



Patos al Agua

Sandra Natalia Vincos Contreras

María Alejandra Hernández Cuervo

Universidad del Rosario

Escuela de Administración Rosario GSB

Maestría en Marketing (MM)

Modalidad Solución de Problemática

Bogotá, D.C.

25 de abril 2023



Patos al Agua

Sandra Natalia Vincos Contreras

María Alejandra Hernández Cuervo

Director:

Diego Parra

Universidad del Rosario

Escuela de Administración Rosario GSB

Maestría en Marketing (MM)

Modalidad Solución de Problemática

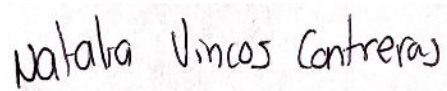
Bogotá, D.C.

25 de abril 2023

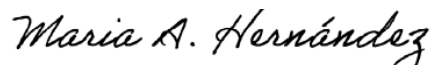
### **Declaración de originalidad y autonomía**

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el presente Proyecto Aplicado Empresarial (PAE), en la propuesta de solución a una problemática en el campo de conocimientos del programa de Maestría por mi propia cuenta 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 PAE no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.



Sandra Natalia Vincos Contreras

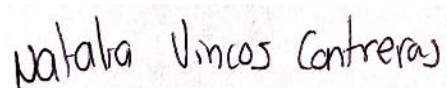


María Alejandra Hernández Cuervo

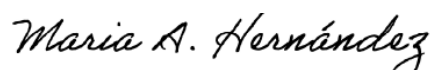
Firmado en Bogotá, D.C. el 26 de abril del 2023.

## 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.



Sandra Natalia Vincos Contreras



María Alejandra Hernández Cuervo

Firmado en Bogotá, D.C. el 26 de abril de 2023.

**Lista de Tablas**

Tabla 1. Datos finanzas empresa Bucky Ducky.....	15
Tabla 2. Gastos empresa Bucky Ducky .....	16
Tabla 3.Ingresos empresa Bucky Ducky.....	17
Tabla 4.Venta de productos empresa Bucky Ducky .....	18
Tabla 5. Ingresos primer año de la empresa.....	34

## Lista de Figuras

Figura 1. Encuesta dirigida al público entre 20 y más de 60 años. ....	19
Figura 2. Conocimiento acerca de empresas de publicidad. ....	20
Figura 3. Conocimiento sobre costos de paquetes de publicidad. ....	21
Figura 4. Importancia sobre los servicios de publicidad. ....	22
Figura 5. Lo que atrae al público, una marca. ....	23
Figura 6. Gusto del publico por comprar una nueva marca. ....	24
Figura 7. Experiencia del publico acerca del uso de servicios de publicidad. ....	25
Figura 8. Canva para los procesos y desarrollos de la empresa Bucky Ducky. ....	32
Figura 9. Plan de mercadeo patos al agua para Bucky Ducky primer mes. ....	36
Figura 10. Plan de mercadeo patos al agua para Bucky Ducky segundo mes. ....	39
Figura 11. Plan de mercadeo patos al agua para Bucky Ducky Tercer mes. ....	41

## Tabla de Contenido

1. Introducción .....	10
2. Descripción de la Situación Organizacional de la Empresa Bucky Ducky.....	11
3. Descripción de la Situación Estudio de Caso y/o Problemática Empresarial ..	15
4. Descripción de las Alternativas, Estrategias y/o Acciones que se Toman en el Análisis .....	33
del Estudio de Caso y/o Solución a la Problemática Empresarial .....	33
5. Recomendaciones de Implementación y Aplicación de Plan.....	44
6. Conclusiones.....	50
<b>Referencias Bibliográficas</b> .....	52
Anexos Técnicos .....	54

## Resumen Ejecutivo

<b>Nombre del PAE.</b>	<i>Patos Al Agua</i>
<b>Información básica del proyecto.</b>	<p>Bucky Ducky es una empresa que ofrece servicios de marketing, fundada durante la pandemia de COVID 19 con el propósito de proporcionar a sus usuarios un enfoque diferente a las compañías de publicidad actuales. Debido a un manejo erróneo de publicidad la empresa entró en una época de recesión en la cual detuvo sus actividades. Este documento se compone de un análisis detallado de esta problemática, su posicionamiento en el mercado y una propuesta de solución a la anterior.</p>
<b>Aportes al caso de estudio o la solución de la problemática empresarial.</b>	<p>Teniendo en cuenta es desarrollo del mercado en el cual se encuentra la empresa se propone como solución a la problemática de la empresa la implementación de un plan de mercadeo, el cual contiene herramientas necesarias y los pasos a seguir conjunto a las recomendaciones de cada una de las campañas ideadas para la empresa Bucky Ducky. Dentro de la propuesta de solución se utilizan diferentes medios para optimizar servicios de marketing, que conduzcan a alcanzar reconocimiento y aumento de clientes potenciales que estén dispuestos a adquirir servicios y beneficios que faciliten a la marca mayor posicionamiento en los mercados, logrando de esta manera mayores ingresos, manteniendo un presupuesto acorde con la empresa para su desarrollo y crecimiento.</p> <p><b>Palabras clave.</b> Análisis de problemática, empresa, posicionamiento en el mercado, publicidad, servicios de marketing.</p>

### Abstract

<b>Name of PAE</b>	<i>Ducks to water</i>
<b>General information of PAE</b>	Bucky Ducky is a company that offers marketing services, founded during the COVID 19 pandemic with the purpose of providing its users with a different approach to current advertising companies. Due to an erroneous management of publicity, the company entered a period of recession in which it stopped its activities. This document consists of a detailed analysis of this problem, its position in the market and a proposed solution to the above.
<b>Contribution for case study or solution at the problem.</b>	<p>Taking into account the development of the market in which the company is located, the implementation of a marketing plan is proposed as a solution to the company's problems, which contains the necessary tools and the steps to follow together with the recommendations of each one of them. campaigns designed for the company Bucky Ducky. Within the solution proposal, different means are used to optimize marketing services, which lead to achieving recognition and an increase in potential customers who are willing to acquire services and benefits that provide the brand with greater positioning in the markets, thus achieving greater income, maintaining a budget according to the company for its development and growth.</p>
<b>Keywords.</b>	Problem analysis, company, market positioning, advertising, marketing services.

## 1. Introducción

En el sector empresarial, es fundamental contar con asesoría o servicios de marketing que impulsen a las compañías o negocios. Las empresas de marketing ofrecen servicios como la producción de materiales promocionales, gestión de redes y publicidad externa. Sin embargo, estos servicios pueden no ser adecuados para las empresas contratantes, ya que suelen ser estándar y carecen de personalización, lo que puede limitar la experiencia del cliente.

Bucky Ducky es una empresa fundada en 2020 que se especializa en servicios publicitarios enfocados en la experiencia del usuario. Su enfoque se basa en la diversión, la creatividad y el profesionalismo, y utilizan un personaje emblemático para representar los valores de la marca. Sin embargo, en 2021 la empresa enfrentó dificultades debido a la falta de estrategias de marketing e innovación, lo que resultó en pérdidas económicas. Esta situación ha llevado a que Bucky Ducky no haya logrado el posicionamiento necesario para obtener reconocimiento y crecer en el mercado.

Con el objetivo de reactivar las operaciones comerciales de Bucky Ducky, se lleva a cabo un análisis exhaustivo centrado en comprender tanto los desafíos internos de la empresa como el entorno del mercado en el que se encuentra. Este estudio tiene como finalidad examinar cómo la empresa puede mejorar su rendimiento mediante enfoques cualitativos y cuantitativos, con el propósito de encontrar una solución adecuada a los problemas específicos de Bucky Ducky y así impulsarla hacia el posicionamiento deseado.

Se realizará una descripción exhaustiva de la situación organizativa de Bucky Ducky en Bogotá, Colombia. Esto incluirá información relevante sobre el mercado actual, el entorno cultural, social y económico, así como los aspectos clave de establecer una agencia de publicidad en el país. Además, se detallará el funcionamiento de la empresa, su origen, objetivos y metas. A continuación, se proporcionará una explicación detallada tanto del mercado en el que se encuentra como de las herramientas de investigación utilizadas. Por último, se presentará una propuesta de solución, junto con un plan estratégico correspondiente.

## 2. Descripción de la Situación Organizacional de la Empresa Bucky Ducky

Con el propósito de comprender el funcionamiento del mercado en el cual se sitúa la empresa Bucky Ducky, se explica detalladamente los aspectos principales del comportamiento de la población colombiana en torno al consumo de publicidad, ya que es en este lugar donde se realizará el presente proyecto.

Acorde a los reportes del DANE, *"el PIB creció un 7,5% en el año 2022 respecto al año anterior. En el cuarto trimestre del 2022, este creció el 2,9% respecto al mismo periodo de 2021. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras funciones de servicios; Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores; Actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores de bienes y servicios para uso propio crece 40,5% (contribuye 1,3 puntos porcentuales a la variación anual). Adicionalmente se encuentran actividades financieras y de seguros con un crecimiento de 8,4% (contribuye 0,4 puntos porcentuales a la variación anual) y las industrias manufactureras crece 2,7% (contribuye 0,3 puntos porcentuales a la variación anual)."* (DANE, Crecimiento PIB, 2022)

El PIB permite identificar los sectores que han mostrado un buen desempeño y aquellos que pueden requerir ajustes o enfoques diferentes. Al analizar estos resultados, las empresas pueden obtener información valiosa sobre las oportunidades y desafíos presentes en el mercado, lo que les permite tomar decisiones más informadas y diseñar estrategias más efectivas para alcanzar el éxito en sus respectivas industrias.

Por otra parte, es importante analizar las nuevas tendencias en las empresas de publicidad en el contexto social y cultural de Colombia. En particular, se deben examinar las tendencias en los medios digitales para comprender cómo la era digital está evolucionando en los tiempos modernos y cómo esto impacta en las estrategias de publicidad.

- *"Los Avaes: Los avales son entendidos como cualquier mensaje publicitario incluyendo declaraciones verbales, demostraciones o representaciones del nombre, firma u otras características personales propias de una persona, nombre o sello de una organización que los consumidores puedan creer que reflejan las opiniones, creencias, hallazgos o experiencias de una parte distinta al anunciante patrocinador, incluso si las opiniones*

*expresadas por esa parte son idénticas a las del anunciante patrocinador. La parte cuyas opiniones, creencias, conclusiones o experiencia está reflejando se entenderá como endorser o avalista y puede ser un individuo, grupo o institución.” (Rodríguez, 2018)*

- *“Influenciadores: Los denominados influenciadores pueden ser considerados como aquellas personas que, como su nombre lo indica, tienen la capacidad de influir en las decisiones de consumo de sus seguidores en las diferentes redes sociales como lo son Facebook o Instagram, por ejemplo, por contar con una credibilidad importante sobre un tema concreto.” (Rodríguez, 2018, p. 10).*
- *“Publicidad nativa: Una de sus principales características es que no es percibido como una publicidad por cuanto imitan en su totalidad, el formato y el estilo editorial de donde aparece (Tomas, 2018). Es usualmente valioso para los anunciantes utilizar este tipo de publicidad por cuanto se integra de manera fluida y nada agresiva a la experiencia de navegación del usuario, lo cual lo torna más atractivo”. (Tomas, 2018) citado por (Rodríguez, 2018, p. 12)*

Las tendencias mencionadas contribuirán al análisis, comprensión y comprensión del entorno de las agencias de publicidad en el país por parte de Bucky Ducky, esto permitirá ofrecer una amplia gama de servicios y determinar si lo que se ofrece se adapta al mercado actual colombiano. En caso contrario, se podrán rediseñar las estrategias planteadas para satisfacer las necesidades de nuestros clientes finales.

La empresa Bucky Ducky tiene como objetivos principales la creación de contenido, la modernización de tendencias y estrategias de publicidad en Colombia, con un enfoque inicial en la ciudad de Bogotá. Estos objetivos son alcanzables en un período de dos años si se logra generar un impacto reconocible. Los puntos fuertes de la empresa se centran en la atención al usuario y su enfoque diferenciado de marca, basado en la imagen de los patos como símbolo principal y la atención adecuada a este concepto.

En términos financieros, la empresa Bucky Ducky está experimentando pérdidas debido a la falta de clientes y los costos de mantenimiento de impuestos y dominio de la página web. La generación de ingresos a través de patentes o derechos de autor no es viable para la empresa, ya

que los derechos patrimoniales del contenido se ceden a los clientes, lo que impide generar ingresos adicionales después de la venta de los contenidos establecidos en cada contrato. Como se mencionó anteriormente, las limitaciones y debilidades de la empresa radican en la falta de innovación y estrategias de marketing, lo cual se refleja en los gráficos contables de Bucky Ducky y contribuye a las pérdidas financieras.

Dado las limitaciones y debilidades de la empresa, esta cuenta solo con dos empleados formales y subcontrata servicios externos para cubrir otras labores, lo que ayuda a controlar los gastos mensuales. Las áreas que se manejan tanto interna como externamente incluyen la gerencia, comunicaciones, marketing, contabilidad y proyectos.

Dentro de estas áreas, la empresa mantiene una estructura de cultura corporativa que se enfoca en entretener tanto a los clientes como a los trabajadores durante las tareas laborales. Esto se logra mediante el personaje de la empresa, que sirve como base para el comportamiento de los empleados y colaboradores, creando así una conexión más cercana y generando empatía hacia la empresa. Tanto los empleados internos como los externos de la empresa se comunican a través del líder del proyecto en el que están involucrados. Cada cliente mantiene contacto con la empresa a través de ese líder, quien puede manejar hasta tres proyectos simultáneamente.

Los El programa de gestión de la empresa tiene como objetivo principal asegurar la satisfacción tanto de los usuarios como de los colaboradores. Es de vital importancia que se sientan cómodos y felices con la conexión que tienen con la compañía. Por esta razón, se ha implementado un enfoque de trabajo basado en el personaje, asignando a cada empleado el nombre seguido de la palabra "Ducky", lo que fomenta el reconocimiento empresarial e incrementa su identificación con la empresa.

Los modelos de trabajo se basan en fechas de entrega y la posibilidad de trabajar de forma remota. Además, la gerencia y el liderazgo de proyectos ofrecen incentivos tanto físicos como económicos a los trabajadores, con el objetivo de mantener el entusiasmo y fomentar la generación de nuevos proyectos por parte de ellos.

Los servicios de la empresa están dirigidos principalmente a emprendimientos y empresas que buscan adquirir contenido y estrategias de marketing y publicidad para aumentar sus ventas y

ganar reconocimiento en sus respectivos mercados. Este mercado es lo suficientemente amplio como para generar ingresos significativos para Bucky Ducky, especialmente si se logra impulsar el movimiento de la marca. La empresa tiene una ventaja competitiva debido a su modelo de trabajo y atención al usuario. Además, cuenta actualmente con una base de datos de 1540 clientes potenciales, lo que brinda oportunidades adicionales para el crecimiento y desarrollo de la empresa.

Los productos que ofrece la empresa se centran en contenido audiovisual, gráfico, campañas en redes sociales y Google Ads, así como en la creación de productos empresariales y publicitarios. Gran parte de estos productos generan más del 60% de los ingresos de la empresa, ya que son intangibles. La promoción de los productos se realiza a través de la creación de paquetes de contenido personalizados para cada cliente. Además, se ofrecen paquetes económicos para aquellos emprendimientos que están comenzando su publicidad.

Actualmente, la principal problemática de la empresa radica en la falta de movimiento y creación de estrategias, lo que ha afectado la búsqueda de canales de distribución en funcionamiento. Sin embargo, los líderes de la empresa se mantienen en contacto constante con sus colaboradores para generar empatía y transmitirles la importancia que tienen para la organización.

### 3. Descripción de la Situación Estudio de Caso y/o Problemática Empresarial

La principal problemática de la empresa Bucky Ducky es la falta de estrategias de marketing e innovación, lo que ha llevado a una disminución constante en la obtención de clientes y, por consiguiente, en los ingresos. Esta falta de movimiento y reconocimiento en el mercado ha obligado a la empresa a detener su funcionamiento y producción. Se puede observar la falta de estrategias a través de la falta de cambios y actualizaciones en la página web y las redes sociales de la empresa.

Los datos financieros presentados en la Tabla 1 “*Datos finanzas empresa Bucky Ducky*” revelan las impactantes implicaciones para la empresa, ya que está experimentando pérdidas económicas y una falta de ingresos necesarios para mantener su funcionamiento. Aunque la información proporcionada por Bucky Ducky no es extensa, se evidencia la falla en la generación de ingresos.

Por lo tanto, es crucial realizar una revisión de las finanzas de la empresa para abordar esta situación y buscar soluciones que permitan mejorar la situación financiera y reactivar el crecimiento de Bucky Ducky.

*Tabla 1. Datos finanzas empresa Bucky Ducky*

Compra	Precio	Proveedor	Fecha de Compra	Mes	Año	Key	Costo Total	Pagador	Deuda Cumplida
Página Web	\$368.600	Wix	13/05/20	Mayo	2020	52020	\$368.600	Maria Alejandra	
Correo	\$25.019	G Suite (WIX)	18/05/20	Mayo	2020	52020	\$25.019	Maria Alejandra	
Ilustraciones	\$180.000	Daniel Benitez	22/05/20	Mayo	2020	52020	\$180.000	Nicolas	Pago Realizado
Correo	\$24.612	G Suite (WIX)	18/06/20	Junio	2020	62020	\$24.612	Nicolas	Pago Realizado
Tapabocas	\$120.000	Adriana	26/06/20	Junio	2020	62020	\$120.000	Luz Marina	
Pago Deuda Nicolas	\$205.000	Nicolas Cortazar	1/07/20	Julio	2020	72020	\$205.000	Luz Marina	
Contador	\$525.000	Ivan Colmenares	8/07/20	Julio	2020	72020	\$525.000	Luz Marina	
Notaria	\$10.000	Notaria Novena	8/07/20	Julio	2020	72020	\$10.000	Luz Marina	
Cajas	\$3.123	Cabolsasr	13/07/20	Julio	2020	72020	\$3.123	Préstamo	
Contratos	\$120.000	Andres Coral	16/07/20	Julio	2020	72020	\$120.000	Préstamo	
Saco Bucky	\$65.000	RE							
						<b>Total Luz Marina</b>	\$860.000		
						<b>Total Gastos</b>	\$1.581.354		

**Fuente:** Autoras-2023

En la tabla 2 “*Gastos empresa Bucky Ducky*”, se observa que la empresa ha realizado algunos gastos relacionados con la organización y desarrollo de la misma. Estos incluyen el desarrollo de la página web, que actualmente se encuentra bloqueada debido a la falta de

renovación. Además, se han adquirido pequeños productos de publicidad como tapabocas, empaques y un saco. En términos de costos relacionados con la organización formal, se evidencian pagos por la realización de contratos, servicios notariales y servicios de contaduría. Esto indica que en algún momento se tuvo en cuenta el desarrollo legal de la empresa.

En cuanto a los pagadores, se observa que los pequeños inversionistas han realizado los pagos correspondientes a cada gasto. Sin embargo, hasta el momento no se les ha ofrecido una devolución de su inversión ni una ganancia por ella. Aunque los gastos no superan los dos millones de pesos colombianos, se evidencia que no se han realizado nuevas compras para llevar a cabo el desarrollo posterior de la empresa en el mercado. Esto plantea la necesidad de reconsiderar la estrategia financiera y buscar formas de inversión que impulsen el crecimiento y el éxito de Bucky Ducky en el futuro.

*Tabla 2. Gastos empresa Bucky Ducky*

<b>Año</b>	<b>KEY</b>	<b>Costos</b>	<b>Ingresos</b>	<b>Utilidad</b>
2020	52020	\$573.619	\$0	-\$573.619
	62020	\$264.612	\$825.000	\$560.388
	72020	\$863.132	\$0	-\$863.132
	82020	\$0	\$0	\$0
	92020	\$0	\$0	\$0
	102020	\$0	\$0	\$0
	112020	\$0	\$0	\$0
	122020	\$0	\$0	\$0
2021	12021	\$0	\$0	\$0
	22021	\$0	\$0	\$0
	32021	\$0	\$0	\$0
	42021	\$0	\$0	\$0
	52021	\$0	\$0	\$0
	62021	\$0	\$0	\$0
	72021	\$0	\$0	\$0
	82021	\$0	\$0	\$0
	92021	\$0	\$0	\$0
	102021	\$0	\$0	\$0
	112021	\$0	\$0	\$0
	122021	\$0	\$0	\$0

**Fuente:** Autoras-2023

En la Tabla 3 "*Ingresos empresa Bucky Ducky*", se puede observar que solo se registra un ingreso de \$825,000 COP en el mes de junio de 2020. Esto refleja claramente la falta de

movimiento y reconocimiento de la empresa y sus productos en el mercado. A partir de este punto, solo se registra un gasto adicional de \$863,000 COP, y tanto los gastos como los ingresos de Bucky Ducky se detienen.

Esta situación subraya la necesidad urgente de tomar medidas para impulsar el flujo de ingresos y promover el crecimiento de la empresa. Se deben considerar estrategias de marketing y promoción efectivas para generar una mayor demanda de los productos y servicios de Bucky Ducky, lo que permitirá revertir esta tendencia negativa y alcanzar la sostenibilidad financiera deseada.

*Tabla 3. Ingresos empresa Bucky Ducky*

		<b>Intagram</b>	<b>Facebook</b>	<b>Ambos</b>
1	Texto fondo color	\$20.000	\$20.000	\$25.000
2	Texto fondo foto del cliente	\$25.000	\$25.000	\$30.000
3	Texto fondo foto basica (Nuestra)	\$40.000	\$40.000	\$45.000
4	Texto fondo foto pro (Nuestra)	\$60.000	\$60.000	\$65.000
5	Animación de texto (Impreso)	\$25.000	\$25.000	\$30.000
6	Foto del cliente	\$15.000	\$15.000	\$20.000
7	Foto nuestra	\$30.000	\$30.000	\$35.000
8	Pieza grafica del cliente	\$15.000	\$15.000	\$20.000
9	Pieza grafica nuestra	\$40.000	\$40.000	\$45.000
10	Video 5 segundos	\$25.000	\$25.000	\$30.000
11	Video 10 segundos	\$50.000	\$50.000	\$55.000
12	Video 15 segundos	\$75.000	\$75.000	\$80.000
13	Historias esteticas	\$20.000	\$20.000	\$25.000
14	Historias con movimiento	\$25.000	\$25.000	\$30.000
15	Historias de video del cliente	\$20.000	\$20.000	\$25.000
16	Historias video propio	\$35.000	\$35.000	\$40.000
	<b>Total</b>	<b>\$520.000</b>	<b>\$520.000</b>	<b>\$600.000</b>

**Fuente:** Autoras-2023

En la tabla 4 “*Venta de productos empresa Bucky Ducky*”, se puede observar que los precios de los paquetes institucionales se encuentran en un rango medio en comparación con los costos del mercado. Además, la empresa tiene la capacidad de modificar estos precios en beneficio del cliente, ya que comprende que cada cliente tiene necesidades y requisitos específicos para su publicidad.

Esta flexibilidad en los precios puede ser una estrategia efectiva para aumentar las ventas. Ofrecer los paquetes como un total con descuento en lugar de mantener el valor total individual de

cada elemento puede resultar atractivo para los clientes. Esto les brinda un beneficio económico al adquirir los paquetes completos y puede incentivarlos a realizar compras más grandes.

Al adaptarse a las necesidades y preferencias de los clientes, Bucky Ducky tiene la oportunidad de aumentar las ventas y generar un mayor interés en sus productos. Esta estrategia puede contribuir a impulsar el crecimiento de la empresa y generar un mayor reconocimiento en el mercado.

*Tabla 4. Venta de productos empresa Bucky Ducky*

	Paquetes			
	Producto	Full	Total	Pago del Full
1	Semana	\$320.000,00	\$320.000,00	100%
2	Semana	\$640.000,00	\$608.000,00	95%
3	Semana	\$960.000,00	\$864.000,00	90%
4	Semana	\$1.280.000,00	\$1.088.000,00	85%

**Fuente:** Autoras-2023

En relación con los paquetes institucionales, los precios ofrecidos por Bucky Ducky se sitúan en un rango medio en comparación con los costos del mercado. Además, la empresa tiene la capacidad de ajustar los precios en beneficio del cliente, reconociendo que cada cliente tiene necesidades y requerimientos específicos para su publicidad.

Esta flexibilidad en los precios puede ser una estrategia efectiva para aumentar las ventas. Al ofrecer los paquetes como un conjunto con descuento en lugar de mantener el valor total de cada elemento por separado, se puede incentivar a los clientes a realizar compras más completas y generar un mayor volumen de ventas.

Al adaptarse a las necesidades individuales de cada cliente, Bucky Ducky puede destacarse y generar un mayor interés en sus productos. Esta estrategia tiene el potencial de impulsar el crecimiento de la empresa y fortalecer su posición en el mercado, al brindar opciones personalizadas y atractivas en términos de precios y paquetes.

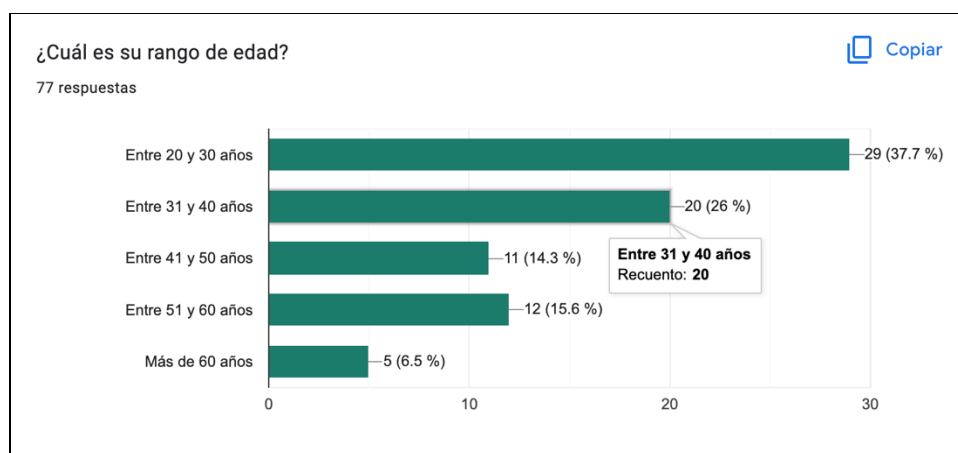
## Encuesta de revisión de imaginario colectivo

La empresa Bucky Ducky ha tomado la decisión de realizar una encuesta dirigida al público general con el objetivo de comprender el pensamiento colectivo en el campo de la publicidad y el marketing. Esta encuesta busca obtener información sobre los rangos de edad y el nivel de conocimiento que el público tiene con relación a los productos y servicios ofrecidos por la empresa. Esta información será valiosa para replantear tanto los precios como los canales de promoción utilizados por Bucky Ducky.

La encuesta se realizará en formato digital para facilitar su expansión y agilizar el proceso de recopilación de datos. Se centrará en usuarios de redes sociales que cuenten con capacidad económica de consumo. Esta selección específica permitirá obtener información relevante de un segmento de público que podría ser potencialmente interesado en los productos y servicios de la empresa.

Mediante esta encuesta, Bucky Ducky busca obtener información precisa y actualizada sobre las preferencias y necesidades del público objetivo. Esto permitirá ajustar su estrategia de precios y promoción de manera más efectiva, con el objetivo de atraer a más clientes y generar un mayor impacto en el mercado.

*Figura 1. Encuesta dirigida al público entre 20 y más de 60 años.*

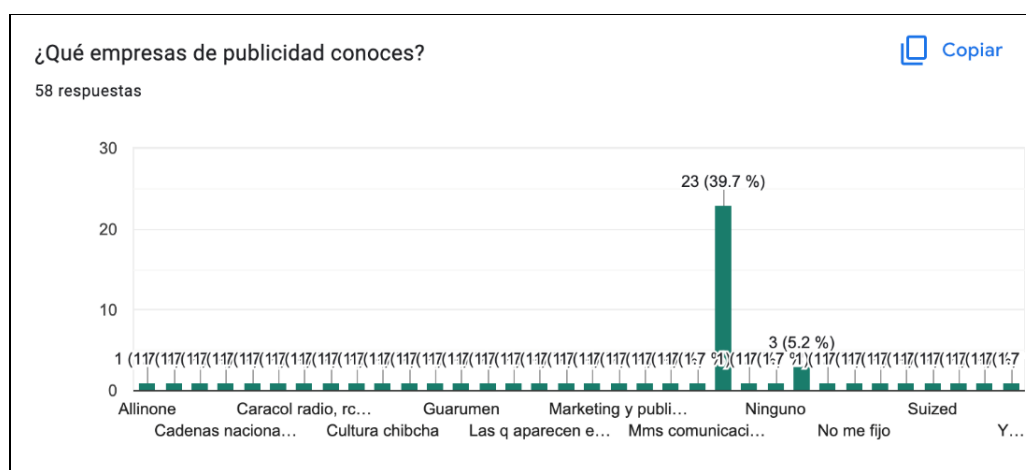


**Fuente:** Autoras-2023

Dentro de los 77 encuestados, se observa una distribución significativa en términos de grupos de edad. El grupo más numeroso corresponde al rango de edad entre 20 y 30 años, representando un 37,7% de los encuestados. Le sigue el grupo de personas entre 31 y 40 años, con un 26% de la muestra. En tercer lugar, se encuentra el grupo de individuos con edades entre 41 y 50 años, conformando un 14,3% de los encuestados. El cuarto lugar lo ocupan las personas de 51 a 60 años, con un porcentaje del 15,6%. Por último, se identifica una pequeña proporción de encuestados mayores de 60 años, representando un 5,6% del total.

Estos resultados brindan información relevante para comprender la distribución demográfica del público general en relación con las edades. Esta información puede ser útil para orientar la estrategia publicitaria de Bucky Ducky, ya que permite comprender en qué segmentos de edad se debe enfocar y adaptar la comunicación y los mensajes publicitarios para tener un mayor impacto en cada generación.

*Figura 2. Conocimiento acerca de empresas de publicidad.*

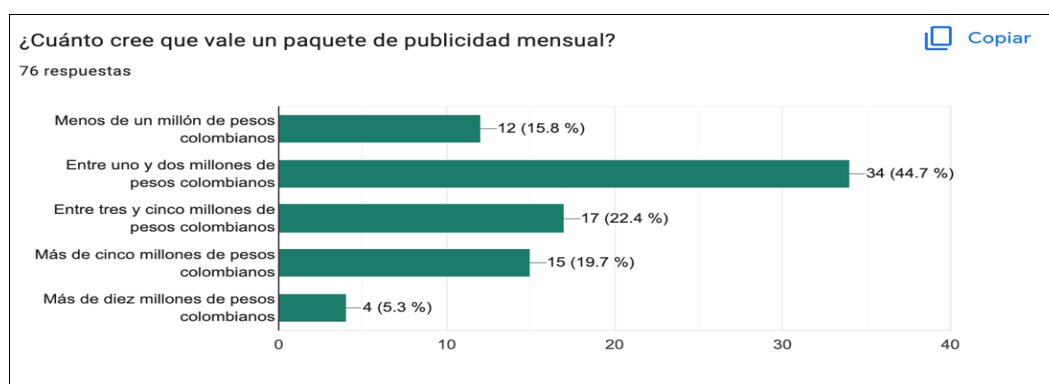


**Fuente:** Autoras-2023

En la encuesta realizada con la participación de 58 personas, se obtuvieron resultados reveladores. Se observó que un 39,7% de los entrevistados tiene un bajo nivel de conocimiento acerca de las empresas de publicidad. Este hallazgo plantea la necesidad de realizar un estudio más profundo sobre los medios de comunicación que se pueden utilizar para mejorar la forma en que se llega tanto a un público general como a uno específico en el mercado colombiano.

El objetivo de este enfoque es incrementar el conocimiento y la recordación de la marca Bucky Ducky, así como fortalecer la publicidad de boca en boca. Para lograrlo, es esencial explorar y ampliar los diversos canales de comunicación existentes en el mercado actual, con el fin de brindar a los clientes una mayor visibilidad y alcanzar los objetivos deseados.

*Figura 3. Conocimiento sobre costos de paquetes de publicidad.*

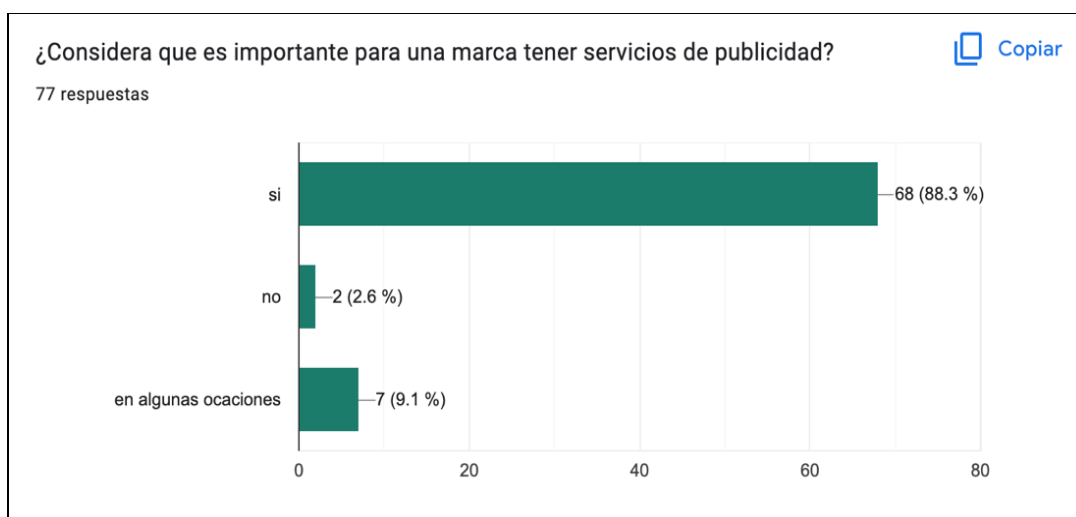


**Fuente:** Autoras-2023

Al analizar la figura número 3, se puede observar el nivel de conocimiento de los encuestados sobre los costos de los paquetes de publicidad. Los resultados revelan que los precios establecidos por la empresa se encuentran dentro del promedio de costo que la población encuestada tiene en mente, que oscila entre uno y dos millones de pesos colombianos.

Esta información indica que los precios de los paquetes de publicidad de Bucky Ducky están alineados con las expectativas de los potenciales clientes. Esto puede ser beneficioso para la empresa, ya que no se percibe una percepción de que los precios estén excesivamente altos o fuera del rango esperado por los encuestados.

*Figura 4. Importancia sobre los servicios de publicidad.*



**Fuente:** Autoras-2023

Al analizar la respuesta a la pregunta sobre si las personas consideran que una empresa o marca debe tener servicios de publicidad, se destaca que un alto porcentaje, específicamente el 88,3% de los encuestados, considera que es de gran importancia que una empresa cuente con estos servicios. Este dato revela el impacto significativo que la publicidad tiene en los criterios de gestión y posicionamiento de una marca en el mercado.

Esta información respalda la viabilidad de Bucky Ducky como empresa, ya que ofrece servicios de publicidad que son valorados y demandados por el público. La alta proporción de encuestados que considera importante contar con servicios de publicidad sugiere que hay una necesidad y una oportunidad de mercado para una empresa como Bucky Ducky.

*Figura 5. Lo que atrae al público, una marca.*

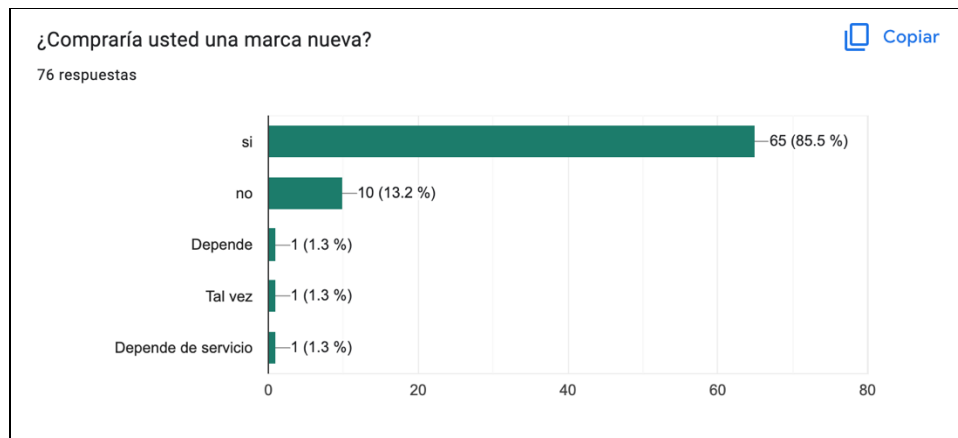


**Fuente:** Autoras-2023

Es fundamental comprender los factores que generan atracción hacia una marca en general, ya que esto tiene implicaciones directas en el éxito de la empresa. En el caso de Bucky Ducky, se identificaron tres aspectos clave que influyen en la atracción de los clientes: la calidad, la atención al cliente y los productos/mensaje ofrecidos.

En resumen, Bucky Ducky debe centrarse en la calidad, la atención al cliente y la adaptación a los cambios del mercado ya que estos elementos serán fundamentales para atraer nuevos clientes, retener a los actuales y lograr un crecimiento exitoso de la marca en el mercado de publicidad y mercadeo.

Figura 6. Gusto del público por comprar una nueva marca.

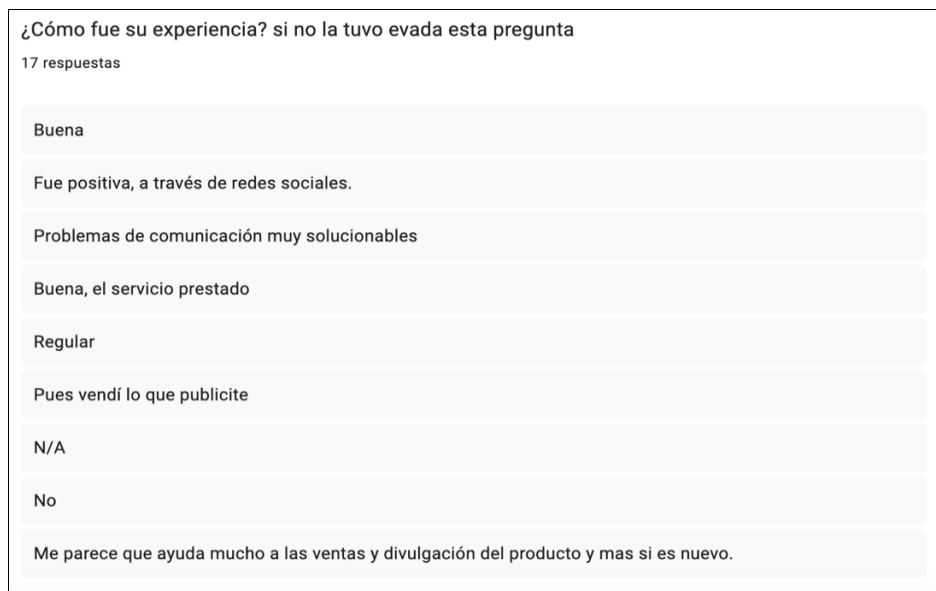


Fuente: Autoras-2023

Es interesante observar que dentro del colectivo imaginario existe una alta disposición, con un 85,5%, a adquirir servicios y/o productos de una marca nueva o desconocida. Esto sugiere que los consumidores colombianos están abiertos a probar y experimentar con nuevas marcas en el mercado.

La alta disposición del colectivo imaginario a adquirir servicios y/o productos de una marca nueva o desconocida en el mercado colombiano sugiere que existe una oportunidad para las marcas emergentes. Sin embargo, es importante que estas marcas se enfoquen en transmitir un mensaje claro, generar confianza y ofrecer productos de calidad para captar la atención y la preferencia de los consumidores.

*Figura 7. Experiencia del público acerca del uso de servicios de publicidad.*



**Fuente:** Autoras-2023

Como último factor de la encuesta, se buscó comprender las experiencias de los encuestados que han adquirido servicios de publicidad en el mercado. Se observa que sus vivencias en relación a la publicidad no han sido del todo negativas, aunque tampoco han sido extraordinarias. Este hecho puede ser visto tanto como un problema como una oportunidad para Bucky Ducky, ya que el pensamiento colectivo no tiene un recuerdo totalmente favorable de sus experiencias. No obstante, la empresa ofrece una forma innovadora de generar cercanía con sus usuarios, lo cual puede ser un punto a favor en su estrategia de mejorar la experiencia del cliente y ganar terreno en el mercado.

Se usó esta herramienta para comprender el pensamiento colectivo en el campo de la publicidad y el marketing y conocer la perspectiva y experiencia de los empresarios. Gracias a la encuesta, se ha observado que el imaginario colectivo tiene un conocimiento general sobre los precios aproximados de los paquetes de publicidad. Además, destaca la importancia que se le otorga a la calidad del servicio y a la atención recibida por parte de las agencias de publicidad.

### **Entrevista a clientes potenciales**

La estrategia de realizar entrevistas privadas con empresarios y miembros de juntas directivas para comprender el pensamiento colectivo de los clientes potenciales de Bucky Ducky

es muy acertada. Estas entrevistas permiten obtener información más detallada y específica sobre las necesidades, preferencias y expectativas de este segmento de mercado.

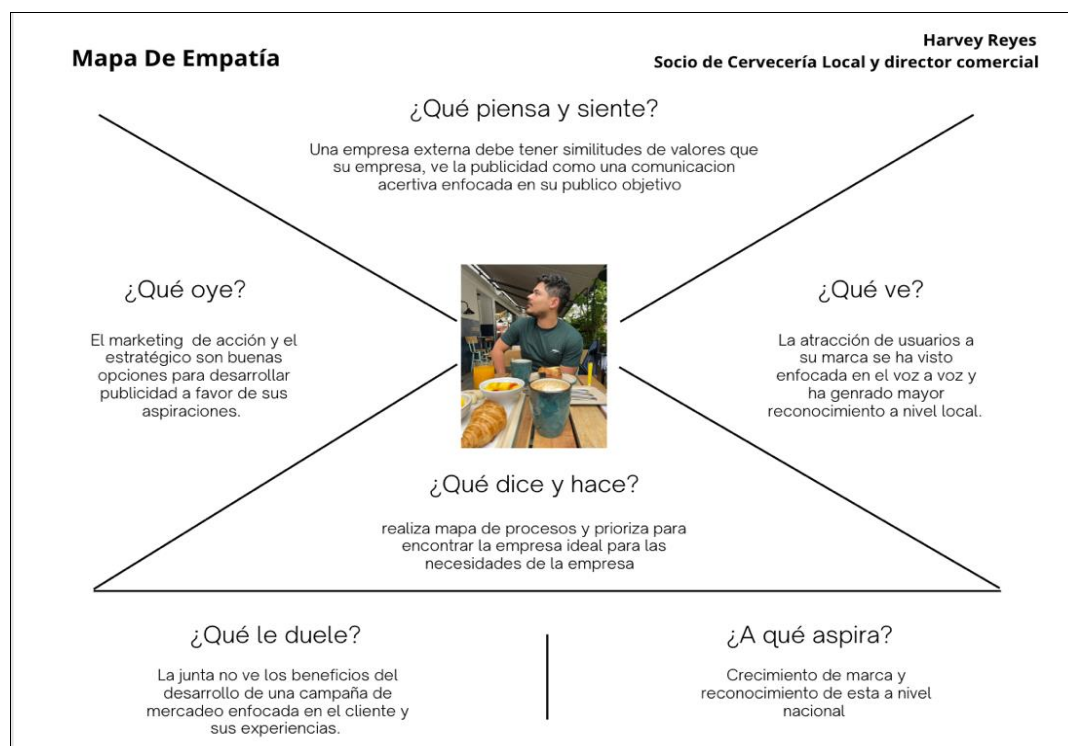
El uso de un mapa de empatía para cada entrevistado es una herramienta valiosa que permite visualizar y comprender mejor su comportamiento y pensamiento en relación a las empresas de publicidad y la contratación externa de ellas. Este enfoque ayuda a identificar patrones, motivaciones y preocupaciones individuales, lo cual proporciona una visión más completa y precisa de cada cliente potencial.

Al realizar las entrevistas, es importante formular preguntas claras y relevantes que permitan profundizar en los diferentes aspectos relacionados con la contratación de servicios de publicidad. Además, durante la conversación, es beneficioso estar atento a los factores adicionales que surjan, ya que pueden brindar información adicional importante y revelar aspectos que no se habían considerado previamente.

Con el propósito de entender el desarrollo tanto de las entrevistas como de los mapas de empatía se adicionan al documento las cuatro preguntas realizadas en el desarrollo de las conversaciones:

1. ¿Cuál es su método de selección para una empresa externa a la suya en caso de necesitar de sus servicios de publicidad?
2. ¿Cree usted que la publicidad es un factor importante para el desarrollo de las actividades de su marca?
3. ¿Cómo maneja usted los medios publicitarios por los cuales promociona su empresa?
4. ¿Cuál ha sido su medio de propagación de reconocimiento de su marca más efectivo?

### Entrevistado 1: Harvey Reyes, Socio de Cervecería Local y director comercial.



**Fuente:** Autoras-2023

Durante el desarrollo de la entrevista, se pudo observar que el individuo tiene un alto conocimiento de las herramientas de mercadeo y comprende cómo utilizarlas en beneficio de sus empresas. Está enfocado en el crecimiento de la marca y en lograr un reconocimiento a nivel nacional. Además, se destacó que realiza mapas de procesos y prioriza las necesidades y valores que su empresa representa al momento de contratar a un proveedor externo de servicios de publicidad.

Además, el hecho de que realice mapas de procesos y priorice las necesidades de su empresa al seleccionar un proveedor externo demuestra una actitud responsable y cuidadosa al tomar decisiones relacionadas con la publicidad. El entrevistado entiende la importancia de alinear los

servicios de publicidad con los objetivos y valores de su empresa para lograr una comunicación coherente y efectiva con su audiencia.

### Entrevistado 2: Sebastián Reyes, Dueño de Emprendimiento Enfocado en Piezas Artísticas



**Fuente:** Autoras-2023

Aunque el entrevistado tiene un conocimiento limitado del manejo de medios publicitarios digitales, comprende la importancia de la publicidad y el reconocimiento de marca como un medio para aumentar el alcance de su mercado. A pesar de que no cuenta con los recursos económicos necesarios para contratar servicios externos de publicidad, está abierto a recibir apoyo de una agencia para cumplir sus aspiraciones.

Es alentador ver que a pesar de las dificultades económicas, el entrevistado valora la importancia de contar con un respaldo profesional en el campo de la publicidad. Esto indica una mentalidad abierta hacia la colaboración y la disposición para explorar opciones que puedan ayudarlo a alcanzar el crecimiento y reconocimiento deseado para su marca.

### Entrevistado 3: Luis Arano Young Silva, Gerente de Alianza Pharms S.A

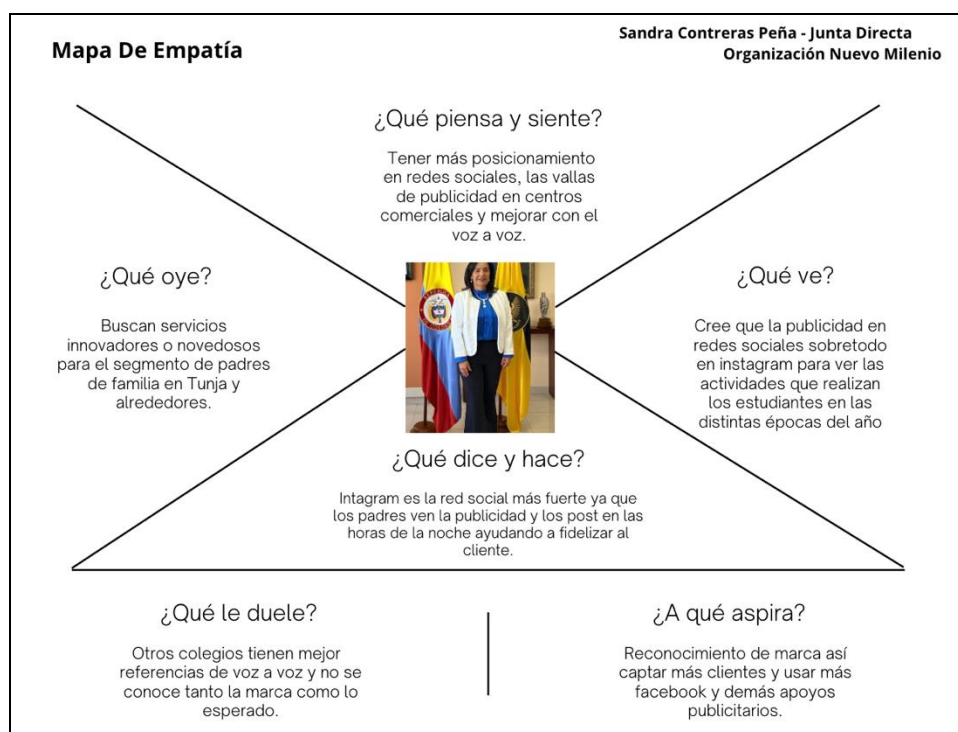


**Fuente:** Autoras-2023

Durante la entrevista, se observa que la empresa ha obtenido beneficios significativos a través de la publicidad voz a voz. Sin embargo, se evidencia una percepción negativa hacia las agencias de publicidad debido a experiencias previas en las que los resultados esperados no se cumplieron. A pesar de esta desconfianza, la empresa reconoce los beneficios de la segmentación y el reconocimiento a través de las redes sociales.

Es interesante destacar que el Gerente de la empresa reconoce la importancia de la segmentación y el uso de las redes sociales como herramientas efectivas para llegar a su público objetivo. Esto demuestra una comprensión de las nuevas tendencias en el campo de la publicidad y la importancia de adaptarse a ellas para maximizar el impacto de sus esfuerzos promocionales.

## Entrevistada 4: Sandra Maritza Contreras Peña, Junta Directiva de Organización Nuevo Milenio.



**Fuente:** Autoras-2023

Como miembro de la junta directiva de Nuevo Milenio, esta persona demuestra una mentalidad abierta y una comprensión clara de la importancia de utilizar las redes sociales y otras herramientas de publicidad para promover y mejorar el reconocimiento del colegio. Reconoce que el uso efectivo de estas plataformas puede ser fundamental para atraer a nuevos clientes y captar la atención de los padres de familia.

Además, esta persona busca servicios publicitarios innovadores que se adapten al segmento del colegio, lo que demuestra una preocupación por ofrecer propuestas novedosas y atractivas que satisfagan las necesidades y expectativas de este grupo objetivo. En lugar de realizar estas labores internamente, está dispuesta a externalizarlas y contratar una agencia de publicidad para aprovechar su experiencia y conocimientos especializados en el campo.

Durante las entrevistas con los clientes potenciales, se ha constatado que están dispuestos a contratar una agencia de publicidad para mejorar sus redes sociales o enfocarse en un servicio específico que sea relevante para sus empresas y que deseen mejorar. Cada cliente potencial busca servicios innovadores, con experiencia y, sobre todo, valora que la agencia contratada comparta los valores de su empresa.

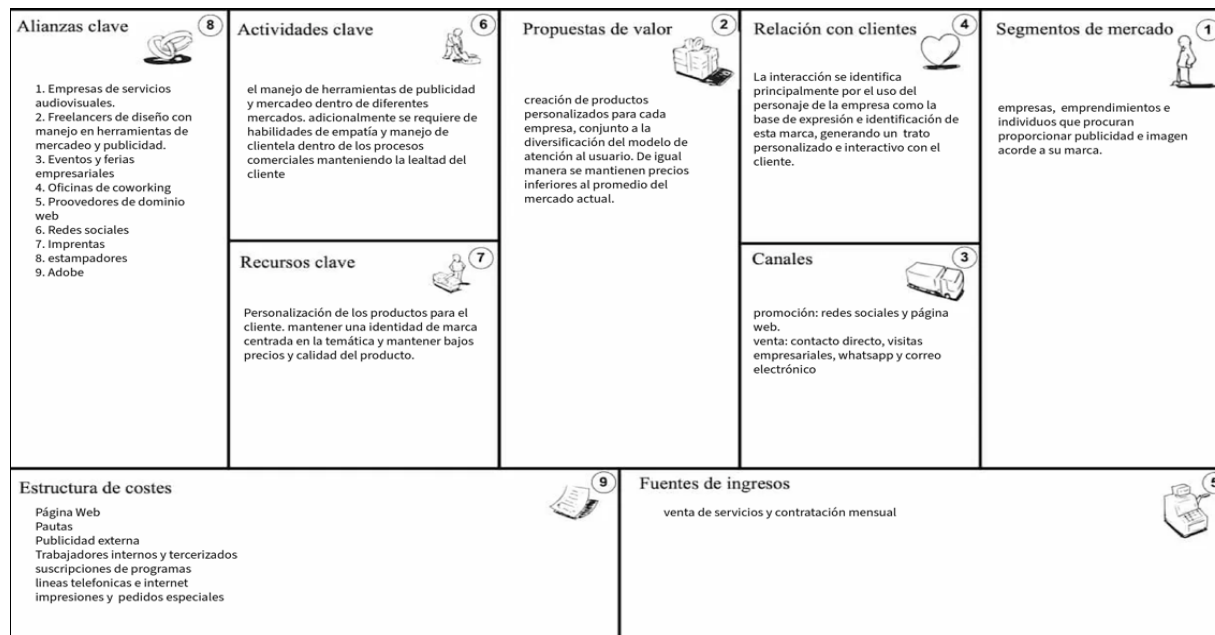
Además, es primordial para ellos que los servicios contratados destaquen los aspectos positivos de sus productos y servicios, siempre asegurando el logro de los objetivos finales establecidos. Estos hallazgos confirman la importancia de contar con agencias de publicidad profesionales y especializadas para el desarrollo de estrategias efectivas de marketing.

El uso del formato Canva para comprender el desarrollo del producto y la marca ha sido muy útil. Se identificó varios factores determinantes para los procesos y desarrollos de la empresa. Se destaca la importancia de las alianzas clave, la propuesta de valor y la relación con los clientes como elementos principales en las actividades de la empresa.

Se ha enfocado en la atención al usuario y en proporcionar servicios de calidad a precios inferiores al promedio del mercado. Esto ha permitido una segmentación de mercado más amplia y se ha logrado a través de los canales de promoción y venta seleccionados por Bucky Ducky. Además, esta estrategia ha contribuido a disminuir la estructura de costos de la empresa.

Estos enfoques estratégicos son fundamentales para el crecimiento y éxito de Bucky Ducky, ya que permiten satisfacer las necesidades del mercado de manera eficiente, ofreciendo servicios de calidad a precios competitivos y estableciendo relaciones sólidas con los clientes.

Figura 8. Canva para los procesos y desarrollos de la empresa Bucky Ducky.



Fuente: Autoras-2023

#### **4. Descripción de las Alternativas, Estrategias y/o Acciones que se Toman en el Análisis del Estudio de Caso y/o Solución a la Problemática Empresarial**

Con el objetivo de realizar una revisión exhaustiva para evaluar la viabilidad de nuestra empresa en el mercado al que se dirigen nuestros clientes potenciales, hemos llevado a cabo un análisis detallado de los gastos e ingresos promedio en los últimos cinco años. Es importante destacar que, en el primer año de operaciones, hemos recopilado datos mensuales para obtener una visión más precisa de la situación financiera.

De acuerdo con los datos recopilados y presentados en la tabla número 5 "*Ingresos del primer año de la empresa*", nuestros ingresos totales durante este periodo ascendieron a \$359.300.000. Es importante mencionar que los costos de personal reflejaron pérdidas durante los primeros seis meses de actividad, pero a partir del séptimo mes lograron generar ganancias, lo cual resultó en una utilidad neta de \$3.097.900.

Además de los costos de personal, también se han considerado los gastos operacionales de la empresa durante el primer año, los cuales ascendieron a \$49.847.500. Asimismo, los gastos financieros se registraron en \$190.500. A pesar de estos gastos, se evidencia que se logró obtener una utilidad neta de \$73.100.300.

Este análisis de los ingresos y gastos del primer año nos brinda una visión general de la situación financiera de nuestra empresa. Si bien hemos enfrentado desafíos en los primeros meses, hemos logrado superarlos y generar ganancias a medida que avanzaba el año. Esto demuestra la capacidad de adaptación y la efectividad de nuestras estrategias para impulsar el crecimiento y la rentabilidad.

Tabla 5. Ingresos primer año de la empresa.

		20%	30%	40%	50%
<b>INGRESOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>PLANES</b>					
	76.800.000	92.160.000	119.808.000	167.731.200	251.596.800
	72.000.000	86.400.000	112.320.000	157.248.000	235.872.000
	72.000.000	86.400.000	112.320.000	157.248.000	235.872.000
	57.000.000	68.400.000	88.920.000	124.488.000	186.732.000
	47.500.000	57.000.000	74.100.000	103.740.000	155.610.000
	28.000.000	33.600.000	43.680.000	61.152.000	91.728.000
	6.000.000	7.200.000	9.360.000	13.104.000	19.656.000
	<b>359.300.000</b>	<b>431.160.000</b>	<b>560.508.000</b>	<b>784.711.200</b>	<b>1.177.066.800</b>
<b>OTROS INGRESOS</b>	4.800.000	5.760.000	6.912.000	8.294.400	9.953.280
<b>TOTAL COSTOS</b>					
<b>COSTOS</b>					
<b>DISEÑADORES</b>					
<b>TOTAL COSTOS</b>	198.000.000	237.600.000	285.120.000	342.144.000	410.572.800
<b>GASTOS</b>					
<b>OPERACIONALES DE ADMINISTRACION</b>	<b>49.847.500</b>	<b>59.817.000</b>	<b>77.762.100</b>	<b>108.866.940</b>	<b>163.300.410</b>
HONORARIOS	38.100.000	45.720.000	59.436.000	83.210.400	124.815.600
SERVICIOS	8.890.000	10.668.000	13.868.400	19.415.760	29.123.640
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	635.000	762.000	990.600	1.386.840	2.080.260
INDUSTRIA Y COMERCIO					
COMISIONES	1.905.000	2.286.000	2.971.800	4.160.520	6.240.780
DIVERSOS	317.500	381.000	495.300	693.420	1.040.130
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>190.500</b>	<b>228.600</b>	<b>297.180</b>	<b>416.052</b>	<b>624.078</b>
Gastos bancarios	190.500	228.600	297.180	416.052	624.078
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>50.038.000</b>	<b>60.045.600</b>	<b>78.059.280</b>	<b>109.282.992</b>	<b>163.924.488</b>

Fuente: Autoras-2023

En la tabla 6, titulada "Proyección de costos, gastos y rentabilidad por cinco años para la empresa", se realizó una proyección anual detallada para un periodo de cinco años. Esta tabla presenta un desglose exhaustivo del estado de resultados, incluyendo métricas clave como el EBITDA y los diferentes márgenes correspondientes a cada año.

En esta proyección, se calculó los costos, gastos y rentabilidad esperada para cada año, teniendo en cuenta diversos factores, como los gastos de publicidad y mercadeo, que se reflejan como gastos de ventas. Estos gastos son de vital importancia para impulsar el crecimiento y alcanzar nuestros objetivos comerciales.

Al examinar la proyección a lo largo de los cinco años, se incrementa constantemente y significativamente el EBITDA. Al llegar al quinto año, se estima que el EBITDA alcance los \$594.169.512. En particular, en el quinto año proyectado, se espera que alcancemos un margen bruto del 65,12%. Este margen muestra la capacidad para generar ingresos y controlar los costos directos asociados a la producción de los productos o servicios.

Asimismo, se proyecta un margen operacional del 50,48%, lo que refleja la eficacia en la gestión de los gastos operativos y la capacidad para generar beneficios a partir de las actividades principales. Por último, se espera un margen neto del 33,36%, lo que indica la capacidad para generar ganancias netas después de todos los gastos e impuestos.

*Tabla 6. Costos, gastos, rentabilidad por cinco años para la empresa.*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	\$ 359.300.000	\$ 431.160.000	\$ 560.508.000	\$ 784.711.200	\$ 1.177.066.800
Costo de Ventas	\$ 198.000.000	\$ 237.600.000	\$ 285.120.000	\$ 342.144.000	\$ 410.572.800
Utilidad Bruta	<b>\$ 161.300.000</b>	<b>\$ 193.560.000</b>	<b>\$ 275.388.000</b>	<b>\$ 442.567.200</b>	<b>\$ 766.494.000</b>
Gastos Admon	\$ 50.038.000	\$ 60.045.600	\$ 78.059.280	\$ 109.282.992	\$ 163.924.488
Gastos Ventas	\$ 3.600.000	\$ 4.800.000	\$ 6.000.000	\$ 7.200.000	\$ 8.400.000
Dep. Y Amo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Operacional	<b>\$ 107.662.000</b>	<b>\$ 128.714.400</b>	<b>\$ 191.328.720</b>	<b>\$ 326.084.208</b>	<b>\$ 594.169.512</b>
Otros Ingresos	\$ 4.800.000	\$ 5.760.000	\$ 6.912.000	\$ 8.294.400	\$ 9.953.280
Utilidad antes Imp	<b>\$ 112.462.000</b>	<b>\$ 134.474.400</b>	<b>\$ 198.240.720</b>	<b>\$ 334.378.608</b>	<b>\$ 604.122.792</b>
Impuestos	\$ 39.361.700	\$ 47.066.040	\$ 69.384.252	\$ 117.032.513	\$ 211.442.977
Utilidad Neta Final	<b>\$ 73.100.300</b>	<b>\$ 87.408.360</b>	<b>\$ 128.856.468</b>	<b>\$ 217.346.095</b>	<b>\$ 392.679.815</b>
EBIT	\$ 107.662.000	\$ 128.714.400	\$ 191.328.720	\$ 326.084.208	\$ 594.169.512
EBITDA	\$ 107.662.000	\$ 128.714.400	\$ 191.328.720	\$ 326.084.208	\$ 594.169.512
Margen EBITDA	29,96%	29,85%	34,13%	41,55%	50,48%
Margen Bruta	44,89%	44,89%	49,13%	56,40%	65,12%
Margen Operacional	29,96%	29,85%	34,13%	41,55%	50,48%
Margen Neto	20,35%	20,27%	22,99%	27,70%	33,36%

**Fuente:** Autoras-2023

La información proporcionada permite visualizar la viabilidad y rentabilidad de la empresa a lo largo de cinco años. A través del resumen de ingresos y gastos durante este periodo, es posible analizar las operaciones financieras de la empresa.

Los gastos se reflejan como los pagos realizados durante este periodo, mientras que los ingresos representan las ventas de los servicios de Bucky Ducky. El estado de resultados (P y G) proporciona una visión clara de las operaciones financieras de la empresa, lo cual es fundamental para analizar la situación financiera y tomar decisiones adecuadas en los procesos futuros.

### **Campañas de mercadeo**

Como propuesta para abordar las problemáticas de Bucky Ducky, se plantea una estrategia de mercadeo de tres meses, dividida en plazos mensuales. Esta estrategia consiste en implementar diversas campañas que buscan aumentar el reconocimiento de la marca, agregar valor a la misma

y generar un incremento en los ingresos. En la planificación mensual, se contempla la organización y el desarrollo de las estrategias específicas para cada mes, detallando la descripción de cada campaña a llevar a cabo. Esta planificación permitirá una ejecución ordenada y efectiva de las acciones de mercadeo.

### Plan de mercadeo primer mes.

Figura 9. Plan de mercadeo patos al agua para Bucky Ducky primer mes.

CAMPAÑA		DESCRIPCIÓN
A pasos de pato		Por medio de publicidad guerrilla posicionar huellas de patos en zonas populares de alto ingreso socioeconómico, creando un recorrido de 10 metros el cual termina en el logotipo de Bucky Ducky y el contacto directo a la página web por medio de información de las redes sociales de la empresa.
Bucky a flote		Posicionar patos de hule estampados con datos de contacto e información de redes sociales en las principales secciones hídricas de la ciudad.
Todos somos Bucky		Creación de un filtro de Instagram en el cual el rostro del individuo en la imagen se convierte en su propia versión de Bucky Ducky y su voz se modifica a un tono de caricatura de personaje de pato.

SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	Todos somos Bucky
	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky
		Bucky a flote	Bucky a flote

SEMANA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
SEMANA 1	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
SEMANA 2	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky
SEMANA 3	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky
SEMANA 4	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky
					Bucky a flote		

Fuente: Autoras-2023

### A pasos de Pato

La propuesta que se plantea consiste en implementar una estrategia de publicidad guerrilla para posicionar las huellas de patos en zonas populares de alto ingreso socioeconómico. La idea es crear un recorrido visual de aproximadamente 10 metros que culmine en el logotipo de Bucky Ducky. Además, se aprovecharán las redes sociales de la empresa para proporcionar información adicional y enlaces directos a la página web.

Esta estrategia tiene como objetivo principal generar un fuerte reconocimiento de marca. Será ejecutada durante el primer mes de la estrategia de mercadeo, con el fin de dar a conocer la empresa de una manera impactante. Aprovechando las características del personaje de Bucky Ducky, se busca generar expectativas y captar la atención del público objetivo de manera efectiva.

El recorrido de las huellas de patos se ubicará estratégicamente en áreas con alta afluencia de personas de alto ingreso socioeconómico, lo que permitirá alcanzar a nuestra audiencia objetivo de forma directa. La combinación de la originalidad de la publicidad guerrilla y el carácter llamativo del logotipo de Bucky Ducky nos brindará una excelente oportunidad para destacar en el mercado y generar un impacto duradero en la mente de los consumidores.

Además, la integración de las redes sociales en esta estrategia nos permitirá amplificar su alcance y facilitar el acceso a información adicional sobre nuestra empresa y servicios. A través de publicaciones en nuestras cuentas corporativas en diversas plataformas, compartiremos contenido relevante, promociones especiales y enlaces directos a nuestra página web, brindando así una experiencia interactiva y atractiva para el público.

### **Bucky a Flote**

La propuesta que presentamos consiste en implementar una estrategia innovadora para posicionar patos de hule estampados con los datos de contacto e información de redes sociales en las principales secciones hídricas de la ciudad. Esta estrategia se alinea con la exitosa campaña "*A pasos de pato*" y tiene como objetivo generar reconocimiento de marca, intriga y generar tendencia en las redes sociales, además de promover la voz a voz.

La idea es colocar estratégicamente estos patos de hule en áreas prominentes de la ciudad donde haya presencia de agua, tales como fuentes, lagos o ríos urbanos. La presencia inesperada de estos patos llamará la atención de las personas y despertará su curiosidad. Al mismo tiempo, la información impresa en los patos, que incluirá los datos de contacto y las redes sociales de Bucky Ducky, permitirá a las personas acceder de forma directa y rápida a nuestra marca y contenido en línea.

Esta estrategia no solo generará un impacto visual y una experiencia inusual para quienes se encuentren con los patos de hule, sino que también fomentará la interacción en línea. Al promover el uso de las redes sociales para compartir fotos, comentarios y experiencias relacionadas con los patos de hule de Bucky Ducky, se generará un mayor alcance y visibilidad de la marca en el entorno urbano.

El objetivo de esta estrategia es lograr que Bucky Ducky se vuelva relevante en el entorno urbano, convirtiéndonos en un tema de conversación y generando un impacto duradero en la mente de las personas. Queremos ser vistos como una marca innovadora, creativa y divertida que se preocupa por brindar experiencias únicas a nuestros clientes.

### **Todos somos Bucky**

La propuesta consiste en desarrollar un emocionante filtro de Instagram que transforme el rostro del usuario en su propia versión de Bucky Ducky, al tiempo que modifica su voz para que adquiera el tono caricaturesco de un personaje de pato. Esta acción tiene como objetivo principal motivar a los consumidores a conocer nuestra marca y generar una tendencia en las redes sociales, promoviendo así el reconocimiento de Bucky Ducky a nivel nacional.

Al ofrecer este filtro interactivo en la plataforma de Instagram, brindaremos a los usuarios la oportunidad de experimentar de manera divertida y creativa con la imagen y la voz del emblemático personaje de Bucky Ducky. Esta experiencia no solo fomentará la participación activa de los usuarios, sino que también los incentivará a compartir el contenido generado por ellos mismos en sus redes sociales.

La implementación de este filtro interactivo proporcionará a los usuarios una experiencia única y entretenida, permitiéndoles sumergirse en el mundo de Bucky Ducky y sentirse parte de nuestra marca. Al ver su rostro transformado en su propia versión de Bucky Ducky y al escuchar su voz modificada, los usuarios se sentirán intrigados y motivados a compartir su experiencia en las redes sociales, generando así un efecto viral y una mayor visibilidad para nuestra marca.

El uso de filtros en Instagram se ha vuelto extremadamente popular y constituye una forma efectiva de generar interacción y difusión en las redes sociales. Al crear un filtro exclusivo de Bucky Ducky, nos diferenciaremos de la competencia y crearemos una experiencia única que se asociará directamente con nuestra marca. Además, al animar a los usuarios a compartir su experiencia con el filtro y etiquetar nuestra cuenta, aumentaremos la visibilidad y el alcance de la marca en las redes sociales, lo que contribuirá a generar un mayor reconocimiento de Bucky Ducky a nivel nacional.

## Plan de mercadeo segundo mes.

Figura 10. Plan de mercadeo patos al agua para Bucky Ducky segundo mes.

BUCKY DUCKY. Patos al agua		Plan de mercadeo						
		MES 02						
ACCIÓN	DESCRIPCIÓN							
A pasos de pato	Por medio de publicidad guerrilla posicionar huellas de patos en zonas populares de alto ingreso socioeconómico, creando un recorrido de 10 metros el cual termina en el logotipo de Bucky Ducky y el contacto directo a la página web por medio de información de las redes sociales de la empresa.							
Todos somos Bucky	Creación de un filtro de Instagram en el cual el rostro del individuo en la imagen se convierte en su propia versión de Bucky Ducky y su voz se modifica a un tono de caricatura de personaje de pato.							
Darle vida a Bucky	Por medio de la página web se visualizará a Bucky caminando donde se desplegará los servicios de la empresa y al final de mostrara la cotización final de los servicios que escojan los clientes finales.							
Evento Bucky	A través de un evento digital organizado con el propósito de informar y de mostrar el conocimiento de los miembros y colaboradores de Bucky Ducky en torno al uso de medios de publicidad conjunto a invitaciones diseñadas basadas en el personaje de la empresa y enviadas a clientes potenciales.							

SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA	LUNES	MARTES	MÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	SEMANA 1	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	SEMANA 2	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Evento Bucky		Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky
				SEMANA 3	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
					Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky
					Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky
							Evento Bucky				
				SEMANA 4	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
					Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky
					Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky

Fuente: Autoras-2023

Al igual que las campañas del mes uno se mantiene la implementación de *A pasos de pato* y *Todos como Bucky* durante el transcurso del mes.

### Darle Vida a Bucky

A través de nuestra página web, presentaremos una atractiva animación protagonizada por Bucky, nuestro icónico personaje. En esta animación, se mostrarán de manera dinámica y visualmente atractiva los diversos servicios que ofrece nuestra empresa. Con cada paso que Bucky dé, resaltaremos nuestras actividades clave y destacaremos los beneficios que brindamos a nuestros clientes.

La finalidad de esta animación es captar la atención del visitante y generar un impacto duradero en su mente. Queremos crear una experiencia interactiva que no solo informe sobre nuestros servicios, sino que también mantenga el interés y la atención del usuario a lo largo de toda la presentación.

Al finalizar la animación, hemos diseñado un proceso sencillo y eficiente para que los clientes puedan obtener una cotización personalizada según los servicios que elijan. Mediante un formulario intuitivo y fácil de completar, los usuarios podrán seleccionar los servicios de su interés y recibirán una cotización detallada y adaptada a sus necesidades.

Esta campaña tiene como objetivo principal fortalecer nuestra relación con los clientes, destacando nuestras actividades clave y utilizando la imagen de Bucky como un símbolo distintivo de nuestra marca. La presencia de Bucky en la animación refuerza la identidad de nuestra empresa y genera un vínculo emocional con los clientes, quienes podrán asociar nuestra marca con confianza, calidad y profesionalismo.

Además, esta estrategia nos permite aumentar la atracción de nuevos clientes. La animación de Bucky caminando y los servicios presentados de manera visualmente atractiva captarán la atención de los visitantes de nuestra página web, generando un interés genuino por conocer más acerca de nuestros servicios y cómo pueden beneficiarse de ellos. La posibilidad de obtener una cotización personalizada al final de la animación es un incentivo adicional para que los usuarios se conviertan en clientes potenciales.

### **Evento Bucky**

Con el objetivo de informar y demostrar el amplio conocimiento de los miembros y colaboradores de Bucky Ducky en el uso de medios publicitarios, se organizará un evento digital. Este evento no solo brindará información valiosa sobre las capacidades y conocimientos, sino que también servirá como una oportunidad para estrechar lazos con nuestros clientes potenciales.

Como parte de este evento, se ha diseñado invitaciones exclusivas inspiradas en el carismático personaje de nuestra empresa, Bucky Ducky. Cada invitación incluirá una tarjeta formal y una serie de elementos especiales que reflejan nuestra marca y la campaña "Bucky a flote". Estos elementos consisten en un pato de hule de la campaña, un pato de resina y una botella de agua con una etiqueta especialmente diseñada según los parámetros de nuestra marca.

Estos elementos temáticos, cuidadosamente seleccionados, serán enviados de manera exclusiva a nuestros clientes potenciales. Al recibir esta sorprendente combinación de elementos,

los destinatarios podrán experimentar una conexión tangible con nuestra marca y apreciar nuestra atención al detalle y nuestro enfoque profesional.

Este gesto no solo demuestra el reconocimiento y las habilidades de los miembros de la empresa para desarrollar sus capacidades laborales, sino que también refleja el nivel de profesionalismo y dedicación con el que abordamos cada uno de nuestros proyectos. Al mostrar nuestro compromiso y pasión por brindar resultados de calidad, establecemos un sólido vínculo de confianza con nuestros clientes actuales y potenciales.

Este evento digital permitirá compartir nuestro conocimiento y experiencia de manera interactiva y envolvente. A través de presentaciones y demostraciones en línea, mostraremos cómo los medios publicitarios pueden ser utilizados de manera efectiva para impulsar la visibilidad y el éxito de nuestros clientes.

### Plan de mercadeo tercer mes.

Figura 11. Plan de mercadeo patos al agua para Bucky Ducky Tercer mes.

BUCKY DUCKY Patos al agua				Plan de mercadeo							
				MES 03							
ACCIÓN				DESCRIPCIÓN							
Todos somos Bucky				Creación de un filtro de Instagram en el cual el rostro del individuo en la imagen se convierte en su propia versión de Bucky Ducky y su voz se modifica a un tono de caricatura de personaje de pato.							
Darle vida a Bucky				Por medio de la pagina web se visualizará a Bucky caminando donde se desplegará los servicios de la empresa y al final de mostrara la cotización final de los servicios que escojan los clientes finales.							
Bienvenidos al estanque				En el inicio de la pagina web para darle la bienvenida a los clientes potenciales y actuales se crea una animación simulando la inundación de la pagina visualizando al personaje de la empresa flotando.							
Buscando a Bucky				Se le dará vida al personaje de la empresa por medio de un disfraz situándolo en diferentes lugares reconocidos de la ciudad para generar reconocimiento de la marca y crear interacción con los clientes potenciales							
SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	SEMANA 1	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky		Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky
	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	SEMANA 2	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
		Buscando a Bucky	Buscando a Bucky		Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky
					Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque
				SEMANA 3	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
					Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky
					Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque
				SEMANA 4	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
					Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky
					Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque
									Buscando a Bucky		

Fuente: Autoras-2023

Al igual que las campañas del mes uno se mantiene la implementación de *Todos somos Bucky*, así como *Darle vida a Bucky* tal cual esta especificada en el mes dos.

## **Bienvenidos al Estanque**

En la página de inicio de nuestro sitio web, hemos creado una cautivadora animación que simula una inundación de la página, con la representación del querido personaje de nuestra empresa flotando. Esta animación ha sido diseñada para recibir a nuestros clientes potenciales y actuales de una manera visualmente impactante y atractiva.

Al acceder a nuestra página web, los visitantes serán recibidos por esta sorprendente animación que captará instantáneamente su atención. La simulación de una inundación de la página, con nuestro emblemático personaje flotando en el agua, crea una experiencia envolvente y única que destaca nuestra identidad de marca de manera memorable.

Esta animación no solo tiene un impacto visual, sino que también tiene la intención de transmitir un mensaje sutil pero poderoso. Al representar a nuestro personaje flotando, queremos transmitir una sensación de confianza, seguridad y capacidad de adaptación frente a los desafíos y cambios del entorno empresarial. Queremos que nuestros clientes potenciales y actuales se sientan acogidos y seguros al navegar por nuestro sitio web.

Además de su impacto estético, esta animación también cumple una función práctica. Al dar la bienvenida a nuestros clientes de una manera única, les brindamos una experiencia memorable desde el primer momento en que visitan nuestro sitio web. Esta primera impresión positiva contribuye a establecer una conexión emocional con nuestra marca y a fomentar su interés en explorar más a fondo nuestros productos y servicios.

## **Buscando a Bucky**

La imagen de nuestro personaje empresarial cobrará vida a través de un vibrante disfraz que lo llevará a recorrer diversos lugares emblemáticos de la ciudad, al ubicarlo en puntos icónicos, como plazas, parques y eventos relevantes, buscamos captar la atención de las personas y generar curiosidad e interés hacia nuestra marca. Esta estrategia ha sido cuidadosamente diseñada con el objetivo de incrementar el reconocimiento de nuestra marca y promover una mayor interacción con nuestros clientes potenciales.

Estas campañas reflejan nuestra estrecha relación con los clientes, resaltando nuestras actividades clave y utilizando la imagen del personaje como un poderoso símbolo de nuestra marca.

Al presentar al personaje en lugares emblemáticos, reforzamos nuestra presencia y generamos un impacto visual que perdura en la memoria de quienes lo observan.

Mantener la atención del usuario es uno de nuestros principales objetivos y un factor diferenciador en la creación de nuestra marca. Con estas campañas interactivas, buscamos no solo captar la atención del público, sino también fomentar una participación activa por parte de los clientes potenciales. Al interactuar con nuestro personaje en los lugares emblemáticos de la ciudad, los usuarios tendrán la oportunidad de tomar fotografías, compartir en redes sociales y generar contenido relacionado con nuestra marca, lo que impulsa un efecto positivo de boca a boca y aumenta nuestra visibilidad en el mercado.

Esta estrategia integral, que combina la presencia física del personaje en lugares clave con una cuidadosa planificación de actividades interactivas, nos brinda un mayor atractivo para nuestros clientes. Al despertar la curiosidad y la emoción de las personas, generamos un impacto duradero que se traduce en un aumento de la participación y, en última instancia, en mayores ingresos para nuestra empresa.

## 5. Recomendaciones de Implementación y Aplicación de Plan

Con el propósito de llevar a cabo de manera efectiva el plan de implementación y establecer la dirección y los objetivos claros de nuestra empresa, hemos desarrollado la tabla 7 titulada "*Pérdidas y ganancias de los primeros cinco años de Bucky Ducky*", la cual presenta el estado de pérdidas y ganancias proyectado para los primeros cinco años de operación.

En esta tabla, se ha detallado las ganancias y pérdidas esperadas durante los próximos cinco años, brindando una visión de la situación financiera de la empresa. Esta proyección permitirá evaluar la viabilidad y el rendimiento de las operaciones a lo largo del tiempo, lo cual es esencial para la toma de decisiones estratégicas. Además de la proyección financiera, se realizó el control de los gastos empresariales, teniendo en cuenta el análisis costo-beneficio para maximizar la eficiencia en el uso de los recursos y optimizar el rendimiento financiero de la empresa.

*Tabla 7. Pérdidas y ganancias de los primeros cinco años de Bucky Bucky.*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	\$ 359.300.000	\$ 431.160.000	\$ 560.508.000	\$ 784.711.200	\$ 1.177.066.800
Costo de Ventas	\$ 198.000.000	\$ 237.600.000	\$ 285.120.000	\$ 342.144.000	\$ 410.572.800
Utilidad Bruta	<b>\$ 161.300.000</b>	<b>\$ 193.560.000</b>	<b>\$ 275.388.000</b>	<b>\$ 442.567.200</b>	<b>\$ 766.494.000</b>
Gastos Admon	\$ 50.038.000	\$ 60.045.600	\$ 78.059.280	\$ 109.282.992	\$ 163.924.488
Gastos Ventas	\$ 3.600.000	\$ 4.800.000	\$ 6.000.000	\$ 7.200.000	\$ 8.400.000
Dep. Y Amo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Operacional	<b>\$ 107.662.000</b>	<b>\$ 128.714.400</b>	<b>\$ 191.328.720</b>	<b>\$ 326.084.208</b>	<b>\$ 594.169.512</b>
Otros Ingresos	\$ 4.800.000	\$ 5.760.000	\$ 6.912.000	\$ 8.294.400	\$ 9.953.280
Utilidad antes Imp	<b>\$ 112.462.000</b>	<b>\$ 134.474.400</b>	<b>\$ 198.240.720</b>	<b>\$ 334.378.608</b>	<b>\$ 604.122.792</b>
Impuestos	\$ 39.361.700	\$ 47.066.040	\$ 69.384.252	\$ 117.032.513	\$ 211.442.977
Utilidad Neta Final	<b>\$ 73.100.300</b>	<b>\$ 87.408.360</b>	<b>\$ 128.856.468</b>	<b>\$ 217.346.095</b>	<b>\$ 392.679.815</b>
EBIT	\$ 107.662.000	\$ 128.714.400	\$ 191.328.720	\$ 326.084.208	\$ 594.169.512
EBITDA	\$ 107.662.000	\$ 128.714.400	\$ 191.328.720	\$ 326.084.208	\$ 594.169.512
Margen EBITDA	29,96%	29,85%	34,13%	41,55%	50,48%
Margen Bruta	44,89%	44,89%	49,13%	56,40%	65,12%
Margen Operacional	29,96%	29,85%	34,13%	41,55%	50,48%
Margen Neto	20,35%	20,27%	22,99%	27,70%	33,36%

**Fuente:** Autoras-2023

Considerando el plan de gastos empresariales adoptado por la empresa, los elementos publicitarios, que incluyen las campañas a realizar cada año, se clasifican como gastos de venta. Teniendo esto en cuenta, se entiende que las estrategias del plan de marketing se adaptan al capital

asignado para ellas. Asimismo, se establece que el análisis costo-beneficio de estas estrategias se realiza de forma anual, utilizando la siguiente fórmula:

$$\frac{Ventas}{Costos} = Costo\ Beneficio$$

Si se utiliza esta fórmula en los datos establecidos para el primer año se obtendría un valor de 1.81 representado en la siguiente ecuación:

$$\frac{356.300.000}{198000000} = 1.81464646$$

Analizando los valores calculados, se considera que un costo-beneficio rentable es aquel que es mayor a 1.0. Esto indica que la viabilidad de las campañas es favorable para la empresa Bucky Ducky y sus actividades futuras, ya que resuelve sus problemas de ingresos y, al mismo tiempo, aumenta el reconocimiento de la marca. Este resultado cumple con el propósito inicial de Patos al Agua como estrategia de marketing implementada.

A continuación, se presentan recomendaciones detalladas de implementación, tanto a nivel semanal como diario, con el objetivo de resaltar la importancia de su seguimiento y los beneficios que conlleva seleccionar cuidadosamente cada día para el desarrollo de cada campaña.

## Mes 1

SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	Todos somos Bucky
	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky
		Bucky a flote	Bucky a flote

SEMANA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
SEMANA 1	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
SEMANA 2	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky
SEMANA 3	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky
							Bucky a flote
SEMANA 4	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky
					Bucky a flote		

Fuente: Autoras-2023

Las campañas programadas en la propuesta, descritas en este documento, se dividen de manera que no se superpongan, creando espacios de interacción con la marca y generando reconocimiento de la misma. Con el objetivo de mantener los presupuestos anuales establecidos, estas estrategias se desarrollan en un lapso de cuatro semanas. Como se puede observar en el cuadro, se distribuyen en diferentes períodos de aparición de la marca en distintos lugares de la ciudad de Bogotá. Se recomienda comenzar en esta ciudad debido al alto flujo de personas y a sus espacios empresariales y económicos en movimiento.

La campaña *A Pasos de Pato*, que se desarrolla mediante publicidad guerrilla utilizando las aceras de las zonas comerciales de la ciudad, se propone llevar a cabo en el área conocida como Zona G, entre las calles 72 y 69, con una separación de una cuadra para cada impresión. Se recomienda solicitar con suficiente antelación los permisos correspondientes a la Alcaldía de Chapinero, a fin de evitar contratiempos en su ejecución.

Es de suma importancia crear contenido atractivo para los visitantes de las páginas de la marca (redes sociales y página web), ya que esta campaña los redirige directamente a ellas. La duración total de esta campaña es de 3 meses, con el objetivo de mantener la presencia de la marca en la mente de los visitantes de la zona y, así, convertirlos en clientes potenciales.

En cuanto a la campaña *Todos Somos Bucky* encontrada en la página 36 de este documento, se recomiendan las siguientes observaciones:

1. Esta debe desarrollarse y ser probada con una anterioridad de 1 mes antes del lanzamiento.
2. Es de gran importancia que la visualización de los efectos realizados para la modificación del rostro del individuo sea similar al personaje que representa la marca.
3. Dentro de este filtro debe estar directamente nombrada la marca para no realizar una variación del propósito de la campaña en el público a atraer.
4. Esta campaña tiene una duración total de 3 meses por lo que es de gran importancia la funcionalidad del filtro y su estabilidad en la red.

La campaña final de este periodo es *Bucky a Flote*, esta campaña presenta una mayor complejidad en comparación con las anteriores y tiene una duración de dos días repartidos en dos semanas. Esto se realiza con el objetivo de evitar saturar el mercado de clientes potenciales con exceso de contenido y campañas. Se recomienda organizarla con dos meses de anticipación y utilizar un total de 100 patos por cada 50m<sup>2</sup> de espacio donde se encuentra el cuerpo de agua en la zona hidráulica de la ciudad. Esto permitirá generar una mayor visibilidad e impacto en los visitantes, siguiendo las tendencias actuales.

Adicionalmente y al igual que la primera campaña de este periodo se deben solicitar permisos de las zonas en las cuales se va a desarrollar la estrategia de reconocimiento de marca, estos deben ser seleccionados según la tendencia de visitas de la ciudad. Teniendo el comportamiento de las personas de la zona y las horas más concurridas de esta se deben situar los patos de hule dos horas previas a la ocurrencia de esta y ser recogidos al finalizar el día con el propósito de no generar residuos y por ende contaminación de las secciones hídricas.

Es importante tener en cuenta que al desarrollar las campañas en un plazo mayor a un mes se deben revisar al finalizar un tercio del plazo total para realizar mantenimiento a ellas, en el caso de *A Pasos de Pato* se recomienda adicionar zonas en el comienzo de cada mes.

## Mes 2

SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky
		Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky
			Evento Bucky

SEMANA	LLNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
SEMANA 1	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
SEMANA 2	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky
SEMANA 3	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky
	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky
			Evento Bucky				
SEMANA 4	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky
	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky

**Fuente:** Autoras-2023

Dentro del desarrollo y la división del plan de mercadeo se mantienen dos campañas utilizadas previamente en el mes 1, estas se utilizan de la misma forma cambiando únicamente la

ubicación geológica de *A Pasos de Pato*, la cual en este mes se recomienda ser situada en la zona del Parque de la calle 93.

Adicionalmente se desarrollan dos campañas que se llevarán a cabo en las últimas dos semanas de este mes. La primera es *Darle Vida a Bucky*, cuya descripción se encuentra en la página 37 de este documento. Se recomienda ejecutarla durante todo el período de 14 días y mantenerla durante el tercer mes. Debido a que esta campaña involucra animaciones y programación, se sugiere prepararla con tres meses de anticipación para reducir el riesgo de posibles problemas en el funcionamiento del sitio web.

De manera similar, se implementa el *Evento Bucky*, el cual también se recomienda preparar con el mismo tiempo de anticipación antes de su lanzamiento. Este evento implica una organización de temas a presentar, los cuales deben demostrar el conocimiento de los colaboradores de la empresa y promocionar los productos físicos de la empresa. Se aconseja realizar pruebas de funcionamiento de la plataforma y asegurarse de invitar a los clientes potenciales relevantes para esta campaña.

### Mes 3

SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky	Todos somos Bucky
Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky
	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque
		Buscando a Bucky	Buscando a Bucky

SEMANA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
SEMANA 1	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky
SEMANA 2	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky
	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque
SEMANA 3	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky
	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque
					Buscando a Bucky		
SEMANA 4	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato	A pasos de pato
	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky	Darle vida a Bucky
	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque	Bienvenidos al estanque
					Buscando a Bucky		

Fuente: Autoras-2023

Dentro del desarrollo y la estructura del plan de marketing, se mantienen tres campañas que ya se utilizaron en el mes 2. Estas campañas se implementan de la misma manera, con la única

diferencia de que se cambia la ubicación geográfica de *A Pasos de Pato*. Para este mes, se recomienda situarla en la zona del Parque de Usaqué.

A partir de la tercera semana de este mes, se introducen dos nuevas campañas: *Bienvenidos al Estanque* y *Buscando a Bucky*. En el caso de la primera campaña, se aplican las mismas recomendaciones establecidas en el mes 2 para la implementación de *Darle Vida a Bucky*.

Respecto a la organización de la segunda campaña, se sugiere realizar una planificación previa de 6 meses. Esto se debe a la creación del traje que utilizará el personal designado en los días específicos, así como a la necesidad de establecer un orden y una logística adecuada para llevar a cabo la campaña. Además, se plantea que esta se realice únicamente dos días al mes, durante un período de dos semanas. Esto se debe a las consideraciones logísticas y de transporte necesarias para su ejecución exitosa.

## 6. Conclusiones

El objetivo principal fue reanudar las operaciones comerciales de Bucky Ducky, abordando desafíos internos y del mercado. Se realizó un análisis exhaustivo de variables internas y externas para mejorar su rendimiento, empleando métodos cualitativos y cuantitativos, con el fin de alcanzar el posicionamiento deseado.

Se comenzó describiendo el funcionamiento del mercado en el que se encuentra Bucky Ducky, abordando aspectos clave como el PIB en Colombia. Se tuvo en cuenta el objetivo principal de Bucky Ducky, que se centra en la creación de contenido y la actualización de tendencias y estrategias de publicidad en Bogotá. Estas acciones buscan impulsar el reconocimiento y el crecimiento de la empresa en un plazo de dos años, generando un impacto notable en el mercado.

Debido a las limitaciones y debilidades de Bucky Ducky, la empresa cuenta solo con dos empleados formales y subcontrata servicios externos para reducir gastos mensuales. La falta de estrategias de marketing e innovación se ha identificado como el problema principal, lo que limita las oportunidades de adquirir clientes y generar ingresos. Además, se observa la carencia de estrategias digitales efectivas, como el uso adecuado de páginas web y redes sociales, lo que resulta en pérdidas para la empresa.

Con el objetivo de revitalizar y hacer viable a la empresa en su mercado objetivo, se realiza un análisis de los gastos e ingresos promedio durante un período de cinco años. Durante este análisis, se calcula el EBITDA y el margen para cada año, teniendo en cuenta los costos, gastos y la rentabilidad anual esperada. Estos cálculos incluyen los gastos relacionados con la publicidad y el marketing, los cuales se consideran como gastos de ventas.

Para comprender el pensamiento colectivo de los clientes potenciales de Bucky Ducky, se realizó una entrevista privada con cuatro personas pertenecientes al gremio de empresarios y miembros de juntas directivas. Durante la entrevista, se plantearon cuatro preguntas principales y se exploraron diversos factores adicionales que surgieron en la conversación con cada uno de ellos. Esta entrevista se utilizó como una herramienta para obtener una perspectiva más amplia y enriquecedora de las necesidades y expectativas de los clientes potenciales.

Para abordar la problemática de Bucky Ducky, se propone una estrategia de marketing a tres meses para abordar los desafíos de la empresa. Esta estrategia incluye campañas diseñadas

para generar reconocimiento, agregar valor a la marca y aumentar los ingresos. Se enfoca en fortalecer la relación con los clientes, llevar a cabo actividades clave y utilizar la imagen del personaje como un símbolo representativo de la marca, manteniendo el enfoque en la atención al cliente. La implementación de estas campañas resolverá los desafíos actuales de la empresa y sentará las bases para su crecimiento y éxito.

En conclusión, El resurgimiento de Bucky Ducky es viable, ya que se ha determinado que el costo-beneficio de las campañas aplicadas es favorable anualmente. El valor obtenido es de 1.81, lo cual indica que el costo-beneficio es rentable, siendo superior a 1.0. Por lo tanto, las campañas son viables y prometedoras para la empresa, y las actividades futuras resultan beneficiosas al abordar la problemática de los ingresos y generar reconocimiento de marca. Estos resultados respaldan el propósito inicial de Patos al Agua.

## Referencias Bibliográficas

- Agencias De Publicidad: ¿Qué Son Y Qué Tipos Existen? Agencia de Marketing Digital ▷ KMD (blog), 1 de agosto de 2022. <https://marketingkmd.com/emprendimiento-y-negocios/agencias-de-publicidad-que-son-y-que-tipos-existen/>.
- Agencia. <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022/>
- Alvino, C. (s.f.). branch. Obtenido de branch: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2020-2021/>
- Cámara de Comercio de Bogotá». Accedido 10 de agosto de 2022. <https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Como-registrar-la-apertura-de-una-agencia-de-sociedad-nacional>.
- Corcione, M C. (2018). ¿Engaño al consumidor?: nuevas formas de publicidad en la era digital y sus retos regulatorios en Colombia. <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/34954/u820955.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- DANE. (2023, 13 de febrero). Producto Interno Bruto -PIB- nacional trimestral. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/pib-informacion-tecnica>

Medina, R. K. (2022, 18 julio). Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2021-2022.

Branch Agencia. <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022/>.

P&M, R. (2022, 1 noviembre). Conoce las cinco tendencias que marcarán el 2023 - Comunicación

| Revista P&M. Revista PYM.

<https://www.revistapym.com.co/articulos/comunicacion/56267/conoce-las-cinco-tendencias-que-marcaran-el-2023>

Rodríguez, C. (2018). ¿Engaño al consumidor? Obtenido de

<https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/34954/u820955.pdf?sequence=>

1

## Anexos Técnicos

### Anexo 1. Archivo Excel nombrado como P y G Empresa Bucky Ducky

INGRESOS	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	INGRESO ANUAL	20%	30%	40%	50%
<b>PLANES</b>	4	5	7	9	10	10	12	15	15	15	20	75.800.000	15.160.000	22.740.000	30.320.000	37.900.000
		3	4	5	7	9	10	10	12	15	15	72.000.000	14.400.000	21.600.000	28.800.000	36.000.000
				3	4	5	7	9	10	10	12	72.000.000	14.400.000	21.600.000	28.800.000	36.000.000
					3	4	5	7	9	10	10	57.000.000	11.400.000	17.100.000	22.800.000	28.500.000
						3	4	5	7	9	7	47.500.000	9.500.000	14.250.000	18.900.000	23.625.000
							3	4	5	7	4	28.000.000	5.600.000	8.400.000	11.200.000	14.000.000
								3	4	5	3	6.000.000	1.200.000	1.800.000	2.400.000	3.000.000
											1	1.000.000	200.000	300.000	400.000	500.000
	2.400.000	5.400.000	7.400.000	12.000.000	16.400.000	23.700.000	29.600.000	42.800.000	51.100.000	72.800.000	92.900.000	353.300.000	70.660.000	105.990.000	141.320.000	176.650.000
<b>OTROS INGRESOS</b>	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	4.800.000	960.000	1.280.000	1.600.000	2.000.000
<b>TOTAL COSTOS</b>																
<b>COSTOS</b>	4	4	4	4	5	5	5	6	7	8	10					
<b>DISEÑADORES</b>	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	18.000.000	21.000.000	24.000.000	30.000.000					
<b>TOTAL COSTOS</b>	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	18.000.000	21.000.000	24.000.000	30.000.000	120.000.000	24.000.000	36.000.000	48.000.000	60.000.000
<b>GASTOS</b>																
<b>OPERACIONALES DE ADMINISTRACION</b>	3.925.000	3.925.000	3.925.000	3.925.000	4.317.500	4.317.500	4.317.500	4.317.500	4.317.500	4.317.500	4.317.500	49.847.500	9.969.500	14.954.250	19.939.000	24.923.750
<b>HONORARIOS</b>	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.300.000	3.300.000	3.300.000	3.300.000	3.300.000	3.300.000	3.300.000	39.600.000	7.920.000	11.880.000	15.840.000	19.800.000
<b>SERVICIOS</b>	700.000	700.000	700.000	700.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	770.000	9.240.000	1.848.000	2.822.000	3.763.000	4.744.000
<b>MANUTENIMIENTO Y REPARACIONES</b>	50.000	50.000	50.000	50.000	55.000	55.000	55.000	55.000	55.000	55.000	55.000	660.000	132.000	198.000	264.000	330.000
<b>INDUSTRIA Y COMERCIO</b>																
<b>COMISIONES</b>	150.000	150.000	150.000	150.000	165.000	165.000	165.000	165.000	165.000	165.000	165.000	1.980.000	396.000	594.000	792.000	990.000
<b>DIVERSOS</b>	25.000	25.000	25.000	25.000	27.500	27.500	27.500	27.500	27.500	27.500	27.500	330.000	66.000	99.000	132.000	165.000
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	15.000	15.000	15.000	15.000	16.500	16.500	16.500	16.500	16.500	16.500	16.500	198.000	39.600	59.400	79.200	99.000
<b>Cuentas bancarias</b>	15.000	15.000	15.000	15.000	16.500	16.500	16.500	16.500	16.500	16.500	16.500	198.000	39.600	59.400	79.200	99.000
<b>TOTAL GASTOS</b>	3.940.000	3.940.000	3.940.000	3.940.000	4.334.000	4.334.000	4.334.000	4.334.000	4.334.000	4.334.000	4.334.000	50.038.000	10.007.600	15.011.400	19.985.200	24.978.000

