real por intereses inclinados al deporte, mejora de calidad de vida y unión familiar junto con la presencia de niños menores de 7 años en sus hogares siendo estos hijos, sobrinos, primos, hermanos, etc.

### ¿Piensa que el deporte es importante dentro de las actividades diarias?

(63 respuestas)

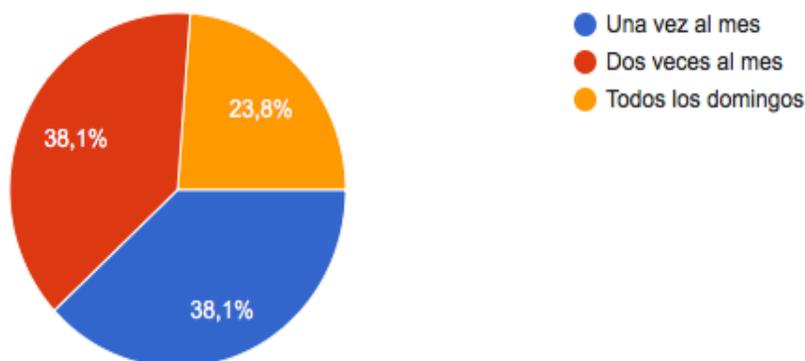


**Gráfico 3 Relación entre el deporte y producto a distribuir.** Resultados obtenidos dentro del estudio de mercado analizando la muestra obtenida e inclusión del deporte.

Fuente: Elaboración propia.

Un 98.4% de las personas encuestadas manifiestan que el deporte es importante dentro de las actividades diarias, siendo estas reforzadas por diferentes entes de motivación que con el paso del tiempo definen algún tipo de interés específico en las diversas áreas del deporte.

### ¿Qué tan frecuente sale a ciclovía los domingos? (63 respuestas)



**Gráfico 4 Frecuencia de uso de la bicicleta en tiempos familiares.** Resultados obtenidos dentro del estudio de mercado analizando la muestra y uso práctico de la bicicleta dentro de los hogares colombianos.  
Fuente: Elaboración propia.

El planteamiento de esta pregunta nos ayuda a definir con qué frecuencia los Bogotanos utilizan la bicicleta como medio de esparcimiento los días no laborales, obteniendo como resultado que un 38.1% de las personas asisten a ciclovía una y dos veces a la semana y un 23.8% sale todos los domingos a practicar este deporte. Esto permite concluir que existe un buen nivel de participación en el uso de la bicicleta, lo cual beneficia a la idea de negocio planteada desde un inicio y se pronostica un gran interés en el mismo.

### ¿Ve el deporte como una motivación para la formación integral de sus hijos?

(63 respuestas)

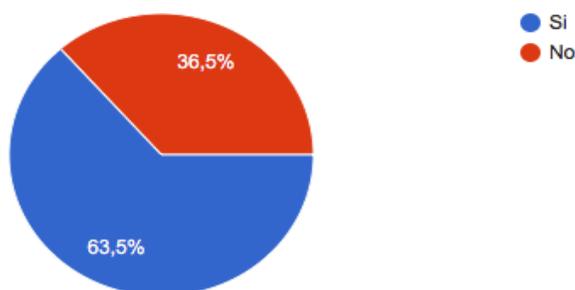


**Gráfico 5 Analogías dentro del estudio de mercado** Resultados obtenidos dentro del estudio de mercado analizando la muestra y aportes del uso de éste.

Fuente: Elaboración propia.

Una de las motivaciones para la creación de Rolling Baby, es el impulso que se le dará a los niños y niñas que pasean con sus padres en la bicicleta, para despertar el gusto por el deporte y promover una formación integral que manifieste disciplina y constancia, lo cual se puede demostrar en otras actividades realizadas. Un 90.5% de los encuestados opinan que el deporte contribuye al crecimiento y enseñanza de los niños y las niñas, esto nos genera como agencia un valor agregado y contribuye a que las personas crezcan conforme se mejora el producto y este se convierta en un bien de gran acogida y recordación.

### ¿Acostumbra a salir a ciclovía con niños pequeños ó mascotas? (63 respuestas)



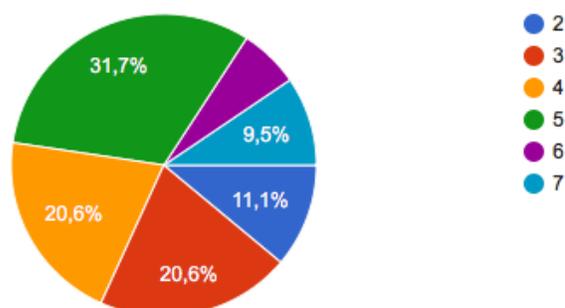
**Gráfico 6 Necesidad de compra del producto** Resultados obtenidos dentro del estudio de mercado analizando la muestra y posibles necesidades de compra del mismo.

Fuente: Elaboración propia.

Un 63.5% de las personas encuestadas comparten momentos de ciclovía con niños pequeños o mascotas, lo cual incrementa las oportunidades de participar en el mercado para Rolling Baby de manera dinámica abarcando varios nichos de mercado.

**Si tuviera la posibilidad de usar diariamente la bicicleta para sus actividades diarias y contribuir a la mejora del medio ambiente, ¿Cuántos días a la semana la utilizaría?**

(63 respuestas)



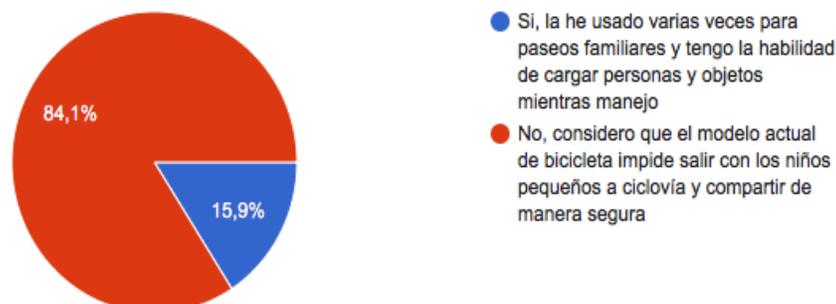
**Gráfico 7 Análisis del volumen demandado** Resultados obtenidos dentro del estudio de mercado analizando la muestra y posible nivel de demanda que se pueda generar.  
Fuente: Elaboración propia.

Actualmente se promueve el uso de bicicletas para realizar actividades diarias. El planteamiento de esta pregunta enfoca su interés en la mejora del medio ambiente, teniendo en cuenta las personas que llevan a sus hijos al colegio o deben transportarlos diariamente.

Se presenta una participación mayor al incluir temas ambientales que junto a ello permite realizar labores en el menor tiempo posible destacando el tráfico de Bogotá. Al tener la oportunidad de usar frecuentemente la bicicleta un 20.6% la manejaría entre 3 y 4 días y un 31.7% la utilizaría 5 días; los resultados obtenidos reflejan una gran oportunidad de participación en la industria para Rolling Baby.

## ¿Considera que la bicicleta es un medio de transporte seguro para trasladarse con niños pequeños o mascotas?

(63 respuestas)

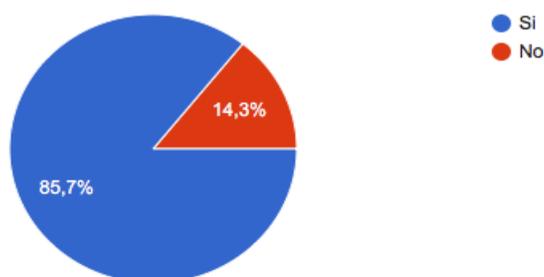


**Gráfico 8 Usos del producto** Resultados obtenidos dentro del estudio de mercado analizando la muestra y niveles de seguridad del uso de la bicicleta.  
Fuente: Elaboración propia.

Un 84.1% considera que las condiciones actuales del modelo tradicional de bicicleta no permite un transporte adecuado de niños pequeños, esto nos representa como agencia la oportunidad de innovar y generar ventaja competitiva en la industria deportiva.

## Si el mercado deportivo ofrece un producto donde pueda llevar a su hijo, primo, sobrino, hermano, etc de manera segura en la bicicleta y así realizar varias labores economizando tiempo y dinero. ¿Usted estaría dispuesto a adquirirlo?

(63 respuestas)



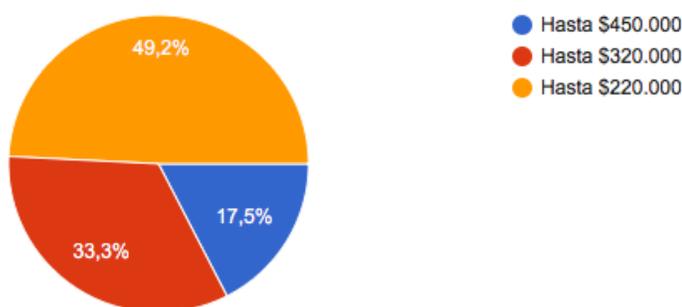
**Gráfico 9 Multifuncionalidad del producto dentro del mercado** Resultados obtenidos dentro del estudio de mercado analizando la muestra y nivel de eficiencia del producto enfocado al poder de adquisición.  
Fuente: Elaboración propia.

El planteamiento de esta pregunta abre las puertas a de Marketing Solutions Online, para la inclusión en el mercado identificando una gran acogida al presentar un equipamiento

seguro, satisfaciendo la necesidad de transportarse, ahorrar tiempo, cuidar el medio ambiente y motivar a la población infantil en la participación y recordación del ciclismo contando con un 85.7% de personas que pueden llegar a generar cierto nivel de demanda positivo para la empresa.

**¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un equipamiento seguro para transportar a su hijo, sobrinos, primos ó mascotas en la bicicleta teniendo en cuenta la calidad?**

(63 respuestas)



**Gráfico 10 Análisis del poder adquisitivo sobre el bien ofrecido** Resultados obtenidos dentro del estudio de mercado analizando la muestra y evaluando capacidad de demanda del mismo.  
Fuente: Elaboración propia.

Un 49.2% de las personas demuestran un poder adquisitivo que puede llegar hasta el pago de \$220.000 por adquirir Rolling Baby y tener el beneficio de trasladar de manera segura los niños pequeños que hacen parte del núcleo familiar; esto nos ayuda a establecer el precio de venta y la acogida que este tendrá dentro del mercado.

### Salir a ciclovía en familia significa para usted... (63 respuestas)



**Gráfico 11 Importancia del uso del producto** Resultados obtenidos dentro del estudio de mercado analizando la muestra e influencia del uso del mismo en los hogares colombianos  
Fuente: Elaboración propia.

La idea de negocio que se desea emprender tiene como objetivo ofrecer al público un producto innovador y eficiente que por esencia genera un nivel superior de competitividad agregando valor a la motivación de realizar actividades en familia sin ningún tipo de limitación, pensamiento compartido por el 60.3% de las personas que participaron en la encuesta.

### 3. FLOW DE MEDIOS

Haciendo una inversión de 50, 000,000 de pesos por 6 meses esperamos tener un alcance 236 mil personas en la ciudad de Bogotá. Esto con el fin de dar a conocer un producto completamente nuevo e innovador. Para lograrlo nosotros como agencia presentamos el siguiente plan de medios donde recomendamos invertir esta cantidad de dinero de la siguiente forma.

En primer lugar proponemos hacer una inversión de 15.000.000 de pesos en Facebook, esto debido a que en esta red social nuestra target se encuentra haciendo una interacción constante. Esta herramienta por su parte permite hacer una segmentación mucho más enfocada y dirigida lo que nos asegura que el lanzamiento del producto va a ser más exitoso y efectivo.

De este presupuesto sugerimos tomar 10 millones de pesos para pautar por medio de Page Posts, estos generalmente son los que mayor alcance tiene y mejor ayudaran a posicionar la marca. Tiene dos formatos, uno que es en forma de display y que únicamente aparece cuando los usuarios están interactuando en la red desde un computador, el otro formato es un post que aparecerá en el news feed de la persona mientras navega desde su celular, Tablet y así mismo desde el computador.

Por otro lado con los 5 millones restantes vemos una gran oportunidad en invertir haciendo Video Ad, esta puede llegar a ser la forma más económica de pautar en Facebook y tiene un alto grado de alcance a su vez. Esta herramienta permite hacer una segmentación por intereses de las personas al ver videos, esto con el motivo que cuando una persona esté viendo un video de algo relacionado con nuestro producto, el primer video sugerido sea uno donde la nueva marca este presente.

En segundo lugar encontramos que invertir en Google AdWords es una ventana para dar a conocer un producto que la gente posiblemente está buscando y no sabe que existe. Para esto proponemos una inversión de 10 millones de pesos donde vamos a tener en cuenta palabras o frases cortas clave tales como:

- Bicicletas en Bogotá
- Accesorios bicicletas
- Silla porta bebe bicicleta
- Tráiler para bicicleta
- Carro para bici
- Silla de bebe

Al usar estas palabras, esperamos que la gente con esos intereses de búsqueda encuentren este producto innovador. Además se tiene como objetivo que la página web de la empresa este mucho mejor posicionada y tenga mayor tráfico en ella.

A su vez en meses clave como en diciembre por ser época de navidad o Mayo por ser el día de la madre y próximo día del padre en Junio se puede hacer pauta con anuncios, estableciendo ofertas para palabras clave.

En tercer lugar y no menos importante que los anteriormente mencionados, analizamos que Youtube es otra herramienta fundamental para pautar este producto. Con una inversión de 10 millones de pesos queremos generar anuncios de 10 a 20 segundos donde podamos mostrar las características y ventajas del producto.

La ventaja de esta herramienta es que se pueden medir de muy buena manera los resultados de la campaña, Youtube tiene integrada la herramienta de Analytics la cual permite mejorar constantemente la efectividad del anuncio. Por otro lado, el presupuesto es de total control ya que si el usuario decide saltarse el anuncio no se le va a cobrar absolutamente nada al que lo está pautando.

Otra estrategia que está alineada con el plan que se propone es la pauta en Instagram, por este lado proponemos hacer un carrusel con fotos muy llamativas que tengan además un llamado a la acción. Se pueden elegir diferentes botones con estas características, lo más recomendado es un botón que lleve al usuario a la página web de la empresa para que conozca más del nuevo producto. Para esto presupuestamos una inversión de 5 millones de pesos.

El quinto medio que vamos a utilizar para hacer aún más efectivo este plan, es un display tradicional por medio de Media Math, esta es una estrategia de remarketing digital, donde el costo solo se paga si se consumió la pauta. Entonces para esto está el coste por impresiones, el coste por clic o por acción.

Por último vimos una gran oportunidad en pautar en Spotify, esto debido a que en la versión gratis de la App las personas están obligadas a escuchar una cuña como pauta para poder seguir escuchando su música, por otro lado también se puede hacer una segmentación por intereses. Se puede ver cuáles son las personas que escuchan las listas que ya existen para

paseos en bicicleta y para hacer ejercicio en familia y de esta forma la comunicación se vuelve mucho más efectiva

#### 4. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta el estudio realizado y los resultados obtenidos se destaca la necesidad de uso y efectividad del producto dentro del mercado, es posible concluir que existe un buen nivel de demanda frente al mismo atendiendo las necesidades de un transporte seguro y rápido lo que es fundamental para la actividad diaria en la ciudad de Bogotá.

Se puede ver claramente una oportunidad alta de negocio ya que, a raíz de las respuestas de los encuestados las personas en Bogotá cada vez están usando más la bicicleta no solo para movilizarse sino también para compartir tiempo en familia y además están dispuestas a invertir en ello.

Por otro lado, se definió que el medio de comunicación con el cliente más importante sería Facebook y esto debido a la segmentación especializada que se quiere hacer, conociendo gustos, intereses, género y edades entre otras cosas. Se vio en esta red social la oportunidad más grande para acercarse al consumidor y dar a conocer el producto, esto sin descuidar los otros medios que servirán para posicionar aún mejor el Rolling Baby.

Finalmente se ve como tema fundamental el precio del producto el cual según nuestros encuestados no debe sobre pasar los 220 mil pesos. Esto hará más competitivo y atractivo este accesorio y lo pondrá en un sitio privilegiado en contraste con la competencia.

## Bibliografía

- Bogotá , S. d. (2016, 31 de Marzo). *Metro Cuadrado*. Recuperado de Metro Cuadrado:  
<http://www.metrocuadrado.com/noticias/actualidad/las-localidades-en-bogota-con-mas-tramos-de-ciclorrutas-2389>
- Borges, V. (2012). *Metodo Marketing*. Recuperado de <http://metodomarketing.com/que-es-target/>
- Desarrollo, B. I. (2015, 26 de Febrero). Bogotá es la ciudad latinoamericana que más se moviliza en bicicleta. *El Espectador* .
- EcuRed. (2016). *EcuRed Conocimiento con todos y para todos*. Recuperado de [https://www.ecured.cu/Motor\\_de\\_b%C3%BAsqueda](https://www.ecured.cu/Motor_de_b%C3%BAsqueda)
- Geografia, I. N. (2015). ENCUESTA NACIONAL DE LA DINÁMICA DEMOGRÁFICA, Bogotá.
- InboundCycle. (2013). *InboundCycle, agencia de inbound marketing*. Recuperado de <http://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/bid/170336/qu-es-un-lead>
- Marketing, T. (2015). *Todo Marketing*. Recuperado de <http://www.todomktblog.com/2015/03/brand-awareness-que-es.html>
- Penguin, W. (2014). *Marketing Yose*. Recuperado de <http://www.yoseomarketing.com/blog/que-es-un-kpi-significado-kpis-indicadores/>
- Petroquim. (2011). *Petroquim, Tecnologia y servicio en polipropileno*. Recuperado de <http://www.petroquim.cl/que-es-el-polipropileno/>

República, B. d. (2015). *Biblioteca Virtual*. Recuperado de

[http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/los\\_medios\\_de\\_comunicacion#Medios\\_digitales](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/los_medios_de_comunicacion#Medios_digitales)

Roche, E. (Junio de 2014). *Coach2coach*. Recuperado de <http://coach2coach.es/que-es-posicionamiento-web-organico/>



