



Estrategia de marketing digital para Party State Entertainment S.A.S.

Trabajo de Grado

Laura Fernandez Perdomo

Boris Aldemar Cortés Trujillo

María José Salgado Arrieta

Simón González Pilonieta

Bogotá D.C.

2023.



Estrategia de marketing digital para Party State Entertainment S.A.S.

Trabajo de Grado.

Laura Fernandez Perdomo

Boris Aldemar Cortés Trujillo

María José Salgado Arrieta

Simón González Pilonieta

Tutor: Hernán Alberto Cruz Bernal.

Administración de Negocios Internacionales

Administración de Negocios Internacionales

Administración de Negocios Internacionales

Administración de Empresas

Bogotá D.C.

2023.

Declaración de originalidad y autonomía.

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el documento bajo el título “**Estrategia de marketing digital para Party State Entertainment S.A.S.**”, en la opción de trabajo de grado en PADE II y que por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Laura Fernández Perdomo

Boris Aldemar Cortés Trujillo

María José Salgado Arrieta

Simón González Pilonieta

Declaración de exoneración de responsabilidad.

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Laura Fernández Perdomo

Boris Aldemar Cortés Trujillo

María José Salgado Arrieta

Simón González Pilonieta

Tabla de contenido

Resumen.....	8
Abstract.....	9
1. Análisis	10
1.1 Antecedentes (Mercado e historial empresarial)	10
1.2 Definición del Objetivo del negocio/propuesta de valor	11
1.2.1 Objetivo del Negocio	11
1.2.2 Propuesta de Valor	11
1.3 Análisis de la competencia	13
Figura 1	13
1.3.1 Descripción del Mercado	13
1.3.2 Principales Competidores	14
1.3.3 Fortalezas y Debilidades de la Competencia	14
1.4 Segmentación de la Competencia	15
1.5 Estrategias de Mercadeo de la Competencia	15
1.6 Barreras de Entrada	15
1.7 Tecnología e Innovación	16
1.8 Tendencias del Mercado	16
1.9 Oportunidades	17
1.10 Amenazas	17
1.11 Análisis de la Competencia (DOFA)	17
Figura 2	18
1.12 Análisis de las audiencias (Buyer persona)	19
2. Objetivos	21
2.1 Planteamiento objetivo SMART	21
3. Estrategia	22
3.1 Definición de Estrategias: Estrategias de Contenido	22
3.2 Definición de acciones: Acciones (Tácticas) Especificas	22
3.2.1 Calendario Editorial	22
3.2.2 Publicación de Artículos de Invitado	23
3.2.3 Optimización del Sitio Web	23
3.2.4 Promoción Activa del Contenido	24
3.2.5 Medición y Análisis	24
4. Cronograma	25
5. Resultados	26
5.1 Fase de Atracción	26
5.2 Fase de Consideración	26

5.3	Fase de Decisión	27
5.4	Fase de Retención.....	27
6.	Presupuesto	28
7.	Referencias Bibliográficas.....	29

Lista de figuras.

Figura 1.....	13
Figura 2.....	18
Figura 3.....	19
Figura 4.....	20
Figura 5.....	25
Figura 6.....	28

Resumen

Este proyecto tuvo como objetivo enfocarse en el desarrollo de un modelo de negocio para Party State Entertainment SAS, una empresa especializada en la organización de eventos masivos en discotecas y bares en la reconocida Zona T de Bogotá, con aspiraciones de expansión a nivel nacional, en donde se buscaron estrategias de marketing digital para potencializar a la empresa.

En cuanto a Party State Entertainment SAS, la empresa fue fundada por Andrés Alonso, quien, tras años de promover eventos organizados por otros, decidió formalizar su propia compañía para obtener mayores beneficios al organizar eventos en discotecas y establecer alianzas comerciales más sólidas. Con el tiempo, Party State ha experimentado un crecimiento significativo, ampliando el tamaño de sus eventos y ganando reconocimiento nacional, incluso organizando festividades en todo el país y celebrando anualmente una fiesta masiva de Halloween con una asistencia de alrededor de 10,000 personas.

Para la empresa Party State Entertainment SAS se crearon diversas estrategias de marketing digital, entre las cuales destacan las estrategias de contenido, Social Ads y expansión digital a nivel nacional. Tras considerar los distintos objetivos, se optó por la estrategia de contenido, enfocándose en la creación y distribución de contenido valioso y relevante en plataformas como Instagram, Facebook y TikTok. El objetivo primordial fue incrementar la presencia en línea, comprometer a la audiencia a través del entretenimiento.

Palabras clave: Modelo de negocio, eventos masivos, zona T de Bogotá, expansión nacional, estrategias de marketing digital, reconocimiento nacional, estrategia de contenido, social Ads, entretenimiento.

Abstract

The objective of this project was to focus on the development of a business model for Party State Entertainment SAS, a company specialized in the organization of massive events in nightclubs and bars in the renowned Zona T of Bogota, with aspirations to expand nationally, where digital marketing strategies were sought to enhance the company's potential.

As for Party State Entertainment SAS, the company was founded by Andrés Alonso, who, after years of promoting events organized by others, decided to formalize his own company to obtain greater benefits by organizing events in nightclubs and establishing stronger business alliances. Over time, Party State has experienced significant growth, expanding the size of its events and gaining national recognition, even organizing festivities throughout the country and holding an annual massive Halloween party with an attendance of around 10,000 people.

For Party State Entertainment SAS, various digital marketing strategies were created, including content strategies, Social Ads and nationwide digital expansion. After considering the different objectives, the content strategy was chosen, focusing on the creation and distribution of valuable and relevant content on platforms such as Instagram, Facebook and TikTok. The primary objective was to increase online presence, engaging the audience through entertainment.

Keywords: Business model, massive events, Bogota T-zone, national expansion, digital marketing strategies, national recognition, content strategy, social ads, entertainment.

1. Análisis

1.1 Antecedentes (Mercado e historial empresarial)

Party State fue el resultado de muchos esfuerzos hechos de manera independiente para realizar eventos de entretenimiento en diferentes discotecas de la zona rosa de Bogotá.

Andrés Alonso, CEO y fundador de Party State, se dedicó por muchos años durante su vida universitaria a promocionar eventos organizados por otras personas, eventos donde el organizador se lucraba mucho y él no tanto, ya que el trabajo de promotor normalmente no es bien remunerado. En este ejercicio él decide formalizar una empresa de organización de eventos para contar con mayores ventajas a la hora de organizar un evento en alguna discoteca y con el fin de buscar alianzas comerciales más estables y fuertes que le permitieran triunfar en el mundo de las fiestas realizadas en la Zona T de Bogotá.

Con el tiempo las personas fueron uniéndose al movimiento de Party State, así mismo lo fue haciendo Andrés creciendo cada vez más el tamaño de sus eventos. Cada vez realizaba eventos más grandes, con la fama y el reconocimiento de sus rumbas se extendió al territorio nacional organizando fiestas alrededor de todo el país en todas las ciudades principales, teniendo éxito en cada una de ellas. Esto lo ha llevado a poder realizar cada Halloween una fiesta masiva donde asisten alrededor de 10.000 personas que ya saben de la calidad de los eventos que Party State organiza gracias a todos estos años de trabajo continuo.

Hoy en día Party State tiene un muy buen posicionamiento en el mercado, teniendo en cuenta que todas las fiestas de 4 bares en Bogotá las realizan ellos, junto con la fiesta de Reggeaton más grande del año llamada “Tremenda Sata”, saliendo en medio de comunicación

nacional y paginas importantes de noticias. Si promoción intensiva por medio de Instagram Ads, TikTok y atención personalizada por WhatsApp hacen que este muy presente en la mente de su audiencia. Por último, gran parte de su posicionamiento es que no usan mujeres modelos ya que quieren poner su granito de arena a que la mujer no sea tan sexualizada y llevar la idea de una rumba sana y amena para todos.

1.2 Definición del Objetivo del negocio/propuesta de valor

1.2.1 Objetivo del Negocio

El objetivo principal del negocio de Party State Entertainment SAS tiene como objetivo primordial consolidarse como líder en la organización de eventos masivos en discotecas y bares en Bogotá, Colombia, con la visión de expandirse a nivel nacional. Esto se logrará a través de la organización de eventos atractivos para un público joven, especialmente estudiantes de 18 a 24 años, el establecimiento de una fuerte presencia de marca en la zona T de la 85 en Bogotá, y la futura expansión a otras ciudades de Colombia, cimentando su posición como líder en el mercado del entretenimiento.

1.2.2 Propuesta de Valor

Party State Entertainment SAS nuestra promesa es simple nos distinguimos por nuestro compromiso de ofrecer experiencias de entretenimiento excepcionales para el público joven en

Bogotá, Colombia. Nuestra promesa se basa en la diversidad y calidad de eventos, la accesibilidad y comodidad para nuestros clientes, y un ambiente inclusivo. Nos esforzamos por mantener la consistencia y confiabilidad en cada evento, con el objetivo de liderar la industria y ser la elección natural para aquellos que buscan experiencias de entretenimiento de primer nivel en Bogotá y más allá. Lo hacemos a través de una amplia variedad de eventos emocionantes, promoviendo la inclusión y construyendo una marca confiable en la industria del entretenimiento.

- Visión

Nuestra visión en Party State Entertainment SAS es convertirnos en la referencia indiscutible en la organización de eventos masivos en Colombia. Buscamos expandir nuestra presencia a nivel nacional y ser reconocidos por la calidad, la diversidad y la autenticidad de nuestras experiencias de entretenimiento. Queremos ser una marca icónica que los jóvenes de todo el país asocian con momentos inolvidables, música excepcional y emociones compartidas. A través de la innovación constante, la colaboración estratégica y la pasión por lo que hacemos, trabajamos incansablemente para cumplir nuestra visión y marcar una huella duradera en la industria del entretenimiento.

- Misión

En Party State Entertainment SAS, nuestra misión es crear experiencias de entretenimiento únicas e inolvidables. Nos dedicamos a organizar y desarrollar eventos masivos en discotecas y bares en Bogotá, Colombia, ofreciendo a nuestro público joven, en particular a estudiantes de 18 a 24 años, la oportunidad de disfrutar de noches emocionantes, música de calidad y ambientes vibrantes. Nos esforzamos por ser los líderes en la industria del

entretenimiento y brindar un servicio excepcional que trasciende las expectativas de nuestros clientes. A través de la innovación, la pasión y el compromiso con la diversidad, nuestro objetivo es ser la opción número uno para la diversión y la celebración en la zona T de la 85 en Bogotá.

1.3 Análisis de la competencia

Figura 1.

COMPETIDOR	SITIO WEB	POSICIONAMIENTO SEO	REDES SOCIALES	PUBLICIDAD DIGITAL	OTROS CANALES DIGITALES	ESTRATEGIA DIGITAL	VENTAJA COMPETITIVA
Party 85 Street	https://www.instagram.com/85st_parties/	Medio	Instagram & TikTok	Instagram Ads	WhatsApp	Posicionamiento, contenido, conversión & ofertas	Precios asequibles, constancia de eventos
Explicit	https://www.instagram.com/explicitgroup?igshid=MzRIODBiNWFZA==	Medio	Instagram & TikTok	Instagram Ads	WhatsApp, Mail & Newsletter	Posicionamiento, contenido, conversión & ofertas	Constancia de eventos y variedad de temáticas
Grupo Evadesa	https://www.evadesa.com/	Alto	Instagram Facebook & TikTok	Instagram Ads	WhatsApp, Mail	Posicionamiento, contenido, conversión & ofertas	Exclusividad, prestigio y presencia con muchos locales
Grupo Fabuloso	https://grupofabuloso.com/el-fabuloso/	Alto	Instagram Facebook & TikTok	Instagram Ads	WhatsApp	Posicionamiento, contenido, conversión & ofertas	Clase, prestigio, elegancia y exclusividad Clase, prestigio, elegancia y Variedad de eventos artistas, músculo financiero, eventos grandes
Páramo Entertainment	https://www.instagram.com/paramopresenta/	Alto	Instagram Facebook & TikTok	Instagram Ads	WhatsApp	Posicionamiento, contenido, conversión & ofertas	Clase, prestigio, elegancia y Variedad de eventos artistas, músculo financiero, eventos grandes
Cantina de la esquina	N/A	Medio	Bajo Google	N/A	WhatsApp y Domicilios	Atención al cliente cercano	Efectividad al vender un producto a cualquier hora y cerca de la casa.
Rappi, competidor secundario	https://www.instagram.com/rappicolombia/	Alto	Instagram Facebook, App & TikTok	IG Ads, Facebook Ads, TikTok Ads, Medios tradicionales, voz a voz	App, atención al cliente inmediata, línea telefónica	Colaboraciones con influencers grandes, ads, posts diarios	Presencia, efectividad, variedad y rapidez

Nota: La figura muestra la matriz de competidores. Fuente: Elaboración propia basado en información de redes sociales de sitios de la competencia (85st Parties, 2023; Explicit Group, 2023; Grupo Evadesa, 2023; Grupo Fabuloso, 2023; Páramo, 2023; RappiColombia, 2023).

1.3.1 Descripción del Mercado

Colombia cuenta con una rica tradición cultural y festiva, lo que se traduce en una amplia gama de eventos que se realizan durante todo el año. Estos eventos pueden ir desde conciertos y festivales musicales hasta eventos deportivos y ferias regionales.

1.3.2 Principales Competidores

- Empresas establecidas: Empresas con años de experiencia en el mercado que cuentan con una cartera de clientes y reconocimiento de marca.
- Agencias locales: Estas suelen especializarse en eventos específicos o regionales.
- Freelancers: Profesionales independientes que ofrecen servicios de organización de eventos a una escala menor.

1.3.3 Fortalezas y Debilidades de la Competencia

- Fortalezas:
 - Experiencia y conocimiento del mercado laboral.
 - Relaciones establecidas con proveedores y patrocinadores.
 - Capacidad para manejar eventos de gran envergadura.
- Debilidades
 - Puede que no estén actualizados con las últimas tendencias o tecnologías.
 - Flexibilidad limitada en términos de adaptación a necesidades específicas del cliente.

1.4 Segmentación de la Competencia

- **Eventos sociales:** Estas empresas o individuos se enfocan en bodas, quinceañeras, bautizos y otros eventos familiares. Pueden ofrecer paquetes integrales que incluyen desde la decoración y el catering hasta el entretenimiento.
- **Festivales y conciertos:** Empresas con capacidad para manejar grandes aglomeraciones y con experiencia en conseguir permisos, seguridad y logística a gran escala.

1.5 Estrategias de Mercadeo de la Competencia

- **Festivales y conciertos:** Empresas con capacidad para manejar grandes aglomeraciones y con experiencia en conseguir permisos, seguridad y logística a gran escala.
- **Alianzas estratégicas:** Colaboración con marcas, influencers o celebridades para aumentar la visibilidad y credibilidad de los eventos.
- **Ofertas y paquetes:** Descuentos para eventos repetidos, paquetes integrales o promociones para fechas específicas.

1.6 Barreras de Entrada

- **Regulaciones y permisos:** Cada ciudad o región en Colombia puede tener

regulaciones específicas para la realización de eventos, lo que puede dificultar la entrada a nuevos competidores.

- **Inversión inicial:** La organización de eventos puede requerir una inversión considerable en equipos, lugares y personal.
- **Reputación:** Las empresas ya establecidas cuentan con una base de clientes y reputación que les da una ventaja competitiva.

1.7 Tecnología e Innovación

- **Plataformas de venta de boletos:** Integración con sistemas de venta de boletos en línea para facilitar el acceso y control del público.
- **Apps y plataformas interactivas:** Para mejorar la experiencia del usuario, ofrecer mapas del evento, agendas, y posibilidad de interactuar con otros asistentes o con el evento mismo.
- **Transmisiones en vivo:** Para aquellos que no pueden asistir presencialmente.

1.8 Tendencias del Mercado

- **Aumento en la demanda de eventos virtuales o híbridos** debido a la pandemia de COVID-19.
- **Mayor énfasis en la sostenibilidad y eventos ecológicos.**

- Uso de tecnología avanzada como realidad aumentada y virtual para mejorar la experiencia del usuario.

1.9 Oportunidades

- Crear paquetes de eventos híbridos que combinen experiencias en línea y presenciales.
- Establecer alianzas con tecnologías emergentes para ofrecer experiencias únicas.
- Especializarse en nichos de mercado específicos (por ejemplo, eventos para público joven, eventos corporativos, festivales culturales).

1.10 Amenazas

- Cambios en las regulaciones o restricciones gubernamentales relacionadas con eventos públicos.
- Incremento en los costos operativos, como alquiler de lugares, seguridad y logística.

1.11 Análisis de la Competencia (DOFA)

Estrategia FO - Innovación para el Público Joven.

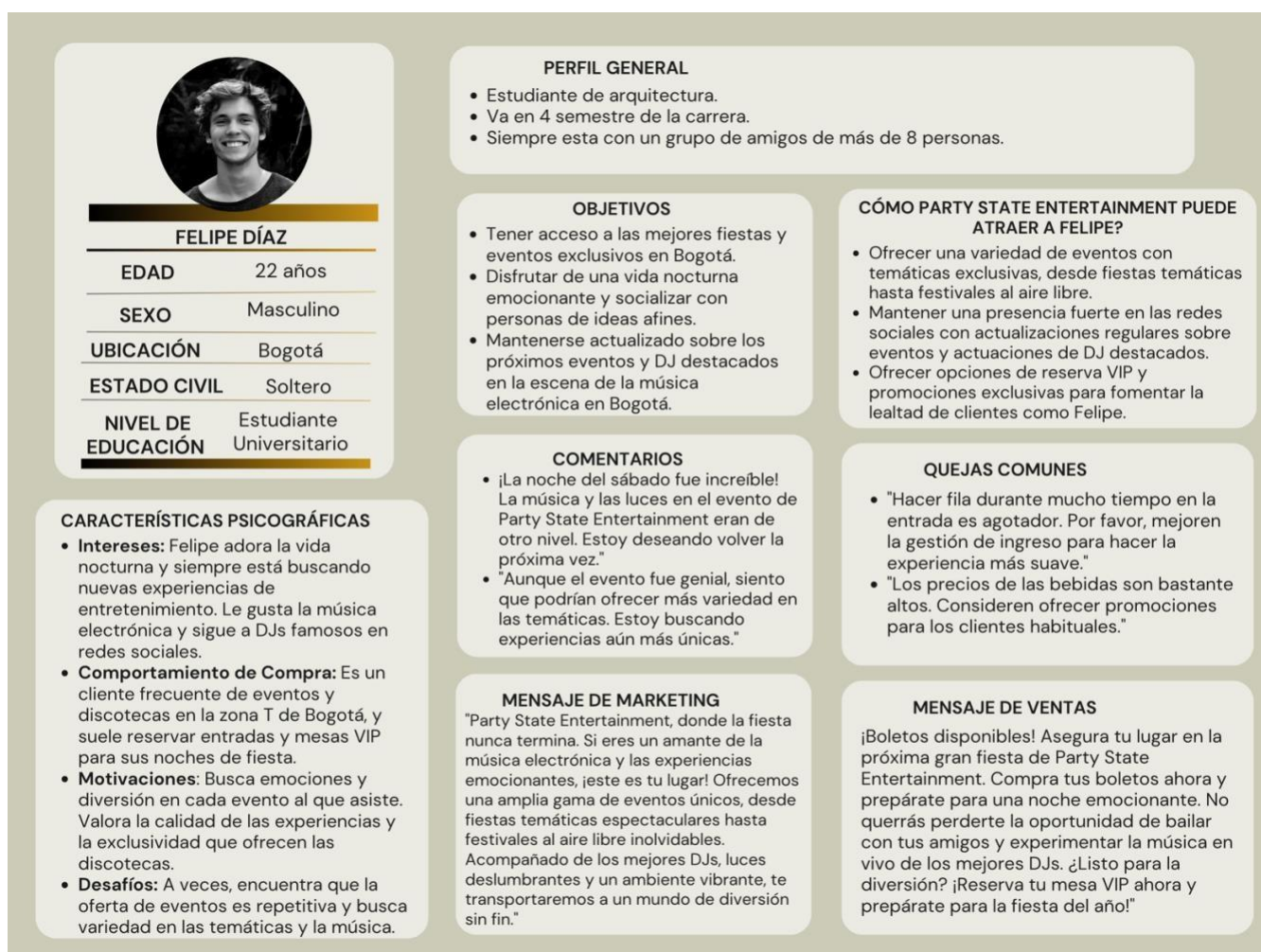
Estrategia FA - Construcción de una Marca Sólida y Adaptación al Cambio.

Estrategia DO - Estrategia Integral.

Estrategia DA - Estrategia de Diversificación y Adaptación.

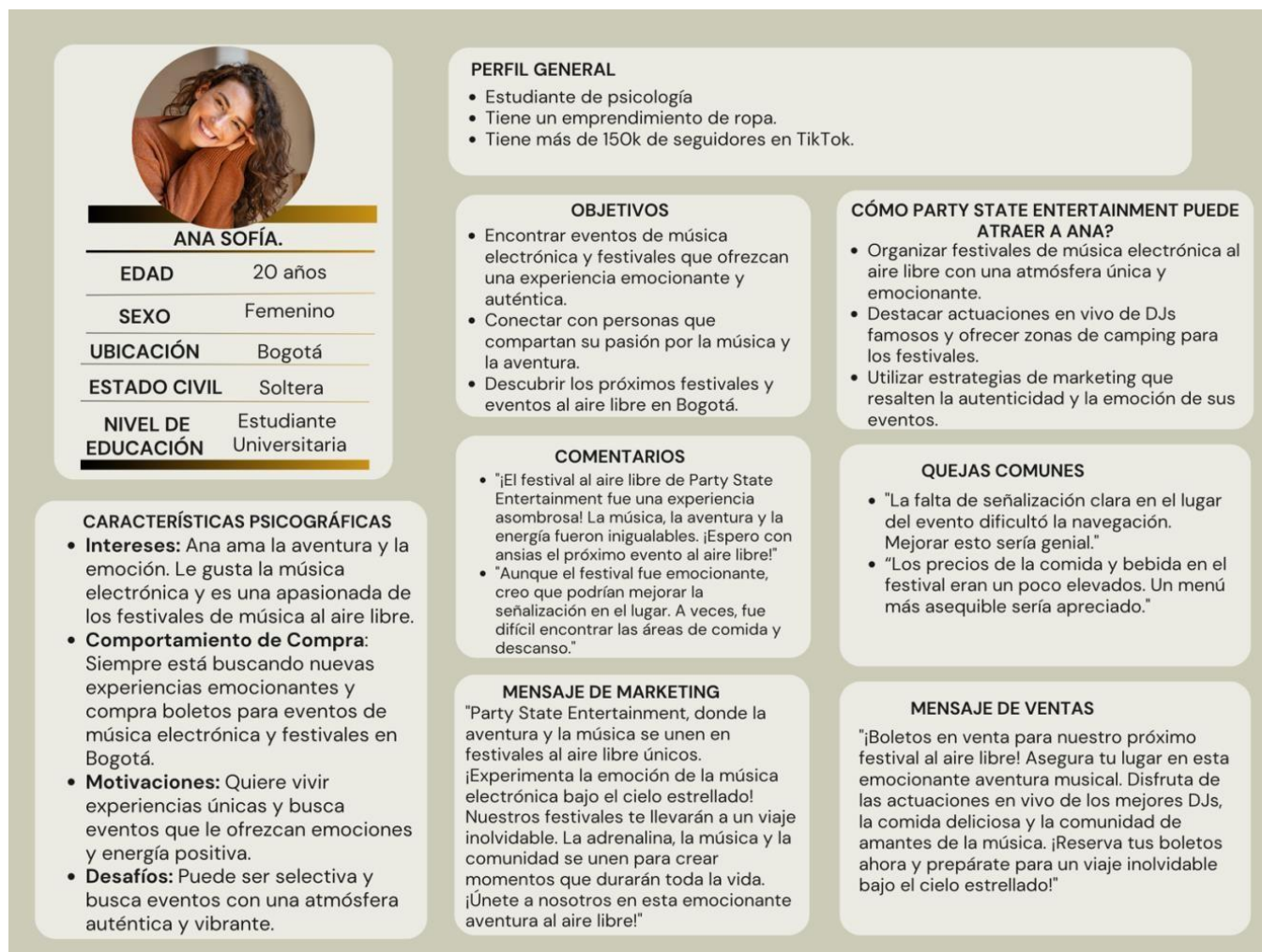
1.12 Análisis de las audiencias (Buyer persona)

Figura 3. Buyer 1.



Nota: La figura muestra datos de un Buyer persona. Fuente: Elaboración propia.

Figura 4. Buyer 2



Nota: La figura muestra datos de un Buyer persona. Fuente: Elaboración propia.

2. Objetivos

2.1 Planteamiento objetivo SMART

Objetivo SMART 1 - **Aumento de la Presencia en Redes Sociales**

- Aumentar en un 20% el número de seguidores en Instagram en 6 meses.

Objetivo SMART 2 - **Incremento de Reservas en Línea**

- Lograr un aumento del 30% en las reservas en línea en los próximos 3 trimestres.

Objetivo SMART 3 - **Expansión Digital a Nivel Nacional**

- Mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda, apareciendo en los primeros resultados orgánicos en al menos tres ciudades principales (Bogotá, Medellín y Cali).

3. Estrategia

3.1 Definición de Estrategias: Estrategias de Contenido

Se lograron identificar distintas estrategias de marketing digital para la empresa Party State Entertainment SAS, las cuales son: Estrategias de contenido, estrategia de Social Ads, y la estrategia de expansión digital a nivel nacional. Teniendo en cuenta las tres estrategias distintas y los distintos objetivos, se terminó escogiendo la estrategia de contenido para Party State, en donde se estará realizando un enfoque en la creación y en la distribución de contenido valioso y relevante específicamente en Instagram, Facebook y Twitter (X), para así atraer, retener y comprometer a la audiencia. El objetivo es querer aumentar la presencia en línea, mejorar la usabilidad del sitio web y aportar a la audiencia a través de información y entretenimiento. Esta estrategia se logró identificar como la que puede ser la más eficiente a largo plazo, teniendo en cuenta los objetivos SMART que se lograron identificar, basándonos en información de (Tatiana Forero, 2020)

3.2 Definición de acciones: Acciones (Tácticas) Específicas

3.2.1 Calendario Editorial

Se estará realizando la creación de un calendario editorial en donde se estará planificando y organizando las publicaciones regulares en los contenidos del sitio web y las redes sociales. Este calendario puede incluir:

- Distintos artículos que estarán relacionados con los eventos, consejos de

entretenimiento, noticias de la industria y distintas guías de diversión.

- Se estarán realizando publicaciones en fechas relevantes, como aniversarios, días festivos, etc.
- De igual forma, las temáticas específicas para las distintas temporadas o para los eventos especiales que ocurren durante el año serán parte de este contenido para el calendario.
- Estructurar un Plan de Influencers con los cuales la empresa se va a aliar evento tras evento para poder llegar a más gente de forma orgánica.

3.2.2 Publicación de Artículos de Invitado

La publicación de artículos de invitado será mediante la colaboración con influencers locales, expertos en entretenimiento o personas que sean destacadas en la industria para que así contribuyan artículos de invitado en el sitio web. La función de esta parte no solo será el enriquecimiento del contenido, sino también tener una ampliación en el alcance y en la credibilidad de la marca.

3.2.3 Optimización del Sitio Web

Se realizará una revisión y mejora en constante tiempo de la usabilidad del sitio web, para que así los visitantes puedan realizar reservas en línea de una forma mucho más sencilla y eficiente. Esta revisión incluye la optimización de la interfaz de reserva y de igual manera la incorporación de distintas opciones de pago las cuales sean seguras.

3.2.4 Promoción Activa del Contenido

El uso de las redes sociales y de las campañas serán una parte importante dentro de esta estrategia, debido a que estas serán para la promoción activa del contenido publicado en el sitio web. Esta parte será como una “republicación” en las redes sociales, de lo que se publica en el sitio web. Esto implica compartir los artículos, noticias y las guías a través de las redes sociales y enviar correos electrónicos a la base de datos de clientes, basándonos en la información de (Way2net, 2023), en donde muestra el porcentaje de que redes sociales son más usadas en Colombia.

3.2.5 Medición y Análisis

El uso de herramientas de análisis web y de redes sociales, serán otra parte de gran importancia dentro de la estrategia, pues se estarán midiendo el rendimiento de los contenidos mediante estas herramientas, incluyendo el seguimiento de métricas como: tráfico del sitio web, la interacción en redes sociales, las tasas de conversión y distintos indicadores que son claves de desempeño.

El objetivo de esta estrategia de contenido es aumentar la presencia en línea, así como brindar valor a la audiencia, mejorar el uso del sitio web y posicionar a la empresa como una fuente confiable de información y de entretenimiento para todos los jóvenes de Bogotá y del país. Finalmente, la medición constante y la adaptación son esenciales para así poder asegurarse de que la estrategia implementada se encuentre funcionando de forma efectiva.

4. Cronograma

Figura 5.

ACCIONES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Creación del calendario editorial para la página web y para Instagram, Facebook y Tiktok.												
Investigación y selección de influencers locales para la ciudad de Bogotá, Medellín y Cali.												
Creación de artículos, guías y contenido relacionado para las redes sociales.												
Organizar parrilla de contenido para post, videos y historias en redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok).												
Revisión de la usabilidad del sitio web.												
Optimización de la interfaz de reserva en línea.												
Programación de la republicación de lo que se publica en el sitio web para redes sociales.												
Promoción activa en redes sociales.												
Envíos de emails marketing a la base de datos de clientes.												
Análisis del rendimiento de los contenidos a través de Google Analytics.												
Creación continua de contenido en los diferentes eventos.												
Ajustes basados en los datos de análisis.												
Evaluación semestral de la estrategia digital.												

Nota: La figura muestra un cronograma para el plan de marketing digital de la empresa Party State Entertainment. Fuente: Elaboración propia

5. Resultados

5.1 Fase de Atracción

Se medirá el tráfico pagado por medio de los CPV de los anuncios implementados en Instagram Ads, intentando disminuir este indicador a lo que más se pueda. Así mismo se medirá el tráfico en redes sociales por medio del cambio en los números de las cuentas de Instagram, Facebook, TikTok y de la Página Web, ya que esto mostrará también el alcance que se está teniendo. Lo ideal de esta fase es llegar a la mayor cantidad de público objetivo posible. El tráfico orgánico se medirá a través de la redención de códigos de descuento que se le dará a cada uno de los influencers con los que Party State Entertainment se va a aliar.

5.2 Fase de Consideración

En esta fase mediremos la interacción directa que están teniendo estas personas a las que les están llegando las publicaciones y publicidades de los eventos. Así mediremos el Engagement en nuestras redes sociales para ver qué tan conectada está la gente que llega a raíz del trabajo realizado en la fase anterior. También tendremos en cuenta en esta fase la cantidad de mensajes que llegan al WhatsApp de Party State solicitando reservas o simplemente información acerca de los eventos que hay. Y para verificar que la publicidad de la primera fase está cumpliendo su objetivo se tendrá en cuenta el CPC de los anuncios. Esto basándonos en información de (He et al., 2014).

5.3 Fase de Decisión

En esta fase se tendrán en cuenta las reservas confirmadas que se obtengan a partir de las personas que escriben a los canales de atención de Party State. Así mismo se tendrán en cuenta las boletas individuales y promociones que se adquieran para asistir a los eventos.

5.4 Fase de Retención

Se medirá la recompra que haya de las personas que asistieron a los eventos. Así mismo, por medio de actividades en redes sociales y durante los mismos eventos, se obsequiarán entradas a próximos eventos y la redención de estos premios también será un indicador importante de que el cliente se logró retener y fidelizar. Así mismo por medio de la cantidad de membresías premium que Party State venda se podrá confirmar la cantidad de clientes que definitivamente se afianzaron con la marca y quieren seguir asistiendo a los eventos.

6. Presupuesto

Figura 6.

PRESUPUESTO ANUAL DE MARKETING																TOTAL DEL AÑO FISCAL A LA FECHA: \$ 354.876.828,00	
CONCEPTO	Q1				Q2				Q3				Q4				TOTALES AÑO FISCAL
	ENE	FEB	MAR	TOTALES T1	ABR	MAY	JUN	TOTALES T2	JUL	AGO	SEPT	TOTALES T3	OCT	NOV	DIC	TOTALES T4	
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS																	
TOTALES	\$ 1.888.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.888.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	
Freelance salario Analista de mercado	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	
SurveyMonkey (Pago Anual)	\$ 888.000,00	\$ -	\$ -	\$ 888.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
DESARROLLO DE ESTRATEGIA																	
TOTALES	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 7.500.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 7.500.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 7.500.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 7.500.000,00	
Freelance Salario Especialista en Marketing Digital y Community Manager	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 4.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 4.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 4.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 4.500.000,00	
Behrnah	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	
SITIO WEB Y OPTIMIZACIÓN																	
TOTALES	\$ 1.750.000,00	\$ 800.000,00	\$ 500.000,00	\$ 2.750.000,00	\$ 1.300.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 2.300.000,00	\$ 1.300.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 2.300.000,00	\$ 1.300.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 2.300.000,00	
Freelance diseñador Web y diseñador gráfico	\$ 800.000,00	\$ -	\$ -	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00	\$ -	\$ -	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00	\$ -	\$ -	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00	\$ -	\$ -	\$ 800.000,00	
Freelance experto SEO	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 1.500.000,00	
Yoast SEO (Pago Anual)	\$ 450.000,00	\$ -	\$ -	\$ 450.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
PUBLICIDAD EN LÍNEA																	
TOTALES	\$ 21.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 13.000.000,00	\$ 43.000.000,00	\$ 21.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 13.000.000,00	\$ 43.000.000,00	\$ 21.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 13.000.000,00	\$ 43.000.000,00	\$ 21.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 13.000.000,00	\$ 43.000.000,00	
Freelance Salario Especialista en PR Y publicidad online.	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	
Pauses con influencers	\$ 20.000.000,00	\$ 8.000.000,00	\$ 12.000.000,00	\$ 40.000.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 8.000.000,00	\$ 12.000.000,00	\$ 40.000.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 8.000.000,00	\$ 12.000.000,00	\$ 40.000.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 8.000.000,00	\$ 12.000.000,00	\$ 40.000.000,00	
MARKETING DE CONTENIDO																	
TOTALES	\$ 113.669,00	\$ 113.669,00	\$ 113.669,00	\$ 341.007,00	\$ 113.669,00	\$ 113.669,00	\$ 113.669,00	\$ 341.007,00	\$ 113.669,00	\$ 113.669,00	\$ 113.669,00	\$ 341.007,00	\$ 113.669,00	\$ 113.669,00	\$ 113.669,00	\$ 341.007,00	
Adobe Creative Cloud	\$ 113.669,00	\$ 113.669,00	\$ 113.669,00	\$ 341.007,00	\$ 113.669,00	\$ 113.669,00	\$ 113.669,00	\$ 341.007,00	\$ 113.669,00	\$ 113.669,00	\$ 113.669,00	\$ 341.007,00	\$ 113.669,00	\$ 113.669,00	\$ 113.669,00	\$ 341.007,00	
EMAIL MARKETING																	
TOTALES	\$ 760.000,00	\$ 760.000,00	\$ 760.000,00	\$ 2.280.000,00	\$ 760.000,00	\$ 760.000,00	\$ 760.000,00	\$ 2.280.000,00	\$ 760.000,00	\$ 760.000,00	\$ 760.000,00	\$ 2.280.000,00	\$ 760.000,00	\$ 760.000,00	\$ 760.000,00	\$ 2.280.000,00	
MailChimp	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00	\$ 2.100.000,00	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00	\$ 2.100.000,00	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00	\$ 2.100.000,00	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00	\$ 2.100.000,00	
Hubspot Starter creación de emails marketing	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 180.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 180.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 180.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 180.000,00	
REDES SOCIALES																	
TOTALES	\$ 8.182.900,00	\$ 8.182.900,00	\$ 8.182.900,00	\$ 24.548.700,00	\$ 8.182.900,00	\$ 8.182.900,00	\$ 8.182.900,00	\$ 24.548.700,00	\$ 8.182.900,00	\$ 8.182.900,00	\$ 8.182.900,00	\$ 24.548.700,00	\$ 8.182.900,00	\$ 8.182.900,00	\$ 8.182.900,00	\$ 24.548.700,00	
Instagram Ads. & Pauses	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 9.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 9.000.000,00	
Salario fotógrafo Local	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 1.500.000,00	
Facebook Ads.	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 4.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 4.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 4.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 4.500.000,00	
Canva (Pago Anual)	\$ 182.900,00	\$ 182.900,00	\$ 182.900,00	\$ 548.700,00	\$ 182.900,00	\$ 182.900,00	\$ 182.900,00	\$ 548.700,00	\$ 182.900,00	\$ 182.900,00	\$ 182.900,00	\$ 548.700,00	\$ 182.900,00	\$ 182.900,00	\$ 182.900,00	\$ 548.700,00	
Tik Tok Ads.	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00	\$ 6.000.000,00	
hootsuite	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 3.000.000,00	
MONITORIO Y ANALISIS																	
TOTALES	\$ 1.805.000,00	\$ 1.805.000,00	\$ 1.805.000,00	\$ 5.415.000,00	\$ 1.805.000,00	\$ 1.805.000,00	\$ 1.805.000,00	\$ 5.415.000,00	\$ 1.805.000,00	\$ 1.805.000,00	\$ 1.805.000,00	\$ 5.415.000,00	\$ 1.805.000,00	\$ 1.805.000,00	\$ 1.805.000,00	\$ 5.415.000,00	
Freelance Analista de datos	\$ 900.000,00	\$ 900.000,00	\$ 900.000,00	\$ 2.700.000,00	\$ 900.000,00	\$ 900.000,00	\$ 900.000,00	\$ 2.700.000,00	\$ 900.000,00	\$ 900.000,00	\$ 900.000,00	\$ 2.700.000,00	\$ 900.000,00	\$ 900.000,00	\$ 900.000,00	\$ 2.700.000,00	
Buffer	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 15.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 15.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 15.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 15.000,00	
Matorea de búsqueda	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 900.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 900.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 900.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 300.000,00	\$ 900.000,00	
Google Analytics	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00	\$ 1.800.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00	\$ 1.800.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00	\$ 1.800.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00	\$ 1.800.000,00	
TOTALES	\$ 37.999.569,00	\$ 23.861.569,00	\$ 27.861.569,00	\$ 89.722.707,00	\$ 36.661.569,00	\$ 23.861.569,00	\$ 27.861.569,00	\$ 88.384.707,00	\$ 36.661.569,00	\$ 23.861.569,00	\$ 27.861.569,00	\$ 88.384.707,00	\$ 36.661.569,00	\$ 23.861.569,00	\$ 27.861.569,00	\$ 88.384.707,00	

(Ver Anexo A).

Nota: La figura muestra un presupuesto hecho para la empresa Party State Entertainment. Fuente: Elaboración propia basado en información de (Berta Hernandez, 2022; Intuit mailchimp, 2023)

7. Referencias Bibliográficas

85st Parties. (2023). *Fotos y videos de Instagram*.

https://www.instagram.com/85st_parties/ Berta Hernandez. (2022, abril 14).

Presupuesto de marketing: Cómo hacerlo y ejemplos—

InboundCycle. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/como-hacer-presupuesto-de-marketing-plantilla>

Explicit Group. (2023). *Fotos y videos de Instagram*.

<https://www.instagram.com/explicitgroup>

Grupo Evadesa. (2023). *Bares del grupo Evadesa- Fotos y videos*. <https://www.evedesa.com/>.

<https://www.evedesa.com/>

Grupo Fabuloso. (2023). *Bares de el Fabuloso—*

Fotos y videos. <https://grupofabuloso.com/el-fabuloso/>

He, X., Pan, J., Jin, O., Xu, T., Liu, B., Xu, T., Shi, Y., Atallah, A., Herbrich, R.,

Bowers, S., & Candela, J. Q. (2014). Practical Lessons from Predicting Clicks on Ads at Facebook. *Proceedings of the Eighth International Workshop on Data Mining for Online Advertising*, 1–9.

<https://doi.org/10.1145/2648584.2648589>

Intuit mailchimp. (2023). *Plantillas de marketing digital: Plantillas prediseñadas para marketing | Mailchimp*. Mailchimp.

<https://mailchimp.com/es/solutions/digital-marketing-templates/>

Páramo. (2023). *Bare Páramo Presenta- Fotos y videos*.

<https://www.paramopresenta.com/#/> RappiColombia. (2023). *Fotos y videos de*

Instagram.

<https://www.instagram.com/rappicolombia/>