



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

PAFE - Estrategias Digitales para Negocios

Trabajo de Grado

Angie Paola Bermúdez Herrera
Daniel Camilo Arboleda
Hensley Gabriel Romero
Juan David Durán

Bogotá D.C, Colombia

2022-I



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

PAFE - Estrategias Digitales para Negocios

Trabajo de Grado

Angie Paola Bermúdez Herrera
Daniel Camilo Arboleda
Hensley Gabriel Romero
Juan David Durán

Tutor: Hernán Cruz

Bogotá D.C, Colombia

2022-I

TABLA DE CONTENIDO

<i>RESUMEN</i>	5
<i>ABSTRACT</i>	6
<i>1. Introducción</i>	7
1.1 Antecedentes	7
1.2 Misión	8
1.3 Visión	8
1.4 Definición del objetivo principal	8
<i>2. Análisis de la competencia</i>	9
2.1 Análisis DOFA	10
2.2 Análisis Audiencias	11
<i>3. Objetivo</i>	14
<i>4. Estrategia</i>	14
4.1 Estrategia de Contenido	15
4.2 Estrategia de Social Media	16
4.3 Creación de píldoras formativas a través de videos	16
<i>5. Cronograma</i>	17
<i>6. Resultados</i>	18
<i>7. Presupuesto</i>	19
<i>8. Bibliografía</i>	21

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Análisis competencia sector Fundival	9
Ilustración 2. Análisis DOFA	10
Ilustración 3. Buyer persona mujer	12
Ilustración 4. Buyer Persona Hombre	13
Ilustración 5. Cronograma	17

RESUMEN

Es un proyecto de marketing digital que se le desarrollará a la empresa Fundival SAS. Esta es una fábrica y su sede principal ubicada en Bogotá. Se caracteriza por ser líder en diseño, fabricación e instalación de pisos elevados para la adecuación de edificios y oficinas inteligentes, centros de cómputo, centros de control, centrales telefónicas, termoeléctricas, data center y call centers donde se desempeña en prestar sus excelentes servicios y productos. Le realizaremos un estudio de marketing digital, haciendo creación de contenido y desarrollaron estrategias como social media. Se proyectará el alcance que se puede llegar a tener en comparación a sus clientes y ventas a través de un estudio de marketing digital, que a su vez mejorará el alcance llegando a posibles nuevos compradores. Este proyecto se realizará en un período de un año.

Palabras Clave: Análisis, Mercadeo, Digital, Fundival S.A.S.

ABSTRACT

It is a digital marketing project that will be developed by the Fundival SAS company. This is a factory and its main headquarters located in Bogotá. It is characterized by being a leader in design, manufacture and installation of raised floors for the adaptation of smart buildings and offices, computer centers, control centers, telephone exchanges, thermoelectric plants, data center and call centers where it works to provide its excellent services and products. We will carry out a digital marketing study, creating content and developing strategies such as social media. The scope that can be achieved in comparison to its clients will be projected and sales through a digital marketing study, which in turn will improve reach by reaching potential new buyers. The project will be carried out in a period of one year.

Keywords: Analysis, digital marketing, Fundival S.A.S; raised floors.

1. Introducción

1.1 Antecedentes

Fundival SAS es una empresa con más de 30 años de experiencia en Colombia, Tiene su fábrica y sede principal ubicada en Bogotá y es líder en diseño, fabricación e instalación de pisos elevados para la adecuación de edificios y oficinas inteligentes, centros de cómputo, centros de control, centrales telefónicas, termoeléctricas, data center y call centers, tienen certificado de gestión de calidad ISO 9001 en la producción de pisos elevados. Fundival ofrece pisos que se adaptan a las necesidades de las empresas brindando organización, facilitando el control, alineación e interconexión de cableado, que permite acomodar, reparar, aumentar, proteger todo el sistema de cables y mejorar todos los servicios que los equipos de las empresas necesiten.

Productos:

- Piso elevado en acero
- Piso elevado en fibra celulósica
- Piso elevado en acero para recibir alfombra
- Baldosa en vidrio para piso elevado
- Baldosas perforadas para salida de aire acondicionado
- Sistema a tierra
- Estructura sismo resistente

- Sello pasacables policarbonato
- Difusores para salida de aire

1.2 Misión

Ser una empresa que está comprometida en la producción e instalación de pisos elevados, cumpliendo con los requisitos de alta calidad, ofreciendo una gran variedad de portafolio y atendiendo a las necesidades de nuestros clientes.

1.3 Visión

Ser la empresa líder en el mercado de pisos elevados, con proyección de crecimiento a nivel nacional e internacional, siendo reconocidos por el excelente servicio y calidad de nuestros productos.

1.4 Definición del objetivo principal

Mejorar el posicionamiento de la empresa a nivel nacional, mejorando la visibilidad de la marca en sitio web y redes sociales llegando así a clientes potenciales por medio del desarrollo de estrategias digitales.

2. Análisis de la competencia

De acuerdo al fin de la empresa, se han compilado 5 competidores en la tabla 1 expuesta a continuación, teniendo como base que Fundival S.A.S es una compañía con 30 años de experiencia en Colombia, líder en el diseño, fabricación e instalación de pisos falsos para la adecuación de edificios y oficinas inteligentes, centros de cómputo, centros de control, centrales telefónicas, termoeléctricas, data center y call centers, damos soluciones e innovamos en aplicaciones especializadas para todo diseño y construcción.

Cabe resaltar que algunas de estas compañías presentadas, competidoras en la industria de fabricación e instalación de pisos falsos en Colombia, están enfocadas en diseño y distribución de estas, de igual manera están las que se enfocan exclusivamente a la distribución de pisos falsos más no la fabricación e instalación.

Ilustración 1. *Análisis competencia sector Fundival*

Competidor	Sitio Web	SEO	Redes Sociales	Publicidad Digital	Otros Canales Digitales	Estrategia Digital	Ventaja Competitiva
Impark	www.imparkas.com	Medio	Facebook: IMPARC SAS Instagram: @imparksas Youtube: High LightsBlog: N/A	Google	Email Whatsapp SMS	Ofertas por Mails	Ventas online / Descuentos
Tecnoremovibles	www.tecnoremovibles.com	Alto	Facebook: TECNOREMOVIBLES Instagram: @tecnoremovibles Youtube: Tecnoremovibles	Google	Email Whastapp	Marketing	Ventas online / Descuentos
SS Ingeniería S.A	www.hss.com.co	Bajo	Facebook: N/A Instagram: N/A Youtube: N/A	N/A	Email	N/A	N/A
Energe X	www.energex.com.co	Medio	Instagram: @energexsa Facebook: Energex SA Youtube: High	Google	Email		Ventas Online

			Lights				
Hunter Douglas	www.hunterdouglas.com.co	Alto	Facebook: Hunter Douglas Instagram: @hunterdouglascolombia Youtube: High Lights	Google	Email Whatsapp SMS		Ventas Online Descuentos

Fuente: Elaborado por autores

De acuerdo con la tabla anterior, se puede observar que en el mercado existe una competitividad alta y un anquilosamiento en cuanto a mercadeo digital se habla. Observando la tabla se evidencia, que la mayoría de las compañías cuentan con participación en los mismos medios digitales, tales como: Instagram, Facebook, YouTube, entre otros.

Al analizar otros factores como lo son las publicaciones y/o actividad en redes estás resultan ser muy similares, éstas están basadas en la exposición y características del producto. Es importante resaltar que la única empresa que no posee un factor diferencial dentro del cuadro competitivo es HSS, la cual no cuenta con el desarrollo y/o participación de ninguno de los medios digitales aparte de su sitio web. Se observa un estancamiento, pero al mismo tiempo una oportunidad de diferenciación por medio de la exploración y presencia en distintos medios para el resto de las empresas.

2.1 Análisis DOFA

Ilustración 2. *Análisis DOFA*

Análisis Interno	
Fortalezas	Debilidades
Por la poca competencia podemos tener mayor participación en el mercado, esto influirá en que existan	Podemos enfocar los ingresos en una inversión dirigida a lamano de obra para mejorar su rendimiento, con esto

mejores ingresos y se puedan enfocar más en la inversión de buen personal e insumos de buena calidad. Podemos aprovechar la oportunidad de que tengan las posibilidades para fabricar gran parte de su producto mientras que los competidores importan en su totalidad; para lograr sacar una ventaja considerable sobre la competencia.	generamos la posibilidad de participación en más proyectos. Gracias a que existen pocos competidores en el mercado se pueden aplicar mejoras discretas en el proceso de instalación para mostrar mejores resultados, si fuera un mercado muy competitivo se necesitaría mayores inversiones en los cambios del proceso de instalación para lograr diferenciarse de los demás.
Análisis Externo	
Amenazas	Oportunidades
- Gracias al impacto que podemos dar por un buen rendimiento, no podemos enfocar en mercados extranjeros para que nuestros únicos ingresos no sean solo en COP. - Aprovechar que tenemos la oportunidad de direccionar en menor cantidad nuestra inversión a la diferenciación de los demás competidores y con eso obtendremos mayores beneficios y mayor enfoque en mejorar las áreas ya existentes.	- Gracias a la oportunidad de trabajo se puede contratar más personal, lo que provoca más posibles clientes y una disminución en los impuestos, esto debido a que se genera más trabajo por ende más personas deben pagar impuesto, entre más personas paguen impuestos más disminuye el costo de estos. - Para una reducción considerable en los costos de insumos, podemos buscar más materia prima necesaria a nivel nacional y no enfocarnos demasiado en las importaciones, con esto disminuimos la posibilidad de que la volatilidad de monedas extranjeras nos afecte.

Fuente: Elaborado por autores

2.2 Análisis Audiencias

El análisis de audiencia es importante para saber nuestro público objetivo, es el proceso de recopilar la mayor información de nuestra audiencia para entender, quienes son, en qué trabajan y cuáles son sus intereses.

Para el plan de marketing digital que se va a desarrollar en Fundival SAS nuestro target principal está compuesto por clientes con las siguientes características: Arquitecto, diseñador de interiores, Gerente de proyectos, ingeniero civil, diseñador industrial.

Ilustración 3. *Buyer persona mujer*

 María Fernanda Ávila (Diseñadora de interiores) Edad: 36 años Casada, tiene una hija de 10 años Sus ingresos son de \$4.000.000 COP Personalidad: Extrovertida, social y comunica bien sus ideas Nivel de educación más alto: Pregrado y Posgrado Redes Sociales: Facebook Instagram LinkedIn Pinterest Industria: Comercial Tamaño de la Organización: Entre 20 y 30 empleados	Canal de comunicación más utilizado: • Celular • Mail • Redes sociales Herramientas necesarias para trabajar: • Gestión de proyectos. • Software de diseño y creación Responsabilidades Laborales: • Captación y desarrollo de nuevos proyectos. • Creación y remodelación de áreas e infraestructura. • Calidad y Verificación seguridad en Infraestructura Su trabajo se mide en función de: • Calidad y estética en las infraestructuras y construcciones hechas por la empresa. • Desarrollo y diseño interior de infraestructura. • Compromiso con el medio ambiente. Su superior es: • Gerente General • CEO • Gerente de Operaciones Dificultades principales: • Recursos • Gestión del cambio • Gestión de proyectos y falta de organización Metas u objetivos:
---	--

	• Recursos • Gestión del cambio • Gestión de proyectos y falta de organización Obtiene información de: • Páginas Web Proveedores • Redes Sociales • Ferias
--	--

Fuente: Elaborado por autores

Ilustración 4. *Buyer Persona Hombre*

 Santiago Martínez (Gerente de Proyectos) 27 años Soltero ,vive solo Ingresos de 5 000 000 COP Estudios: Pregrado Personalidad: Extrovertido, social y comunica bien sus ideas Redes sociales: • Facebook • Linkedin • Instagram	Canal favorito de comunicación • Teléfono • Correo electrónico • Redes sociales • Ferias empresariales Herramientas que necesita para trabajar • Capacitaciones de proyectos. • Software de seguridad de datos personales. • Infraestructura sólida amplia para la cantidad de personas que trabajan en espacios físicos. Responsabilidades laborales • Gestión de trámite de datos. • Cotización de servicios que necesita la organización. • Calidad en Infraestructura para sus empleados y clientes que frecuentan ir a las instalaciones. Su trabajo de mide en función de • Rentabilidad, costo de sus operaciones de los empleados. Su superior es • Gerente General. Dificultades principales • Muchos de sus empleados trabajan
---	---

• Pinterest	desde casa y frecuentan poco las instalaciones y el no puede saber con exactitud si se sienten cómodos al volver a la vida presencial. Metas u objetivos • Tener el mejor rendimiento para poder escalar de puesto próximamente dentro de la Empresa. • Proveer los mejores recursos al capital humano de forma tangible para el beneficio de la empresa
---	--

Fuente: Elaborado por autores

3. Objetivo

- Aparecer dentro de las 5 principales opciones de búsqueda en el sector de acuerdo a palabras claves y así mejorar su posicionamiento SEO en los próximos 6 meses.
- Incrementar un 20% de la generación de leads en los siguientes 10 meses.
- Alcanzar 5000 seguidores en Facebook, Instagram, y LinkedIn, mejorando su posicionamiento en redes sociales en los siguientes 8 meses.

4. Estrategia

Analizando la presencia de la empresa Fundival S.A en medios digitales, hemos encontrado que solo cuentan con una página web, por lo tanto, nos podemos enfocar en la expansión de la marca en más plataformas digitales en este caso redes sociales, (Facebook, Instagram y LinkedIn), siendo estas de las más populares y que generan gran impacto gracias a su gran alcance.

4.1 Estrategia de Contenido

Estudio del usuario:

- Google Ads: Esta plataforma nos ayudará a crear tráfico a nuestro sitio web, en base a Keywords que son palabras usadas por usuarios en Google al momento de hacer una investigación, Google Ads nos ayuda a promocionar nuestros productos, captar nuevos clientes y obtener mayor alcance.
- Investigación palabras clave.
- Google Analytics: Con esta herramienta buscaremos dar seguimiento de la audiencia, la adquisición, el comportamiento y las conversaciones que se llevan a cabo en el sitio web de la empresa para observar la efectividad de la estrategia y detallar su funcionamiento durante el periodo en que se implementara la estrategia.

Creación de contenido descargable:

- Email Marketing:

Esta estrategia de medio digital nos permitirá por medio del correo electrónico enviar mensajes a nuestros clientes y clientes potenciales, donde nos ayudará a cumplir 3 objetivos:

- Notoriedad: Daremos a conocer a Fundival SAS, su negocio, productos y servicios.
- Imagen: Posicionar la marca, generando una recordación de imagen.
- Acción: Vender productos y servicio

4.2 Estrategia de Social Media

- Creación de Campañas de social media:

Pautas digitales en redes sociales: Designaremos una inversión a la oportunidad de buscar expansión por medio de publicidad en redes sociales, estas pautas funcionan dependiendo de la cantidad monetaria de tu inversión, por ejemplo, cada país tiene un valor diferente por cada publicidad y el tiempo en que ésta dure depende de en cuánto tiempo se gaste tu inversión total. Nos dirigiremos al mercado colombiano para expandir los proyectos nacionales en los que podamos participar, esto dará un ahorro en nuestra pauta ya que el precio de la pauta en Colombia no es muy alto y provocaremos que dure el mayor tiempo posible.

- Call to action: se realizará después de un estudio que determine la gente verdaderamente interesada al servicio, esto se logra gracias a 3 ciclos de pauta digital el primero para llamarla atención de los usuarios, el segundo para encontrar personas con el mismo interés y el tercero para ya dirigir a la página oficial de Fundival y que realicen su encargo.
- Origen de página en red social: Crearemos la página de Fundival en cada red social para mostrarnos como empresa y servicios ofrecidos.

4.3 Creación de píldoras formativas a través de videos

- Post o Publicación: Crearemos contenido digital en las plataformas de redes sociales, estas publicaciones tendrán información e imágenes de la empresa, productos y

servicios, de esta manera la empresa se dará a conocer a los clientes, logrará un mayor alcance y se podrá tener interacción con nuestros clientes.

5. Cronograma

Ilustración 5. *Cronograma*

	Meses																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						</
--	-------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	----

Fuente: Elaborado por autores

Para la elaboración del cronograma se incluyeron todas las actividades a realizar para la ejecución del plan de marketing que se desarrollará a la empresa Fundival S.A.S. Para esto es clave resaltar y definir cada uno de los procesos a implementar, como lo son:

- Pautas digitales en redes sociales: Se harán pautas definidas semanalmente, esto con el finde generar un porcentaje de actividad alto en redes sociales, de alguna forma estas actualmente son de los espacios para pautar con mayor flujo de viewers.
- Call to action: Se realizará bajo 3 ciclos de pauta digital el primero para llamar la atención de los usuarios (primer mes), el segundo para encontrar personas con el mismo interés (segundo mes) y el tercero para ya dirigir a la página oficial de Fundival y que realicen su encargo (tercer mes), de ahí en adelante se manejará 2 veces por semana.

- Origen de página en red social: Crearemos la página de Fundival en cada red social para mostrarnos como empresa y servicios ofrecidos (todo el primer mes y después se revisará 1 vez por semana).
- Post o Publicación: Crearemos contenido digital 1 vez por semana en las plataformas de redes sociales, estas publicaciones serán claves para brindar al cliente información e imágenes de la empresa, productos y servicios, logrando una mayor interacción con nuestros clientes.
- Google Ads: Esta plataforma nos ayudará una vez por semana a crear tráfico a nuestro sitio web, en base a keywords. Buscamos promocionar nuestros productos, captar nuevos clientes y obtener mayor alcance.
- Google Analytics: Con esta herramienta buscaremos dar seguimiento semanal de la audiencia, la adquisición, el comportamiento y las conversaciones que se llevan a cabo en el sitio web de la empresa para observar la efectividad de la estrategia.
- Email Marketing: Esta estrategia de medio digital nos permitirá hacer envíos cada 2 semanas por medio del correo electrónico enviar mensajes a nuestros clientes y clientes potenciales, donde nos ayudará a cumplir 3 objetivos.

6. Resultados

Los resultados de la estrategia de marketing digital planteada se obtendrán con los siguientes indicadores KPIs:

- Tasa de Aperturas: Calcular la tasa de aperturas es $(\text{números de usuarios que abrieron tu correo}) / (\text{Número de usuarios que recibieron el correo}) * 100$
- Número de visitas al sitio web: Identificar si los contenidos en redes y en la página están siendo efectivos, generando un mayor tráfico de clientes.
- Número de leads generados: Aquellas personas que dejaron sus datos en la página web de la empresa para obtener más información sobre los productos que llamaron su atención.
- Número de asistentes (subscriptores): Específicamente es para el número de personas

7. Presupuesto

Hemos asignado una inversión total de \$5.019.700 para toda la publicidad de Marketing digital, la cual es en términos mensuales y será dividida entre las pautas, manejo de Google Ads, Google Analytics y Email marketing.

- Pautas redes sociales:

Nuestro plan en redes sociales, se divide en pautas digitales para instagram y facebook, estas pautas contarán con la publicación de un video con un valor de \$3.000.000 COP al mes que será promocionado diariamente, este valor porque se asignará un pago al Community manager de \$850.000 COP y al social media manager de \$550.000 COP, lo cual significa que el valor total asignado al video será netamente de \$1.600.000 COP, además se realizará la publicación de 5

imágenes al mes por el valor de \$150.000. Nuestro equipo de marketing se encargará del diseño y creación de las redes sociales y mejora de la página web.

- **Google Ads**

Google Ads tendrá un costo de \$600.000 mensuales esto repartido en \$400.000 a la promoción de publicaciones y \$200.000 en la administración de las campañas. Se realizarán 40 anuncios cada uno con un costo de \$7.992, esto permitirá mejorar la visibilidad de la empresa.

- **Google Analytics:**

Se conseguirá una persona totalmente capacitada en google analytics, la cual estará encargada del uso total de esta herramienta para que lleve el control de los resultados de inversión en publicidad, para con eso poder sacar el rendimiento, mejoras y beneficio por esta inversión. A esta persona se le asignará un pago de \$550.000 COP mensual.

Email Marketing:

El community manager se encargará de crear una base de datos con los clientes antiguos, actuales y clientes potenciales, de esta manera se implementará la estrategia de Email marketing, donde se enviará información de nuestros productos y servicios, esta estrategia tendrá un costo de \$400.000 COP trimestral.

8. Bibliografía

- Author, G. (2021, 12 febrero). *SEM: conoce el marketing para buscadores y cómo usarlo para impulsar la presencia digital de tu marca*. Rock Content - ES. Recuperado 28 de octubre de 2021, de [https://rockcontent.com/es/blog/que-es-search-engine-marketing/#:%7E:text=Search%20Engine%20Marketing%20\(SEM\)%20es,las%20acciones%20de%20posicionamiento%20org%C3%A1nico.](https://rockcontent.com/es/blog/que-es-search-engine-marketing/#:%7E:text=Search%20Engine%20Marketing%20(SEM)%20es,las%20acciones%20de%20posicionamiento%20org%C3%A1nico.)
- Correa, D. (2020, 18 mayo). ▷ *¿Qué es y para que sirve la plataforma de Google Adwords?* Escuela para Emprendedores. Recuperado 15 de noviembre de 2021, de <https://escuela-emprendedores.alegra.com/marketing/que-es-y-para-que-sirve-la-plataforma-de-google-adwords/>
- Fuente, O. (2021, 25 octubre). *Cómo ser un Community Manager de éxito*. Thinking for Innovation. Recuperado 28 de octubre de 2021, de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-un-community-manager-redes-sociales/>
- Querales, L. (2021, 18 agosto). *¿Qué es un Social Media Manager y por qué deberías especializarte en este perfil?* Thinking for Innovation. Recuperado 28 de octubre de 2021, de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-social-media-manager-redes-sociales/>
- Retamal, P. P. (2021, 11 marzo). *Precios de la Publicidad de Google Ads en Colombia*. Marketin Google. Recuperado 15 de noviembre de 2021, de <https://marketingoogle.cl/experto-en-google-ads/>