

Universidad del Rosario



**Plan de marketing digital
CANFE CLUB S.A.S**

Trabajo de Grado

**Stephany Cruz Sánchez
Aluna Fernanda Naranjo Vargas
Vanessa Naranjo Vargas
Tania Camila Poveda Muñoz**

**Bogotá DC
2021**

Universidad del Rosario



**Plan de marketing
CANFE CLUB S.A.S**

Trabajo de Grado

**Stephany Cruz Sánchez
Aluna Fernanda Naranjo Vargas
Vanessa Naranjo Vargas
Tania Camila Poveda Muñoz**

Tutor: Hernán Cruz

**Administración de Empresa
Administración en Logística y Producción
Administración de Negocios Internacionales**

**Bogotá DC
2021**

Tabla de contenido

Glosario.....	6
Resumen.....	9
Palabras Clave.....	9
Abstract.....	10
1. Análisis	11
1.1. Antecedentes.....	11
1.2. Objetivo principal	12
1.3. Análisis de la Competencia.....	12
1.3.1. Competencia directa.....	13
1.3.2. Competencia indirecta.....	13
1.4. Análisis DOFA.....	13
1.4.1. Debilidades.....	14
1.4.1.1. <i>Imposibilidad para tercerizar servicios</i>	15
1.4.1.2. <i>Página web inexistente</i>	15
1.4.2. Oportunidades	15
1.4.2.1. <i>Crecimiento de demanda</i>	15
1.4.2.2. <i>Baja competencia.</i>	16
1.4.2.3. <i>Calidad de enseñanza en medicina veterinaria</i>	16
1.4.3. Fortalezas	17
1.4.3.1. <i>Innovación en servicios.</i>	17
1.4.3.2. <i>Educación constante</i>	17
1.4.4. Amenazas	18
1.4.4.1. <i>Impacto de ingresos a raíz del COVID19.</i>	18
1.4.4.2. <i>Pandemias futuras.</i>	18
1.4.4.3. <i>Humanización animal.</i>	19
1.5. Análisis audiencia (Buyer Persona).....	19
2. Objetivos Específicos.....	22
3. Estrategia.....	23
3.1. Estrategia de redes sociales.....	23

3.2. Estrategia SEO y Google Ads.....	23
3.3. Estrategia de marketing de contenidos	24
3.4. Estrategia sitio web	25
4. Cronograma.....	25
5. Resultados	26
5.1. Seguimiento tasa de engagement	26
5.2. Número de seguidores.....	26
5.3. Tráfico de redes sociales (Instagram)	27
5.4. Administrador de anuncios Instagram y Facebook.....	27
5.5. Tasa de conversión.....	27
5.6. Clics orgánicos.....	28
5.7. Estadísticas de Instagram.....	28
6. Presupuesto	28
6.1. Mensualidad WordPress	29
6.2. Publicidad Instagram/Facebook:.....	29
6.3. Publicidad Google Ads:	30
6.4. Presupuesto Capacitación:	31
6.5. Sorteos.....	31
Referencias.....	32

Listas Especiales

Tabla 1. Matriz digital de la competencia de CANFE CLUB.....	12
Tabla 2. Matriz DOFA de CANFE CLUB	14
Tabla 3. Buyer persona de CANFE CLUB.....	19
Tabla 4. Buyer persona de CANFE CLUB.....	21
Tabla 5. Cronograma de CANFE CLUB	25
Tabla 6. Presupuesto Plan de Marketing digital de CANFE CLUB.....	29

Glosario

Búsqueda Orgánica: Son los resultados gratuitos y relevantes que aparecen luego de la búsqueda en Google, de acuerdo a los términos utilizados por el usuario (*Resultado de la búsqueda orgánica - Ayuda de Google Ads, 2021*).

Call to action (CTA): Es una herramienta que busca que la persona que está visitando la página web o revisando las redes sociales realice una acción, la cual implica dar clic a un botón, imagen o un enlace, el cual lo dirige a comprar un producto, visitar una página o llenar un formulario (Contreras, 2019).

Chatbot: Es una asistente virtual programada por medio de un software, ubicado en la página web, que se comunica con los usuarios por medio de mensajes texto, el cual responde una serie de preguntas, siempre y cuando no sean abiertas, para resolver las dudas del usuario en cualquier momento, sin que sea necesario que una persona esté respondiendo (Peris, 2017).

Community Manager: Es el profesional encargado de administrar y construir la identidad e imagen de la marca en la comunidad online, es la persona encargada de estar en contacto con los clientes por medio de Internet (Fuente, 2019).

Facebook Ads: Son anuncios pagos publicados en Facebook en distintos formatos, con el objetivo de promocionar una página web o un negocio para así atraer a un público específico para los anunciantes (Gonçalves, 2017).

Feed: El feed de Instagram es un tablero donde se pueden ver todas las publicaciones en orden cronológico (*¿Cómo crear un feed atractivo en Instagram?*, 2021).

Google Ads: Es un producto de Google, a través del cual se puede realizar publicidad en línea, para promocionar la empresa y llegar así a la población adecuada en el momento exacto (*Google Ads: Definición - Ayuda de Google Ads*, 2021).

Medicina Integrativa: La medicina veterinaria integrativa es aquella combina tratamientos y conocimientos de la medicina convencional con tratamientos de terapia alternativa o complementaria con el objetivo de proporcionar bienestar físico y emocional a las mascotas (Delgado, 2016).

Post: Es una publicación en foto o video realizada en Instagram de forma directa o programada (Saavendra, 2021).

Resumen

Hoy en día podemos ver la importancia de las mascotas y los animales en la vida de los seres humanos y cómo estos han llegado a formar parte de los hogares de los mismos teniendo una gran importancia dentro en el ámbito familiar, así mismo cada vez encontramos más alternativas para poder cuidar a los animales por medio de distintos medicamentos y tratamientos que se ajustan a lo que las personas buscan para sus mascotas traduciendo todo lo anterior en centros especializados y personal capacitado.

En este trabajo realizaremos un plan de marketing digital para la veterinaria CANFE CLUB ubicada en la ciudad de Pitalito- Huila con el fin de potencializar y crear más visibilidad de esta veterinaria a nivel digital, la cual ofrece diversos productos y servicios tales como medicina integrativa, atención especializada, productos y accesorios para mascotas.

Para esto se realizó un diagnóstico tanto interno como externo de la empresa, así mismo se identificó la competencia y los modelos de compradores para a partir de ello desplegar una serie de estrategias fundamentadas en redes sociales, creación de página web, estrategias seo, y estrategias de marketing de contenido. Todas estas estrategias pensadas para generar mayor interacción y compromiso entre clientes actuales y potenciales.

Palabras Clave: Mercadeo, plan de marketing, tácticas, estrategias, veterinaria, mascotas, redes sociales, publicidad.

Abstract

Today we can see the importance of pets and animals in the lives of human beings and how they have become part of their homes, having great importance within the family environment, likewise we increasingly find more alternatives to be able to take care of the animals through different medicines and treatments that are adjusted to what people are looking for their pets, translating all of the above in specialized centers and trained personnel.

In this work we will carry out a digital marketing plan for the veterinary CANFE CLUB located in the city of Pitalito- Huila in order to enhance and create more visibility of this veterinary at a digital level, which offers various products and services such as integrative medicine, specialized care, products, and accessories for pets.

For this, an internal and external diagnosis of the company was carried out, likewise the competition and buyer models were identified in order to deploy a series of strategies based on social networks, website creation, seo strategies, and strategies. of content marketing. All these strategies designed to generate greater interaction and commitment between current and potential clients.

Key Words: Marketing, marketing plan, tactics, strategies, vet, pets, social networks, advertising.

1. Análisis

1.1. Antecedentes

CANFE CLUB S.A.S es una empresa que ofrece servicios veterinarios integrales, constituida como en el año 2016. Inicialmente CANFE Club surge de una idea de negocio de las aspirantes al título de médicas veterinarias zootecnistas quienes se encontraban en su pasantía académica; Ginna Andrade y Yessika M. Restrepo deciden desarrollar una idea de emprendimiento hasta materializarla en una empresa legalmente constituida. En búsqueda de medios de financiación aplican a un programa gubernamental que ofrecía no solo capital semilla, sino asesoría interdisciplinaria para la elaboración de la base de toda empresa un plan de negocios.

Fondo emprender fue el programa por el cual CANFE Club logró obtener solvencia económica para financiar la idea de negocio. En la primera ronda de evaluación el plan de negocio se aprueba y se empieza con la ejecución presupuestal; se asignaron recursos de 73.000.000 millones de pesos en el año 2016, año en el que se inicia las adecuaciones, adquisición de equipos y maquinaria para iniciar la actividad económica en el año 2017.

La apertura de CANFE CLUB S.A.S se realiza después de 2 años de planeación, proyección, ejecución, adecuación y legalización con sus tres servicios estrella: Guardería,

Hospedaje y SPA. En los años posteriores se incorporaron nuevos servicios para integrar el bienestar, la salud física y emocional de la mascota en un solo lugar.

1.2. Objetivo principal

Incrementar la presencia de CANFE CLUB en medios digitales como Instagram y Facebook.

1.3. Análisis de la Competencia

Tabla 1. *Matriz digital de la competencia de CANFE CLUB.*

Competidor	Sitio web	Posicionamiento SEO	Redes Sociales	Publicidad Digital	Otros canales digitales	Estrategia Digital	Ventaja competitiva
Veterinaria el Nogal	https://veterinariaelnogal.com/servicios/	Alto	Facebook Instagram	Google Ads	Chatbot Whatsapp	Contenido y descuentos	Ventas online de alimentos y medicina y Urgencias 24 horas
Medical Vet Pitalito	No	Bajo	Facebook Instagram	Facebook Ads	Whatsapp	Contenido y Ofertas en fechas especiales	Servicio Ortopédico
CliniVET Salud y Belleza Animal	No	Medio	Instagram Facebook	Facebook Ads	Whatsapp	Creación de Contenido	Urgencias 24 horas y Hospitalización
Peluquería Canina Pitalito Spa Mascotas	https://sites.google.com/view/peluqueriacaninapitalito/home	Medio	No	Google Ads	Whatsapp	Ninguno	Adiestramiento y paseo canino

Fuente: Elaboración Propia

1.3.1. Competencia directa. CANFE no cuenta con una competencia directa debido a que cuenta con alianzas de otras veterinarias, que ofrecen diversos servicios que ayudan a complementar los ofrecidos por CANFE, logrando así mayor reconocimiento de sus clientes. Una de estas alianzas es realizada junto con la veterinaria *ClinicZoo*, la cual ofrece distintos servicios como; alimentos medicados, ecografía, consultas, peluquería canina, baños medicados y baños con tratamiento.

1.3.2. Competencia indirecta. Por otro lado CANFE puede presentar competencia indirecta por medio de veterinarias ubicadas en Pitalito, tales como *Peluquería Canina Pitalito*, la cual además de ofrecer servicios similares como peluquería, masaje relajante, limpieza de dientes y oídos, corte de uñas, limpieza de lagrimales, profilaxis, baño insecticida, medicado y anti bacterias; cuenta con servicios diferenciadores como extirpación de glándulas, boutique y accesorios, paseo campestre, adiestramiento canino, organización de fiestas caninas y felinas, spa, concentrados y alimentos.

1.4. Análisis DOFA

Tabla 2. Matriz DOFA de CANFE CLUB

Matriz DOFA

Diagnóstico Interno Diagnóstico Externo	Fortalezas Innovación en servicios Educación Constante	Debilidades Imposibilidad para tercerizar servicios Pagina web inexistente
Oportunidades Crecimiento de demanda Baja competencia Calidad de enseñanza en medicina veterinaria	Estrategia FO <ul style="list-style-type: none"> • Diversificación: Lanzamiento de nuevo servicio; medicina integrativa. 	Estrategia DO <ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas con otras veterinarias. • Capacitación efectiva a colaboradores para generar confianza en los clientes.
Amenazas Impacto de ingresos a raíz del COVID19 Pandemias Futuras Humanización animal	Estrategia FA <ul style="list-style-type: none"> • Adaptar el negocio para todo tipo de atención, ya sea domicilio, presencial o virtual. • Agregar mas publicidad informativa. 	Estrategia DA <ul style="list-style-type: none"> • Creación de una pagina web que permita conectar a la empresa en todo momento con sus posibles clientes.

Fuente: Elaboración Propia

1.4.1. Debilidades

1.4.1.1. Imposibilidad para tercerizar servicios. Actualmente, la atención de la totalidad de los clientes recae en solo 3 colaboradores, entre los cuales se encuentran los dos propietarios de la empresa. Cuando las personas recurren a los servicios prestados por CANFE, muchas veces tienen como requerimiento que sea una de ellas específicamente quien atienda a su mascota, esto puede generar retrasos, molestias y hasta la pérdida del cliente si en el momento en el que se requiere la atención, una de ellas está ocupada con otro paciente.

1.4.1.2. Página web inexistente. CANFE solo cuenta con redes sociales como Instagram y Facebook, esto hace que se quede corto en cuanto a presencia online.

1.4.2. Oportunidades

1.4.2.1. Crecimiento de demanda. El mercado de perros y mascotas en general ha venido aumentando con el paso de los años, gracias a esto desde el 2019 se ha agregado como uno de los productos que sirve para la medición de la canasta familiar realizada por el DANE.

En relación con el sector, Colombia ocupa el 4to puesto en Latinoamérica con crecimientos anuales del 13%, Igualmente alrededor de 3 millones de familias colombianas gastan en cuidados y alimentación para sus mascotas. Este no es el único

gasto que realizan los hogares, también ha aumentado un 63% el gasto en “pet care” el cual incluye cuidados adicionales como salud, accesorios, suplementos entre otros. (Grupo Bancolombia, 2021).

Como podemos evidenciar en las cifras Colombia es un país con gran potencial para el sector ya que la demanda cada vez aumenta más y con ello la humanización de las mascotas, lo que hace que los consumidores se vean atraídos a el cuidado de su mascota no solo en cuidados básicos sino en la apertura de otros servicios como spa, rehabilitación, accesorios entre otros.

1.4.2.2. Baja competencia. Existen alrededor de 20 veterinarias en Pitalito, Huila, sin embargo, los servicios son limitados, no hay mucha oferta en medicina alternativa, spa, aromaterapia, terapia floral, estimulación muscular entre otros servicios.

1.4.2.3. Calidad de enseñanza en medicina veterinaria. El ministerio de educación ha reconocido la importancia de la educación de calidad en el país, por ello se ha añadido a las cátedras temas de bienestar animal, bioética entre otras lo que logra mejor y formar mejor a los aspirantes.

Igualmente, de mano con avances en estudios que no sean por medio de sacrificio animal, sino que cuentan con tecnología de modelos de animales robotizados,

modelos virtuales entre otros que simulan procesos médicos, todo esto aportando a la calidad de este proceso de enseñanza. (BAHAMÓN. C, C. E. 2017).

1.4.3. Fortalezas

1.4.3.1. Innovación en servicios. Uno de los fuertes de CANFE sin duda es la innovación. Desde 2016, la empresa ha logrado incorporar a su catálogo de servicios 3 nuevas líneas, las cuales son: Consulta, Farmacia y Terapias Alternativas. Uno de los nuevos servicios que CANFE busca implementar es la **medicina integrativa**, esta alternativa combina tratamientos de medicina veterinaria convencional con nuevos métodos de medicina alternativa (K-Lev, 2017).

1.4.3.2. Educación constante. Para las dueñas de la empresa, es de suma importancia mantener vigente todos los conocimientos que puedan tener en medicina veterinaria y de la misma forma, es vital para ellas mantenerse alineadas con las nuevas prácticas o alternativas que se descubren día a día. Por esta razón, Yesika y Ginna invierten en diferentes diplomados y certificaciones que contribuyen a una mejor atención para sus pacientes.

1.4.4. Amenazas

1.4.4.1. Impacto de ingresos a raíz del COVID19. Colombia como muchos países alrededor del mundo se ha visto afectado por la llegada de un virus totalmente nuevo, con ello se ve la disminución de gasto en sectores como el turismo, construcción y el sector del comercio, según el DANE, la tasa de desempleo para el mes de junio se ubicó en un 19,8%, igualmente trajo consigo una contracción de la economía de 8,2%, además de situaciones como la devaluación del peso entre otros factores que no favorecen a la economía del país y con ello afecta directamente a este tipo de servicios adicionales que ya no son imprescindibles a la hora de realizar compras y que pueden disminuir su consumo. (Gómez, L. 2020).

1.4.4.2 Pandemias futuras: No se puede descartar el hecho de que puedan venir nuevas pandemias o enfermedades que afecten la economía mundial y atenten contra la vida de miles de personas, es por ello que esto es una preocupación latente.

1.4.4.3. Humanización animal: A pesar de que en los hogares colombianos ha aumentado la compra de mascotas en la mayoría es un cuidado general, pero no existe una costumbre habitual de utilizar servicios diferentes sino que normalmente se cumple con la alimentación y baño sin tener en cuenta temas como spa avanzado, aromaterapia entre otros esto se puede ver relacionado al tema de la humanización de las mascotas, tema que se toca más en el caso de los gatos y perros, donde en ciertos casos se sostiene que este trato es más un daño a los animales que un buen cuidado así como lo expresó Cesar Millán experto en caninos “No se están teniendo en cuenta las necesidades del animal. El ser humano se ha enfocado en ser profesional y no en tener familia. Por eso quieren llenar ese vacío con los animales. Pero los animales se sienten incompletos porque no son seres humanos y tienen otras necesidades físicas y psicológicas” (Semana, 2021).

1.5. Análisis audiencia (Buyer Persona)

En cuanto al grupo objetivo que maneja la empresa CANFE Club podemos evidenciar que está en el marco de hombre y mujeres entre los 25 a 35 años, la cual tengo ingresos desde los dos salarios mínimos, donde el comprador esté dispuesto a agregar a su vida cotidiana una lista de cuidados para su mascota haciendo tutorías responsables de su mascota.

Tabla 3. *Buyer persona de CANFE CLUB*

NOMBRE: ANDREA LOZANO

PERFIL GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> • Directora de proyectos • SOLTERA • TIENE 1 PERRO LLAMADO TOBY
INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA	<ul style="list-style-type: none"> • MUJER • 27 AÑOS • INGRESO PROMEDIO: TRES SALARIOS MÍNIMOS • VIVE EN PITALITO, BARRIO QUINCHE.
IDENTIFICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • SE CARACTERIZA POR SER TRANQUILA AMA A LOS ANIMALES, ESTA EN UN GRUPO DE APOYO DONDE RESCATA ANIMALES MALTRATADOS.
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • SUS OBJETIVOS SON VIVIR UNA VIDA SALUDABLE, TENER VARIAS MASCOTAS, CREAR UNA ORGANIZACIÓN PARA ANIMALES EN EXTINCIÓN.
RETOS	<ul style="list-style-type: none"> • RESPONSABLE DE HACER EL CUIDADO DE SU MASCOTA • ESTÁ EN EL PROCESO DE CREAR UNA FUNDACIÓN DE ANIMALES
CÓMO PODEMOS AYUDAR	<ul style="list-style-type: none"> • FACILITAR EL PROCESO DE CUIDADO DE SU MASCOTA • BRINDARLE UN CUIDADO INTEGRAL A SU MASCOTA • SUMINISTRARLE CONSULTORÍAS Y MEDICAMENTOS PARA SU FUNDACIÓN.
COMENTARIOS	<p>“ME DA DESCONFIANZA LAS VETERINARIAS CERCANAS”</p> <p>“NO CONOZCO VETERINARIAS DE CALIDAD”</p>
QUEJAS COMUNES	<ul style="list-style-type: none"> • NO SIENTO QUE TENGA UNA VETERINARIA DE CONFIANZA LA CUÁL SE PREOCUPA REALMENTE POR LAS NECESIDADES DE TOBY
MENSAJE DE MARKETING	ATENCIÓN Y MEDICINA INTEGRATIVA PARA TU MASCOTA

MENSAJE DE VENTA	TRAE A TU PELUDO PARA QUE LLEVE UNA VIDA SANA SIN PREOCUPARTE POR SU SALUD Y BIENESTAR.
------------------	---

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4. *Buyer persona de CANFE CLUB*

NOMBRE: CAMILO MARTINEZ

PERFIL GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> • ARQUITECTO • CASADO • 2 HIJOS DE 12 Y 23 AÑOS • ADOPTÓ 2 GATOS
INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA	<ul style="list-style-type: none"> • HOMBRE • 45 AÑOS • INGRESO CUATRO SALARIOS MÍNIMOS • VIVE EN PITALITO, BARRIO QUINCHE
IDENTIFICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • LE GUSTA COMPARTIR TIEMPO CON SU FAMILIA Y HACER SALIDAS A CONOCER LUGARES LOS FINES DE SEMANA CON SUS HIJOS Y ESPOSA.
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • SUS OBJETIVOS SON PODER CRECER PROFESIONALMENTE, MONTAR UN ESTUDIO DE DISEÑO EN VARIAS CIUDADES DE COLOMBIA, PODER ACOMPAÑAR A SUS HIJOS EN TODOS SUS PASATIEMPOS.
RETOS	<ul style="list-style-type: none"> • RESPONSABLE DE SU EMPRESA • RESPONSABLE ECONÓMICAMENTE DE SU FAMILIA Y MASCOTAS • ABRIR NUEVAS SEDES DE TRABAJO
CÓMO PODEMOS AYUDAR	<ul style="list-style-type: none"> • PRESTARLE SERVICIO DE ALOJAMIENTO A SUS GATOS LOS FINES DE SEMANA • DARLE UNA MEJOR CALIDAD DE VIDA A SUS MASCOTAS
COMENTARIOS	“NO CUENTO CON EL TIEMPO PARA LLEVAR GATOS A SUS CHEQUEOS MÉDICOS”

	“NO CONOZCO VETERINARIAS QUE OFREZCAN ALOJAMIENTO PARA MIS GATOS”
QUEJAS COMUNES	<ul style="list-style-type: none"> • ESTE FIN DE SEMANA NO PUEDO SALIR CON MIS HIJOS YA QUE EN EL HOTEL NO ACEPTAN A LOS DOS GATOS • MIS HIJOS NO ENCUENTRAN LOS MEDICAMENTOS PERTINENTES PARA DESPARASITAR AL GATO
MENSAJE DE MARKETING	<ul style="list-style-type: none"> • ALOJAMIENTO Y GUARDERÍA PARA MASCOTAS
MENSAJE DE VENTA	<ul style="list-style-type: none"> • ¿VACACIONES? NO TE PREOCUPES NOS ENCARGAMOS DE ALOJAR Y CUIDAR BIEN A TU MASCOTA

Nota: Elaboración Propia

2. Objetivos Específicos

- Aumentar el engagement rate en un 15% en la página de Instagram.
- Incrementar en un 30% las visitas a la página de Instagram por medio de publicidad pagan en los próximos 12 meses.
- Incrementar las visitas a la página web en un 25% por medio de Google Ads.
- Incrementar en un 20% el tráfico a través de la búsqueda orgánica, la creación de la página web y el desarrollo de la página de Instagram actual en el próximo año.
- Aumentar un 30% las consultas mensuales de medicina integrativa para los próximos meses, a través de información por medio del contenido digital en Instagram.

3. Estrategia

3.1. Estrategia de redes sociales

- Realizar videos mensuales sobre la importancia del cuidado de las mascotas.
- Post en Instagram con tips para el cuidado de las mascotas y los beneficios de tratamientos para las mascotas.
- Pautar en Instagram y Facebook.
- Realizar sorteos junto con veterinarias aliadas por medio de Instagram *lives*.
- Descuentos especiales a seguidores en Instagram y Facebook.
- En cada post e historias incluir *Call To Action*.
- Utilizar herramientas como canva y otros planificadores para realizar publicaciones en el *feed*.
- Vincular post para que se publiquen al mismo tiempo en Facebook y en Instagram.

3.2. Estrategia SEO y Google Ads

- Realizar posicionamiento SEO incluyendo contenido relevante y optimización de la página web.
- Incluir publicidad en buscadores y directorios locales por medio de Google.
- Definir palabras claves para mejor posicionamiento por medio del planificador de palabras clave de Google Ads.
- Capacitar a la persona encargada de mercadeo en nuevas estrategias digitales por medio de recursos como Google garage.

3.3. Estrategia de marketing de contenidos

- Videos Informativos sobre medicina alternativa.
- Testimonios en vivo con clientes que hayan tenido la experiencia de medicina alternativa en sus mascotas.
- Blogs sobre los beneficios de la medicina alternativa.
- Compartir blogs y páginas relacionadas en el tema del cuidado de mascotas escritas por expertos.

5. Resultados

Los KPI'S que utilizaremos para poder medir los resultados de las estrategias aplicadas a Canfe Club serán:

5.1. Seguimiento tasa de engagement

Para poder analizar el rendimiento de los distintos posts que se van a realizar en las redes sociales se evaluará por medio de la tasa de engagement la cual será calculada así: $(\text{Me gustas} + \text{comentarios}) / \# \text{ de seguidores} \times 100$. (Laverbenalab 2019)

5.2. Número de seguidores

Se evaluará periódicamente el número de usuarios que se suscriban o sigan las redes sociales de CANFE.

5.3. Tráfico de redes sociales (Instagram)

Con el fin de poder analizar la concurrencia con la que la audiencia de CANFE CLUB visita la página y si las tácticas de publicidad en la red están dando frutos se estarán analizando constantemente en el área de Instagram y Facebook Insights la cuál muestra el contenido de la página, datos demográficos de los nuevos y antiguos seguidores y distintas acciones que realizan dentro de la página de Instagram.

5.4. Administrador de anuncios Instagram y Facebook

Por medio de las plataformas se analizará entrando al administrador de anuncios y evaluando: Interacciones que tenga la publicación pagada, el alcance total, y el costo por resultado de cada anuncio.

5.5. Tasa de conversión

Análisis del rendimiento de la página web, será calculado así: Objetivos conseguidos (Citas programadas, ventas de accesorios y comida por medio de página web) / Número total de visitas. (Marketeros hoy 2020)

5.6. Clics orgánicos

Utilizaremos esta métrica para evaluar los usuarios que hacen clic en publicidad orgánica de Google.

5.7. Estadísticas de Instagram

Horas más activas del día, top post, impresiones, actividad del perfil, visitas alcanzadas (seguidores, no seguidores), tipo de contenido (basado en visitas).

6. Presupuesto

Tabla 6. *Presupuesto Plan de Marketing digital de CANFE CLUB*

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
PAGINA WEB												
Mensualidad WordPress	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920
Subtotal	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920	\$ 63.920
PERSONAL MERCADEO												
Community Manager Junior	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
Capacitación personal Google Garage	\$ -											
Subtotal	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
REDES SOCIALES												
Publicidad en historias de Instagram	\$ 23.456	\$ 23.456	\$ 23.456	\$ 23.456	\$ 23.456	\$ 23.456	\$ 23.456	\$ 23.456	\$ 23.456	\$ 23.456	\$ 23.456	\$ 23.456
Publicidad Post de Instagram	\$ 30.080	\$ 30.080	\$ 30.080	\$ 30.080	\$ 30.080	\$ 30.080	\$ 30.080	\$ 30.080	\$ 30.080	\$ 30.080	\$ 30.080	\$ 30.080
Sorteos			\$ 100.000		\$ 100.000				\$ 100.000		\$ 100.000	
Subtotal	\$ 53.536	\$ 53.536	\$ 153.536	\$ 53.536	\$ 153.536	\$ 53.536	\$ 53.536	\$ 53.536	\$ 153.536	\$ 53.536	\$ 153.536	\$ 53.536
GOOGLE ADS												
Publicidad en Google Ads	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768
Subtotal	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768	\$ 26.768
TOTAL	\$ 944.224	\$ 944.224	\$ 1.044.224	\$ 944.224	\$ 1.044.224	\$ 944.224	\$ 944.224	\$ 944.224	\$ 1.044.224	\$ 944.224	\$ 1.044.224	\$ 944.224
TOTAL ANUAL	\$ 11.730.688											

Fuente: Elaboración Propia

6.1. Mensualidad WordPress

Se utilizará la herramienta WordPress como sistema de gestión de contenidos la cual contribuirá con la gestión, la creación y la modificación de la página web de la empresa. Para ello se pagará una mensualidad de \$63.920 pesos aproximadamente, este precio corresponde a la categoría “Business” la cual se factura anualmente y contiene diferentes funcionalidades como: Durante el primer año dominio gratuito, recepción de pagos, chat de soporte incorporado, publicidad con ingresos, videos, diferentes funcionalidades del sitio web, igualmente cuenta con una integración de Google Analytics, herramientas SEO, entre otras (WordPress, 2021).

6.2. Publicidad Instagram/Facebook:

Con el fin de llegar a una gran cantidad de personas, se tiene como estrategia la publicidad en redes sociales como Instagram y Facebook. Se deben tener en cuenta ciertos aspectos que se contemplan por publicitar en estas plataformas. En primer lugar, el presupuesto que proponemos es teniendo en cuenta la modalidad de “Pago por *click*” que tiene Instagram; sabemos que el costo por click en un anuncio de Instagram está entre \$0,70 y \$ 1.00 (Prieto, 2020). Con esta información y teniendo en cuenta que presupuestamos 2 veces por semana para que la publicidad de CANFE sea promocionada, establecimos el presupuesto de publicidad en redes sociales. Algo muy importante a destacar es que el presupuesto que se establece en redes sociales es variable y puede ajustarse dependiendo de las necesidades, así mismo, Instagram se ajusta y mostrará la mayor cantidad de resultados posibles con ese presupuesto: “ Tu controlas el costo de tus anuncios en Instagram al establecer un límite de gasto para tu campaña, un presupuesto diario o una estrategia de puja” (Newberry & Adame, 2020).

6.3. Publicidad Google Ads:

Para la publicidad en Google Ads tenemos en cuenta el costo por palabra clave y bajo esto establecimos el presupuesto. Un ejemplo de esto es que en Colombia la palabra “Seguros de auto” cuesta aproximadamente 12.500 pesos por click (Retamal, 2021). Al igual que en las redes sociales, el presupuesto varía de acuerdo al costo por *click*, pero el presupuesto se ajusta según las necesidades y requerimientos mensuales o semanales que tengan.

6.4. Presupuesto capacitación:

Se proponen cursos cortos y gratuitos con el fin de afianzar los conocimientos en marketing digital, por ejemplo, Google Garge.

6.5. Sorteos

Con la finalidad de interactuar con los seguidores y usuarios de Instagram, se tiene previsto realizar 4 sorteos al año, cada uno con un presupuesto de \$100.000 pesos ya sea en servicios o productos que tenga CANFE.

Referencias

- ¿Cómo crear un feed atractivo en Instagram? (2021, Julio 19). EscuelaSM.
<https://www.escuelasm.ec/redes-sociales/como-crear-un-feed-atractivo-en-instagram/>
- Bahamón, C, C. E. (2017). La Calidad en la enseñanza de la medicina veterinaria en Colombia. *Revista Facultad De Ciencias Agropecuarias*
- Cliniczoo veterinaria Pitalito*. (2021). Facebook.com.
<https://www.facebook.com/pg/Cliniczoo-veterinaria-Pitalito-564912277292393/services/>
- Clinivet Salud & Belleza Animal*. (2012). Facebook.com.
<https://www.facebook.com/rocioguzmanmvz/>
- Contreras, N. (2019, junio 17). Call to action: cómo escribir una llamada a la acción efectiva. Social Media Marketing & Management Dashboard.
<https://blog.hootsuite.com/es/call-to-action-cta/>
- Delgado, C. (2016, junio 6). ¿Qué es la medicina veterinaria integrativa? - Cristina Delgado *Medicina veterinaria integrativa*. Cristina Delgado - Medicina Veterinaria Integrativa.
<https://cristinadelgado.es/la-medicina-veterinaria-integrativa/>
- El Nogal – Te atendemos cuando lo necesites*. (2020). Veterinariaelnogal.com.
<https://veterinariaelnogal.com/>
- FAGROPEC*,9(2),82-83.
<https://editorial.uniamazonia.edu.co/index.php/fagropec/article/view/359>
- Fuente, O. (2019, enero 16). *Qué es un Community Manager y cuáles son sus principales funciones en la empresa*. Thinking for Innovation.
<https://www.iebschool.com/blog/que-es-un-community-manager-redes-sociales/>
- Gómez, L. (2020). Impacto económico de la pandemia del coronavirus en Colombia y el mundo. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/38176>.
- Gonçalves, W. (2017, noviembre 18). *Facebook Ads: Una estrategia más que te ayuda a impulsar tus planes*. Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/facebook-ads-2/>
- Google Ads: Definición - Ayuda de Google Ads*. (2021). Google.com.
https://support.google.com/google-ads/answer/6319?hl=es-419&ref_topic=24937

- Grupo Bancolombia. (2019) Mercado de mascotas en Colombia: crecimiento durante 2021. <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/tendencias/mercado-mascotas-2021>
- K-Lev. (2017, enero 27). Medicina veterinaria integrativa. *Hospital Veterinario K-lev*. <https://www.hospitalveterinariok-lev.com/medicina-veterinaria-integrativa/>
- Laverbenalab. (2019). ¿Qué es el engagement en las redes sociales? Recuperado el 20 de octubre de 2021, de Laverbenalab website: <https://laverbenalab.com/que-es-el-engagement-en-redes-sociales/>
- Medical VET Clínica Veterinaria - Pitalito, Huila, Colombia - Veterinario | Facebook*. (2021). Facebook.com. https://m.facebook.com/profile.php?id=446072558928860&__tn__=C-R
- Newberry, C., & Adame, A. (2020, junio 3). Publicidad en Instagram—La guía completa para empresas. *Social Media Marketing & Management Dashboard*. <https://blog.hootsuite.com/es/publicidad-en-instagram-para-empresas/>
- Peluquería Canina. (2021). Peluquería Canina - Peluquería Canina *Pitalito, Servicios*. Google.com. <https://sites.google.com/view/pequeriacaninapitalito/pequeria-canina-pitalito-servicios>
- Peris, R. (2017, diciembre 10). *Chatbot: ¿Qué es, para qué sirve y cómo funcionan?* Bloo Media; Bloo Media Agencia de Marketing en Valencia. <https://bloo.media/blog/porque-implementar-chatbot-en-tu-estrategia-de-marketing/>
- Prieto, E. (2020, febrero 21). La guía 2020 de los costos de los anuncios de Instagram. *Es de Latino News*. <https://www.esdelatino.com/la-guia-2020-de-los-costos-de-los-anuncios-de-instagram/>
- Resultado de la búsqueda orgánica - Ayuda de Google Ads*. (2021). Google.com. <https://support.google.com/google-ads/answer/6054492?hl=es-419>
- Retamal, P. (2021, marzo 11). Precios de la Publicidad de Google Ads en Colombia. *Marketing Google*. <https://marketingoogle.cl/experto-en-google-ads/>
- Revista Semana. (2021) “Tratar a un perro como un ser humano también es maltrato animal”. <https://www.semana.com/vida-moderna/articulo/cesar-millan-dice-que-humanizar-a-los-perros-tambien-es-maltrato-animal/474746/>

Rincones M. (2020). ¿Qué es la tasa de conversión? ¿Cómo se Calcula? ¿Cómo Mejorar?

Recuperado el 20 de octubre de 2021. de MarketerosHoy website:

<https://marketerosdehoy.com/marketing-digital/que-es-la-tasa-de-conversion/>

Saavedra, A. (2021, Mayo 27). *Tipos de publicaciones en Instagram | Qué es post de*

Instagram.[https://alexissaavedra.com/tipos-de-publicaciones-en-instagram-que-es-post-de-](https://alexissaavedra.com/tipos-de-publicaciones-en-instagram-que-es-post-de-instagram/#:~:text=Un%20post%20de%20Instagram%20es,Post%20It%20que%20significa%20publ%C3%ADcalo)

[instagram/#:~:text=Un%20post%20de%20Instagram%20es,Post%20It%20que%20significa%20publ%C3%ADcalo](https://alexissaavedra.com/tipos-de-publicaciones-en-instagram-que-es-post-de-instagram/#:~:text=Un%20post%20de%20Instagram%20es,Post%20It%20que%20significa%20publ%C3%ADcalo).

WordPress, W. (2021). Hay un plan para ti. Recuperado el 22-10-2021, de WordPress.com

website: <http://> <https://wordpress.com/es/pricing/>