

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Producto X

Trabajo De Grado

Juan David Guerrero Rubio, Daniela Alejandra Torres Reyes

Bogotá D.C., Colombia

2022

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Producto X

Trabajo De Grado

Juan David Guerrero Rubio, Daniela Alejandra Torres Reyes

Luisa De Los Ángeles Betancourt Castro

Administración De Negocios Internacionales

Administración De Empresas

Bogotá D.C., Colombia

2022

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el documento de título “Producto X”, en la opción de grado de PADE 2 y que, por lo tanto, su contenido es original.

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

Juan David Guerrero Rubio

Daniela Alejandra Torres Reyes

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de sus autores. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente por ellos.

Juan David Guerrero Rubio

Daniela Alejandra Torres Reyes

Tabla de contenido

Tabla de contenido.....	5
Índice de ilustraciones.....	7
Glosario.....	8
Resumen.....	9
Palabras clave.....	9
Abstract.....	10
Keywords.....	10
1. Introducción.....	11
2. Pregunta problema.....	12
3. Objetivo general.....	13
4. Objetivos específicos.....	13
5. Metodología de investigación.....	13
6. Análisis del macroentorno.....	14
7. Concepto del producto.....	15
7.1 Composición del producto:.....	15
8. Estrategia de producto.....	17
9. Buyer persona.....	18
10. Promesa básica.....	19

11.	Ventaja competitiva	19
12.	Declaración de posicionamiento	19
13.	Propuesta de valor.....	19
14.	Alianzas estratégicas y plaza	20
15.	Estrategia de redes sociales On-line	20
16.	Estrategia Off-line.....	20
17.	Propuesta de logo.....	21
18.	Mockup App	23
19.	Mockup Página Web.....	25
20.	Estrategia SEO	27
21.	Estrategia SEM	28
22.	Benchmark	28
23.	Planificación de medios	29
24.	Planificación financiera	31
25.	Aclaraciones y propiedad intelectual	33
26.	Referencias bibliográficas:.....	34

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 DOFA "ProductoX"	14
Ilustración 2 First Check "Walmart"	16
Ilustración 3: Prueba cacería "Antidoping"	16
Ilustración 4: Estrategia de producto "ProductoX"	17
Ilustración 5: Buyer Persona "ProductoX"	18
Ilustración 6: Propuestas logo "ProductoX"	21
Ilustración 7: Propuestas logo Mapas de calor "ProductoX"	22
Ilustración 8: Logo "ProductoX"	23
Ilustración 9: Mockup app "ProductoX"	24
Ilustración 10: Mockup Web "ProductoX"	25
Ilustración 11: Similar web "ProductoX"	26
Ilustración 12: CJM "ProductoX"	27
Ilustración 13: Benchmark "ProductoX"	28
Ilustración 14: Planificación de medios "ProductoX"	29
Ilustración 15: Planificación financiera de medios "ProductoX"	31
Ilustración 16: Distribución del presupuesto "ProductoX"	32

Glosario

Adulteración: En este contexto, nos referimos a la adulteración como la modificación o alteración de una bebida, por medio del uso de una sustancia o drogas.

Escopolamina: Medicamento obtenido natural y sintéticamente, utilizado para tratar mareos en dosis muy bajas. En dosis altas, puede provocar la sumisión, pérdida del sentido y delirio. Coloquialmente llamada burundanga.

Benzodiazepinas: Medicamentos que actúan sobre el sistema nervioso central para tratar la ansiedad, epilepsia y el insomnio. En dosis altas tiene efectos sedantes e hipnóticos en quienes los consuman.

Ketamina: Sustancia utilizada en la medicina con fines anestésicos, analgésicos y de sedación. En dosis altas es una droga disociativa y alucinógena.

Buyer persona: El prototipo de cliente al que una marca espera llegar con su producto.

Resumen

Los delitos cometidos por adulteración de bebidas en bares y discotecas es una de las problemáticas más comunes en la actualidad, teniendo un crecimiento alarmante en los últimos años. Este desafortunado hecho ha generado un constante peligro para las personas que disfrutan de una noche de amigos y copas por personas que pretenden hacerles daño y pueden hacerlo con una facilidad frustrante, usando el alcohol como medio para distribuir y administrar las sustancias. Tristemente, Colombia sufre este incremento de delitos realizados con la metodología de adulteración de bebidas alcohólicas, razón por la cual nace nuestro producto.

Palabras clave

Adulteración ; Discotecas ; Bares

Abstract

Drink spiking crimes in bars or nightclubs is one of the most common problematics nowadays, having an alarming growth in recent years. This situation means danger to all the people that like to have a drink with friends and family, as there is bad people that intend to harm someone else by spiking their drink with frustrating ease. Sadly, Colombia has been suffering an increase in this type of crimes, which is why our product was born.

Keywords

Drink spiking ; Nightclubs ; Pubs

1. Introducción

Los delitos cometidos por adulteración de bebidas en bares y discotecas es una de las problemáticas más comunes en la actualidad, teniendo un crecimiento alarmante en los últimos años, de hecho “En lo corrido del año se han incrementado los hurtos cometidos con uso de escopolamina en Bogotá en un 76%” (Revista Semana, 2022a, párr 1). Este desafortunado hecho ha generado un constante peligro para las personas que disfrutan de una noche de amigos y copas por personas que pretenden hacerles daño y pueden hacerlo con una facilidad frustrante, usando el alcohol como medio para distribuir y administrar las sustancias. Tristemente, Colombia sufre este incremento de delitos realizados con la metodología de adulteración de bebidas alcohólicas, razón por la cual nace nuestro producto.

El uso de sustancias químicas u orgánicas para incapacitar y/o inducir la sumisión en personas para cometer crímenes posteriormente es un problema que debe atenderse con toda prioridad, en nuestro contexto cultural Colombia, quizás no sea raro escuchar acerca de crímenes con uso de sustancias para incapacitar o someter a la gente, esto por supuesto, no es ninguna casualidad, según la revista Semana (2022b) en lo que iba corrido del año 2022 hasta mayo, tan solo en Bogotá, se habían presentado más de 300 robos usando escopolamina. Estas cifras son sin lugar a duda sumamente alarmantes y solo se están teniendo en cuenta los robos, según Infobae (2022) entre enero y marzo de 2022 se han reportado 23 desapariciones involuntarias que involucrarían el uso de sustancias para incapacitar a las víctimas, además el 25 de abril del mismo año se informó de la violación a una menor de 17 años perpetrada por un taxista que usó escopolamina para cometer el crimen.

Por lo anterior, hemos decidido trabajar en tratar de solucionar esta problemática social, nosotros apoyamos y promovemos el uso de nuestro producto “Producto X” para proteger la vida de las personas pues consideramos que ya es momento de que la gente salga más tranquila a la calle. Es por esto que queremos diseñar y fabricar el Producto X, un accesorio sencillo, portátil y sobre todo eficiente, que busca darle la oportunidad a las personas que sospechen de una adulteración en sus bebidas de confirmar (o no) sus sospechas y actuar en consecuencia de la situación para evitar ser atacados de alguna manera por quien(es) pretendían hacerles daño. Con este producto queremos poner nuestra solución en la promoción de la seguridad de las personas.

Para el desarrollo del proyecto es importante tener en cuenta que las sustancias más utilizadas en este tipo de delitos son escopolamina, benzodiazepinas, ketamina. La metodología de los delincuentes es colocar alguna de estas sustancias (que pueden ser adquiridas en diversos medicamentos comerciales) en las bebidas de sus víctimas, para así colocarlas en una situación vulnerable y poder robar o en el peor de los casos secuestrar y abusar de ellas.

2. Pregunta problema.

¿Qué herramienta de protección contra la adulteración de las bebidas se le puede brindar a los jóvenes (18-35) en la ciudad de Bogotá en el segundo semestre del año 2022?

3. Objetivo general

Lanzar el ProductoX en el mercado colombiano, con el fin de brindar herramientas de protección pasiva a jóvenes entre los (18-35) años que podrían ser víctimas de una adulteración a su bebida.

4. Objetivos específicos

- Diseñar el Producto X, como un producto sencillo de usar, cómodo y discreto.
- Implementar campañas de distribución on-line y off-line para el producto.
- Diseñar los canales de distribución (página web, app, e-mail.)

5. Metodología de investigación

Aplicar una metodología mixta para el desarrollo del proyecto es esencial pues se requiere de un estudio cualitativo y cuantitativo para que este se dé de manera adecuada. Todo esto con el fin de tener un alcance descriptivo.

- Cualitativo: Narrativo
- Cuantitativo: No experimental Transaccional

6. Análisis del macroentorno

Ilustración 1

DOFA "Producto X"

<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Insumos difíciles de conseguir • Necesidad de profesionales de distintas disciplinas 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mercado existente • Inseguridad en las discotecas • No existen competidores directos
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producto innovador • Veracidad en el resultado de las pruebas (confiable) • Diseño unico • Fácil uso 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competidores que puedan importar productos similares • Permisos legales (invima) y registros demorados

Fuente: elaboración propia

Para tener una visión concreta de cómo se encuentra el mercado en el que se desarrollaría el producto actualmente se creó el mapa DOFA para tener de manera visual las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades de Producto X.

7. Concepto del producto

Creamos un producto para ir contigo a la rumba y hacer de tus experiencias más agradables y seguras, por eso nuestro ADN se centra en:

- Seguridad
- Confiabilidad
- Efectividad
- Discreción

7.1 Composición del producto:

Tiras reactivas de uso único, dando resultados rápidos y efectivos que permiten identificar hasta 10 tipos de drogas diferentes de manera fácil sin necesidad de un laboratorio o estudios específicos para su lectura.

Los principales activos que reconocerán estas tiras son:

- Benzodiazepinas
- Opiáceos
- Metanfetaminas
- Marihuana

Para esto hemos tomado como producto base, pruebas caceras que reconocen las sustancias en la orina de personas que están en proceso de recuperación o rehabilitación.

Ilustración 2

First Check "Walmart"



Fuente: Abbott (s/f)

Ilustración 3

Prueba casera "Antidoping"



Fuente: Protgt Store (2018)

8. Estrategia de producto

Para la estrategia de producto se realizó la matriz Ansoff y paralelamente se planearon estrategias de precio y posicionamiento.

Ilustración 4

Estrategia de producto "Producto X"

		Producto	
		Actual	Nuevo
Mercado	Actual	Penetración de mercado	Desarrollo de nuevos productos
	Nuevo	Desarrollo de mercados	Diversificación

Fuente: elaboración propia

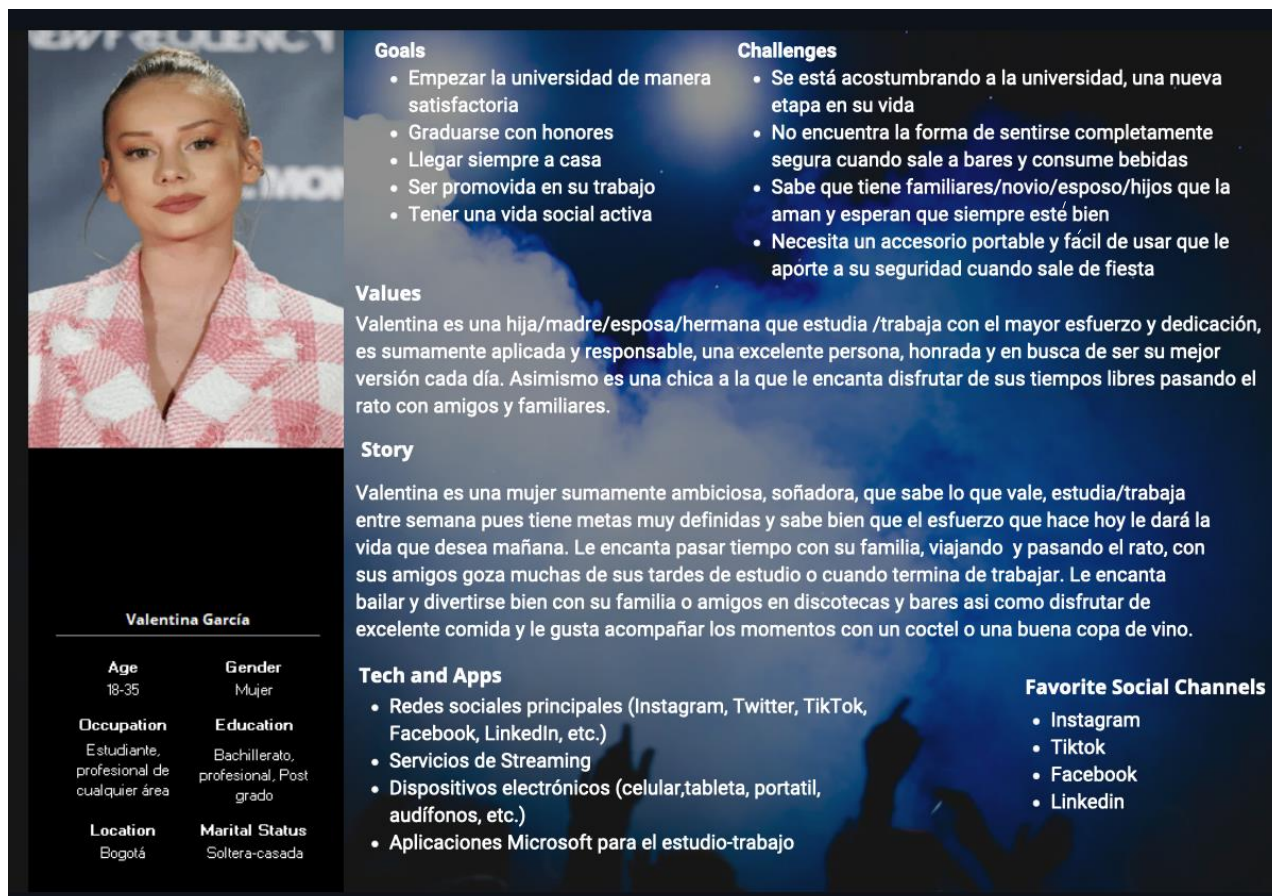
Estrategia de precio emocional: Se recurre a la sensación de seguridad y confianza para poder entrar al mercado con precios medios/altos.

Estrategia líder de mercado diferenciación: Productos únicos y con valor agregado.

9. Buyer persona

Ilustración 5

Buyer Persona "ProductoX"



Valentina García

Age
18-35

Gender
Mujer

Occupation
Estudiante, profesional de cualquier área

Education
Bachillerato, profesional, Post grado

Location
Bogotá

Marital Status
Soltera-casada

Goals

- Empezar la universidad de manera satisfactoria
- Graduarse con honores
- Llegar siempre a casa
- Ser promovida en su trabajo
- Tener una vida social activa

Challenges

- Se está acostumbrando a la universidad, una nueva etapa en su vida
- No encuentra la forma de sentirse completamente segura cuando sale a bares y consume bebidas
- Sabe que tiene familiares/novio/esposo/hijos que la aman y esperan que siempre esté bien
- Necesita un accesorio portable y fácil de usar que le aporte a su seguridad cuando sale de fiesta

Values

Valentina es una hija/madre/esposa/hermana que estudia /trabaja con el mayor esfuerzo y dedicación, es sumamente aplicada y responsable, una excelente persona, honrada y en busca de ser su mejor versión cada día. Asimismo es una chica a la que le encanta disfrutar de sus tiempos libres pasando el rato con amigos y familiares.

Story

Valentina es una mujer sumamente ambiciosa, soñadora, que sabe lo que vale, estudia/trabaja entre semana pues tiene metas muy definidas y sabe bien que el esfuerzo que hace hoy le dará la vida que desea mañana. Le encanta pasar tiempo con su familia, viajando y pasando el rato, con sus amigos goza muchas de sus tardes de estudio o cuando termina de trabajar. Le encanta bailar y divertirse bien con su familia o amigos en discotecas y bares así como disfrutar de excelente comida y le gusta acompañar los momentos con un coctel o una buena copa de vino.

Tech and Apps

- Redes sociales principales (Instagram, Twitter, TikTok, Facebook, LinkedIn, etc.)
- Servicios de Streaming
- Dispositivos electrónicos (celular, tableta, portatil, audífonos, etc.)
- Aplicaciones Microsoft para el estudio-trabajo

Favorite Social Channels

- Instagram
- Tiktok
- Facebook
- LinkedIn

Fuente: elaboración propia

Queremos que nuestros clientes sean personas que tienen cosas en común más allá de su gusto por las fiestas, queremos crear una comunidad que se cuidan unos a otros y hacen de sus experiencias y ambientes más seguros teniendo como prioridad el autocuidado.

10. Promesa básica

Producto X busca brindar seguridad a personas entre los 18 y 35 años que quieren disfrutar en bares y discotecas con tranquilidad.

11. Ventaja competitiva

De acuerdo con nuestra matriz Ansoff buscamos desarrollar un nuevo producto, razón por la cual nuestra ventaja competitiva está centrada en la DIFERENCIACIÓN.

Valor agregado: El valor agregado de nuestro producto consiste en su discreción, portabilidad, eficacia y rapidez. Además de lo anterior el producto mismo puede ser considerado una ventaja competitiva, pues sería el único producto disponible en el mercado colombiano que cumpla con esta función..

12. Declaración de posicionamiento

Para Producto X son importantes las personas entre los 18 y 35 años que buscan disfrutar de manera segura y responsable una buena fiesta en lugares públicos, por esto hemos creado un producto que permite reconocer de manera rápida y eficaz si la bebida está siendo adulterada.

13. Propuesta de valor

Producto X promete brindar un producto eficaz y seguro para los consumidores, dándoles confianza y bienestar reduciendo el riesgo de bebidas adulteradas en fiestas.

14. Alianzas estratégicas y plaza

Cómo vamos a llegar a nuestros clientes: App propia, aplicaciones de entrega rápida (Tada, Rappi), Puntos de venta en bares y discotecas, Puntos de venta móviles propios, Stands propios en festivales.

Plaza:

- E-Commerce: Redes sociales, app. Página web
- Aliados comerciales: Bares, discotecas, festivales
- Puntos móviles: Cerca de bares y discotecas zona rosa y chapinero.

15. Estrategia de redes sociales On-line

En todas las redes se fabrica un perfil llamativo y fácilmente reconocible para la marca y el producto tanto en imagen como en interacción y comportamiento para que sean fáciles de encontrar para las personas.

Instagram: Se hará el perfil comercial del producto, utilizando Reels, posts e historias, apoyados todos con la herramienta publicitaria de Meta.

Tiktok: Se creará el perfil, y se subirán videos cortos y llamativos para aumentar sus visualizaciones, además se usará la herramienta de publicidad de TikTok.

Facebook: Utilizando la herramienta de páginas crearemos la propia. Por medio de la página de facebook se subirán posts, historias y videos

16. Estrategia Off-line

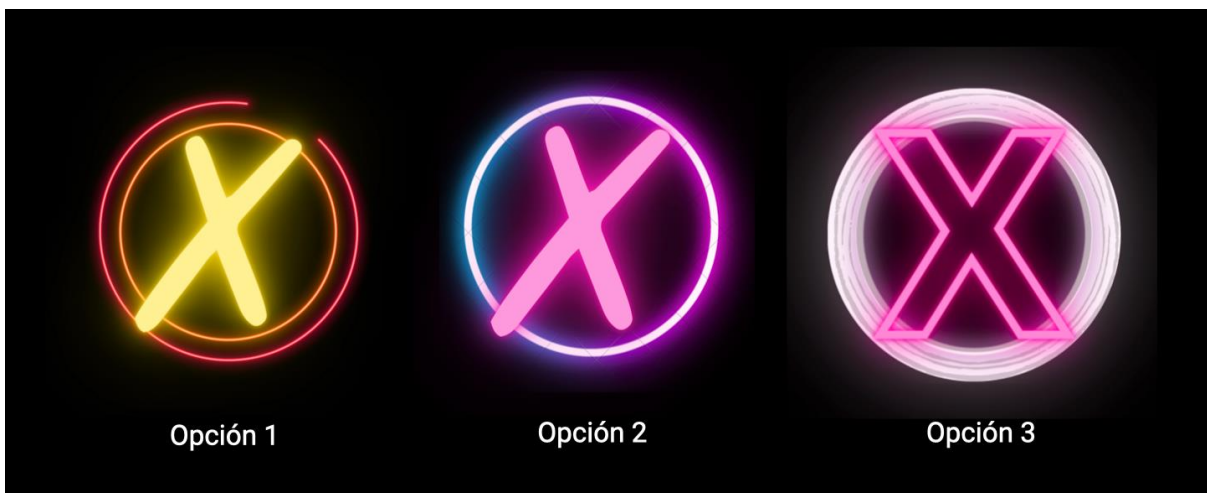
- Presencia en grandes eventos, haciendo demostraciones de la efectividad del producto.
- Puntos de experiencia donde se muestre el correcto uso del producto.

- Presencia en bares con alto flujo de personas como Theatron o Andrés D.C, haciendo más seguros estos ambientes.

17. Propuesta de logo

Ilustración 6

Propuestas logo "ProductoX"



Fuente: elaboración propia

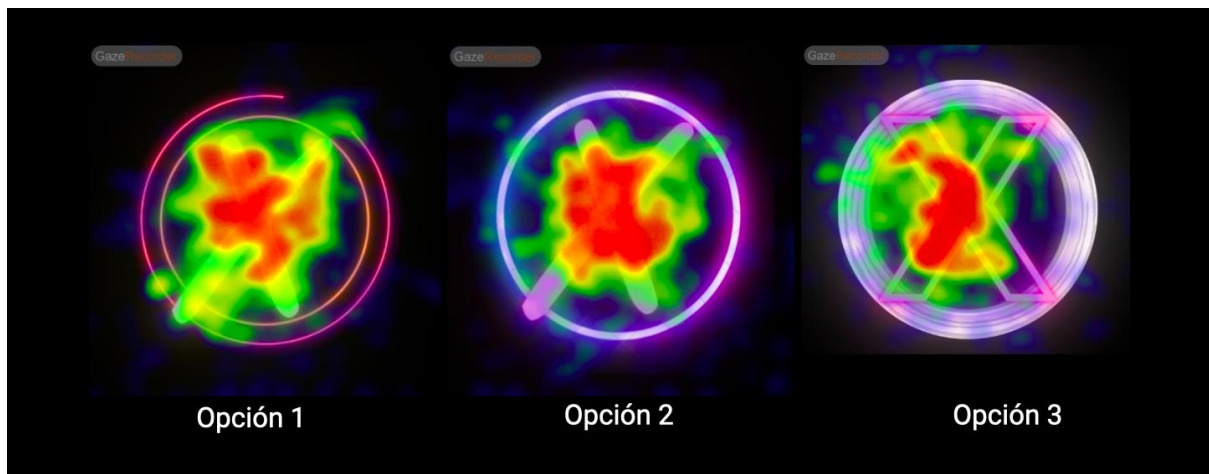
Para la creación del logo, se hicieron tres propuestas que buscaban comunicar la esencia de ProductoX con colores cálidos y tonalidades neón que inspiraran un ambiente nocturno y de fiesta.

El círculo alrededor ilustra el vaso o la bebida que tienen nuestros clientes y la X indica que no deberían entrar sustancias extrañas porque serán detectadas, adicionalmente nuestra X está relacionada al nombre del mismo producto.

Para hacer la selección del mismo, se le pidió a 25 personas utilizar la herramienta del eye tracker, luego se les hizo una serie de preguntas sobre qué les inspiraba la imagen y el porqué.

Ilustración 7

Propuestas logo Mapas de calor “ProductoX”



Fuente: elaboración propia

A pesar de que los resultados de este parecen no diferir en cuanto a los mapas de calor, la opinión y respuestas de las personas fueron lo que nos llevó a nuestro logo final.

Ilustración 8

Logo "ProductoX"



Fuente: elaboración propia

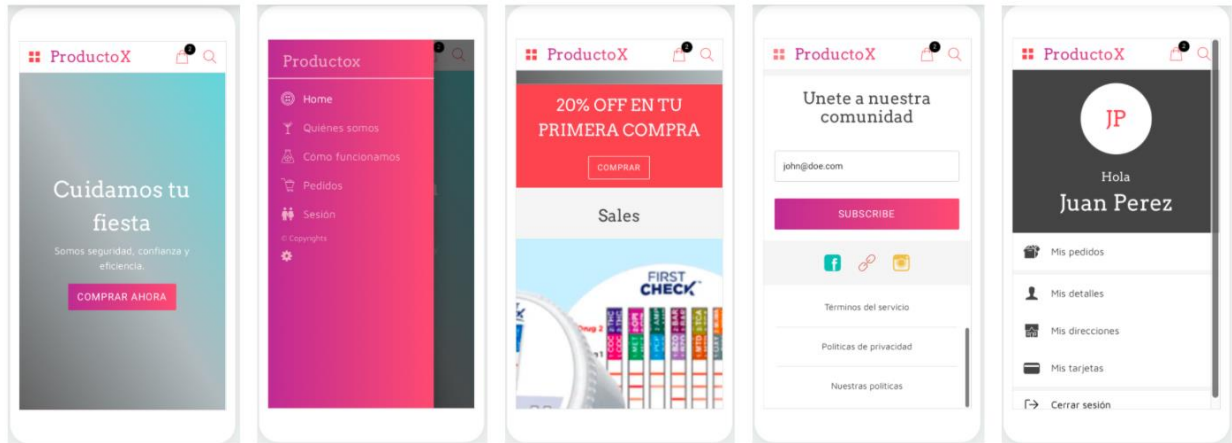
18. Mockup App

Se diseñó y creó el contenido que se encontraría en la aplicación de la empresa para adquirir el producto, teniendo en cuenta la identidad de marca como lo son colores y tipografía. La aplicación la hicimos utilizando la herramienta Good Barber.

<https://productox.goodbarber.app/manage/preview/>

Ilustración 9

Mockup app "ProductoX"



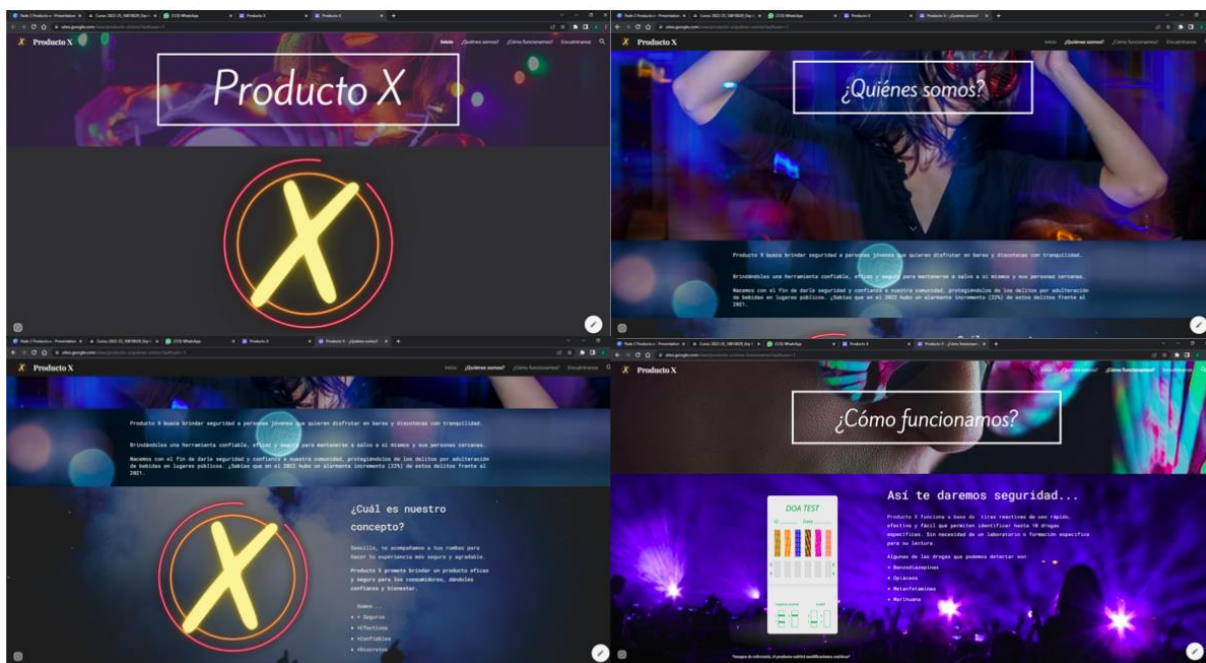
Fuente: elaboración propia

19. Mockup Página Web

Para la página web se utilizó la herramienta de Google, teniendo en cuenta que esta nos permitiría en futuro obtener estadísticas de tráfico y flujo en la web.

Ilustración 10

Mockup Web "ProductoX"



Fuente: elaboración propia

Para la creación y diseño de la página web propia fue necesario analizar páginas de competidores que se encuentran en otros países, estas páginas analizadas fueron:

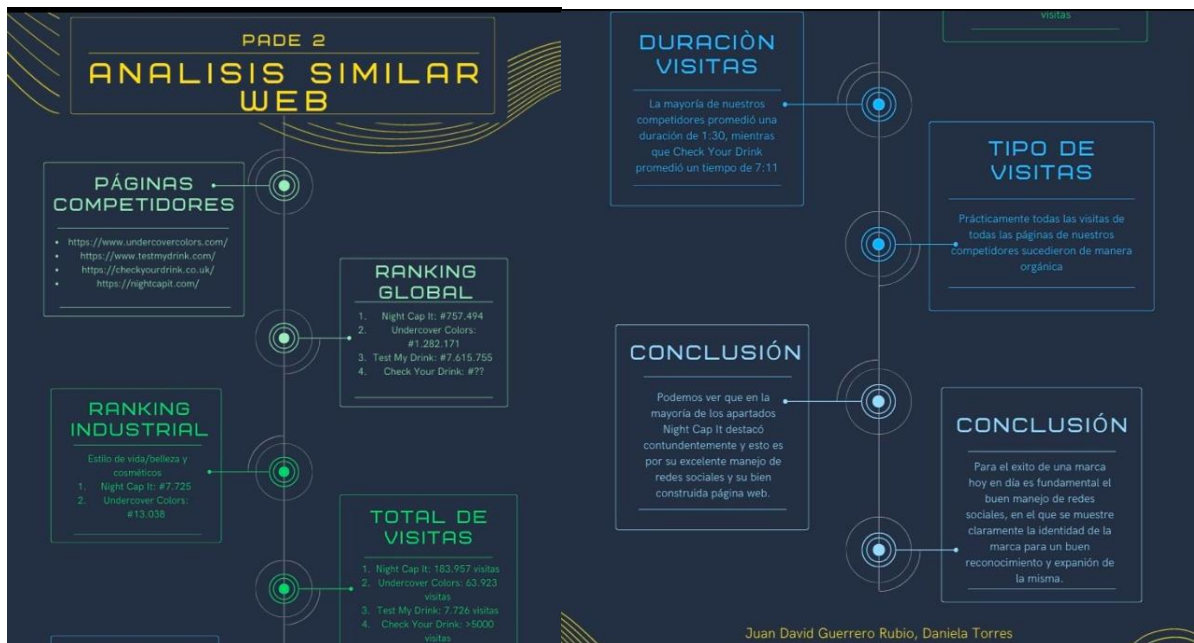
- The SipChip
- Test my drink
- Nightcap

- Checkyourdrink

Es importante mencionar que utilizamos la herramienta de Google Drive para poder crear nuestra página web. Además de la creación de nuestra página, fue necesario un análisis en similar web, el cual ilustramos en la siguiente infografía.

Ilustración 11

Similar web "ProductoX"

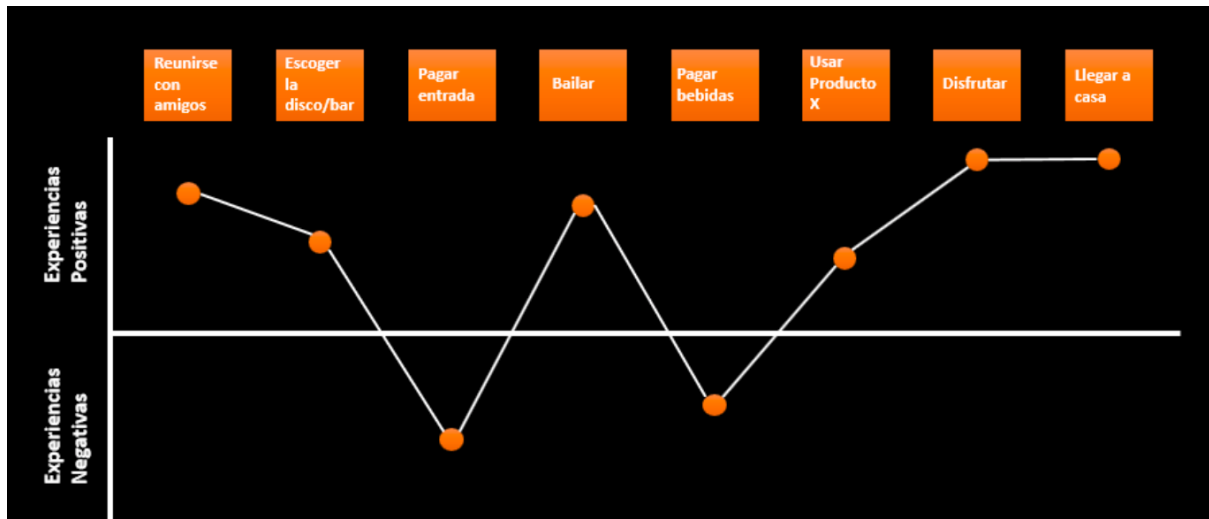


Fuente: elaboración propia

Analizar los procesos y metodología de compra de nuestro cliente, hace que estudiar su comportamiento sea más fácil y encontrar los puntos críticos y de posible compra estén más presentes.

Ilustración 12

CJM "ProductoX"



Fuente: elaboración propia

20. Estrategia SEO

El posicionamiento orgánico en la web se hará usando como palanca las redes sociales, en especial TikTok. Por medio de estas se busca viralizar el contenido de la marca y eventualmente esto llegará a los buscadores sin necesidad de pagar publicidad.

21. Estrategia SEM

Se va a hacer uso de Google Ads con un presupuesto mensual de COP \$20.500 diarios para aumentar nuestro alcance a las personas, además de utilizar palabras clave para ser sugeridos por Google cuando los usuarios hagan búsquedas específicas.

22. Benchmark

Ilustración 13

Benchmark "ProductoX"

Benchmark Digital

Benchmarks	Website	Website 1 = débil 10 = fuerte	Instagram	Instagram 1 = débil 10 = fuerte	Valoración Total
Producto X	https://sites.google.com/view/producto-x/inicio?authuser=1	10.0	.@productoxcol	10.0	20
SipChip (Undercover Colors)	https://www.undercovercolors.com/	8.0	@sip_chip	9	17
Test My Drink	https://www.testmydrink.com/	7.0	@testmydrink	8.0	15
CYD Check your drink	https://checkyourdrink.co.uk/	7.0	@cydtd/@check.yourdrink	2.0	9
Nightcap	https://nightcapit.com/	10.0	@nightcapit	10.0	20
Philmedi G Check	N/A	1.0	N/A	1.0	2
Invulnerable witch (tienda defensa personal)	N/A	1.0	@invulnerable.witch	8.0	9
Purple line (tienda defensa personal)	NA	1.0	@purpleline_col	8.0	9

Fuente: elaboración propia

Utilizando la plantilla que se nos brindó, realizamos un benchmark digital en el que comparamos nuestra competencia más cercana en términos de calidad de construcción de su página web y su principal red social que para este caso es Instagram. Con este benchmark buscamos obtener una idea de cómo nuestro producto estaría ubicado frente a la competencia en los términos ya mencionados.

23. Planificación de medios

Ilustración 14

Planificación de medios "ProductoX"

ENERO												
FECHA	MEDIO	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	AUTOR	PERSONA / DPTO RESPONSABLE	ESTADO	Call To Action CTA	CATEGORÍA	METADATOS	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO	COMENTARIOS
1	Publicidad - Exterior Off line	Colorizar zona T	Poner carteles móviles de Productox en las zonas más concurridas de vida nocturna en la BS.	Daniela Torres	Marketing - Ventas		Comprar Productox por tu seguridad			Punto físico - Bogotá	Vender mínimo 50 unidades al mes en estos puntos	Dar demostraciones de cómo funciona el producto en los puntos móviles para brindar mayor cercanía y confianza a los consumidores.
2	Publicidad - On line	Google Ads	Utilizar y dar presupuesto a Google Ads vinculados con notificaciones de bebidas causadas por adulteración de bebidas.	Daniela Torres	Marketing Digital		Comprar Productox brinda confianza			App y página Web	Vender como mínimo 60 unidades al mes en estos puntos de alcance	
3	Evento	Buenavida Beach 2023	Estar presentes en el evento el 05 de enero, dando a conocer el producto, su eficiencia y efectividad.	Daniela Torres	Marketing - PMS		Hacer parte de la comunidad si se gana confianza y seguridad			Feria - Cartagena de Indias	Aumento de seguidores en redes sociales e interacciones con el perfil superiores a 2K	
4	Evento	Buenavida Beach 2023	Estar presentes en el evento el 07 de enero, dando a conocer el producto, su eficiencia y efectividad, haciendo muestras de cómo funciona.	Daniela Torres	Marketing - Ventas		Comprar Productox para sentirte seguro en futuros festivales			Feria - Cartagena de Indias	Vender mínimo 120 unidades del producto	
5	Evento	Buenavida Beach 2023	Estar presentes en el evento el 08 de enero, haciendo planes de marketing digital donde las personas cuenten experiencias donde se han sentido en riesgo y como se sentirán si hubieran tenido un producto en sus manos.	Daniela Torres	Marketing Digital		Comprar Productox para sentirte seguro en futuros festivales			Feria - Cartagena de Indias	Crear contenido suficiente y de calidad para el próximo festival en febrero	
NOTAS ADICIONALES PARA EL MES												

FEBRERO												
FECHA	ACTIVIDAD	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	AUTOR	PERSONA / DPTO RESPONSABLE	ESTADO	CTA	CATEGORÍA	METADATOS	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO	COMENTARIOS
1	Publicidad - Exterior Off line	Colorizar zona T	Poner carteles móviles de Productox en las zonas más concurridas de vida nocturna en la BS.	Daniela Torres	Marketing - Ventas		Comprar Productox por tu confianza			Punto físico - Bogotá	Vender mínimo 50 unidades al mes en estos puntos	Dar demostraciones de cómo funciona el producto en los puntos móviles para brindar mayor cercanía y confianza a los consumidores.
2	Publicidad - On line	Google Ads	Utilizar y dar presupuesto a Google Ads vinculados con notificaciones de bebidas causadas por adulteración de bebidas.	Daniela Torres	Marketing Digital		Comprar Productox por tu confianza			App y página Web	Vender como mínimo 60 unidades al mes en estos puntos de alcance	
3	Evento	Freedom 2023 Medellín	Estar presentes el 3 de febrero en el festival, dando a conocer el producto, redes sociales y premiando a seguidores.	Daniela Torres	Marketing		Hacer parte de la comunidad si se gana confianza y seguridad			Feria - Medellín	Incremento de mín 1k seguidores y ventas mínimas 50 unidades	Las personas que ya siguen nuestras redes sociales tendrán un producto de merchandising
4	Evento	I hate models 2023 Bogotá	Estar presentes el 25 de febrero en el festival, dando a conocer el producto de manera masiva.	Daniela Torres	Marketing		Comprar Productox en cualquier seguridad y confianza			Feria - Bogotá	Incremento de mín 1k seguidores y ventas mínimas 50 unidades	Las personas que ya siguen nuestras redes sociales tendrán un producto de merchandising
NOTAS ADICIONALES PARA EL MES												

MARZO												
FECHA	ACTIVIDAD	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	AUTOR	PERSONA / DPTO RESPONSABLE	ESTADO	CTA	CATEGORÍA	METADATOS	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO	COMENTARIOS
1	Publicidad - Exterior Off line	Colorizar zona T	Poner carteles móviles de Productox en las zonas más concurridas de vida nocturna en la BS.	Daniela Torres	Marketing - Ventas		Comprar Productox por tu seguridad			Punto físico - Bogotá	Vender mínimo 50 unidades al mes en estos puntos	Dar demostraciones de cómo funciona el producto en los puntos móviles para brindar mayor cercanía y confianza a los consumidores.
2	Publicidad - On line	Ads en Instagram	Tener publicidad paga en cuentas de baile y discotecas con djs.	Daniela Torres	Marketing - Ventas		Hacer parte de la comunidad si se gana confianza y seguridad			Instagram	Crear 2k seguidores en el mes	
3	Evento	Festival Estéreo Pínic	Hacer presencia en uno de los festivales más importantes del año para dar a conocer el producto y generar cercanía con la comunidad de Productox.	Daniela Torres	Marketing - Ventas		Comprar Productox es cuidado, seguridad y confianza			Festival de música Estéreo Pínic via Biombo	Aumentar seguidores 1.2k seguidores y generar un promedio de 100 ventas.	
4	Alianza estratégica	Echelo cabeza	Crear una sección en Echelo cabeza, donde las personas puedan conocer la versatilidad y eficiencia de nuestro producto, que a conocer la herramienta de auto cuidado y protección desde la educación.	Daniela Torres	Marketing - Ventas		Haz parte del grupo!			Punto físico - festivales	Que las personas reconozcan a productox como un producto de cuidado y que en igual de confianza que Echelo cabeza.	
NOTAS ADICIONALES PARA EL MES												

ABRIL												
FECHA	ACTIVIDAD	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	AUTOR	PERSONA / DPTO RESPONSABLE	ESTADO	CTA	CATEGORÍA	METADATOS	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO	COMENTARIOS
1	Publicidad - Exterior	Atápala tu bebida	Valia publicitaria con componente BTL que sea temática y permita captar la atención del consumidor, puede estar ubicado en la exhibición móvil o zonas donde se generen grandes tráficos.	Daniela Torres	Marketing	Completado	Compartir y hacer parte del equipo			Valia publicitaria	Generar recordación de marca	
2	Alianza estratégica	Entrar al paraiso (Andrés carne de res)	Hacer alianza estratégica con la cadena de restaurantes Andrés Carne de Res, lanzando un punto B&B.	Daniela Torres	Ventas	Completado	Comprar ProductX por tu seguridad			Punto físico - Bogotá	Vender como mínimo 30 unidades al mes en estos puntos de alianza	
3	Evento	Feria de emprendimiento universitario	Participar en ferias que impulsan nuevos emprendimientos, para dar a conocer el producto en el público objetivo más joven.	Daniela Torres	Marketing	Completado	Recomendar ProductX es amor por tu bebida			Feria	Incrementar los seguidores en el porcentaje de usuarios entre 18 y 29 años	
4	Publicidad - On line	Google Ads	Estrategia de presupuesto a Google Ads vinculados con noticias de bebidas, aumentando por exhibición de bebidas.	Daniela Torres	Marketing Digital	Completado	Comprar ProductX por tu seguridad			App y página Web	Vender como mínimo 100 unidades al mes en estos puntos de alianza	

NOTAS ADICIONALES PARA EL MES





MAYO												
FECHA	ACTIVIDAD	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	AUTOR	PERSONA / DPTO RESPONSABLE	ESTADO	CTA	CATEGORÍA	METADATOS	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO	COMENTARIOS
1	Publicidad - Exterior Off line	Colorizar zona T	Poner cartas móviles de ProductX en las zonas más concurridas de vida nocturna en la BS.	Daniela Torres	Marketing - Ventas	Completado	Comprar ProductX por tu seguridad			Punto físico - Bogotá	Incrementar las ventas en un 30%	Dar demostraciones de cómo funciona el producto en los puntos móviles para brindar mayor cercanía y confianza a los consumidores.

JUNIO												
FECHA	ACTIVIDAD	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	AUTOR	PERSONA / DPTO RESPONSABLE	ESTADO	CTA	CATEGORÍA	METADATOS	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO	COMENTARIOS
1	Publicidad - Exterior Off line	Colorizar zona T	Poner cartas móviles de ProductX en las zonas más concurridas de vida nocturna en la BS.	Daniela Torres	Marketing - Ventas	Completado	Comprar ProductX por tu seguridad			Punto físico - Bogotá	Que estos cambios de venta se conviertan en el mayor número de ventas en la compañía.	Dar demostraciones de cómo funciona el producto en los puntos móviles para brindar mayor cercanía y confianza a los consumidores.
2	Publicidad	Artículo en revista	Obtener un artículo como uno de los productos más innovadores del mercado, y mostrar la eficiencia del mismo.	Daniela Torres	Marketing	Completado	Comprar ProductX es cuidado, seguridad y confianza			Revista semana, el tiempo	Incrementar seguidores en 20% y ventas un 20%	

JULIO												
FECHA	ACTIVIDAD	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	AUTOR	PERSONA / DPTO RESPONSABLE	ESTADO	CTA	CATEGORÍA	METADATOS	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO	COMENTARIOS
1	Publicidad - Exterior	Cupones X	Dar a conocer el producto y las personas que participan en los espacios de demostración obtengan un cupón del 10% de descuento.	Daniela Torres	Ventas	Completado	Comprar ProductX por tu seguridad			Zona T	Dar a conocer el producto de manera rápida, aumentar las ventas un 30%	
2	Publicidad	Artículo en revista	Dar información acerca del producto y cómo está ha brindado herramientas importantes a los usuarios para evitar malos escanarios.	Daniela Torres	Marketing	Completado	Comprar ProductX es cuidado, seguridad y confianza			Revista semana, el tiempo	Incrementar seguidores en 20% y ventas un 20%	
3	Publicidad - Exterior Off line	Colorizar zona T	Poner cartas móviles de ProductX en las zonas más concurridas de vida nocturna en la BS.	Daniela Torres	Marketing - Ventas	Completado	Comprar ProductX por tu seguridad			Punto físico - Bogotá	Que estos cambios de venta se conviertan en el mayor número de ventas en la compañía.	Dar demostraciones de cómo funciona el producto en los puntos móviles para brindar mayor cercanía y confianza a los consumidores.

AGOSTO												
FECHA	ACTIVIDAD	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	AUTOR	PERSONA / DPTO RESPONSABLE	ESTADO	CTA	CATEGORÍA	METADATOS	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO	COMENTARIOS
1	Publicidad - Exterior Off line	Colorizar zona T	Poner cartas móviles de ProductX en las zonas más concurridas de vida nocturna en la BS.	Daniela Torres	Marketing - Ventas	Completado	Comprar ProductX por tu seguridad			Punto físico - Bogotá	Que estos cambios de venta se conviertan en el mayor número de ventas en la compañía.	Dar demostraciones de cómo funciona el producto en los puntos móviles para brindar mayor cercanía y confianza a los consumidores.

SEPTIEMBRE												
FECHA	ACTIVIDAD	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	AUTOR	PERSONA / DPTO RESPONSABLE	ESTADO	CTA	CATEGORÍA	METADATOS	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO	COMENTARIOS
1	PR	Constar influencers	En épocas que se aproximan grandes eventos y fechas donde los clientes por adquisición de bebidas se incrementan, constatar influencers que recomiendan el producto.	Daniela Torres	Marketing	Completado	Comprar ProductX es cuidado, seguridad y confianza			TikTok - Instagram	Incrementar las ventas en un 30%	Pedir a los influencers que cuenten experiencias donde se hayan sentido en riesgo y como haber tenido el producto y pudieran sentirse y estar más a salvo.
2	Publicidad	Artículo en revista	Dar información acerca del producto y cómo está ha brindado herramientas importantes a los usuarios para evitar malos escanarios.	Daniela Torres	Marketing	Completado	Comprar ProductX es cuidado, seguridad y confianza			Revista semana, el tiempo	Incrementar seguidores en 20% y ventas un 20%	
3	Publicidad - Exterior Off line	Colorizar zona T	Poner cartas móviles de ProductX en las zonas más concurridas de vida nocturna en la BS.	Daniela Torres	Marketing - Ventas	Completado	Comprar ProductX por tu seguridad			Punto físico - Bogotá	Que estos cambios de venta se conviertan en el mayor número de ventas en la compañía.	Dar demostraciones de cómo funciona el producto en los puntos móviles para brindar mayor cercanía y confianza a los consumidores.

OCTUBRE												
FECHA	ACTIVIDAD	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	AUTOR	PERSONA / DPTO RESPONSABLE	ESTADO	CTA	CATEGORÍA	METADATOS	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO	COMENTARIOS
1	PR	Constar influencers	En épocas que se aproximan grandes eventos y fechas donde los clientes por adquisición de bebidas se incrementan, constatar influencers que recomiendan el producto.	Daniela Torres	Marketing	Completado	Comprar ProductX es cuidado, seguridad y confianza			TikTok - Instagram	Incrementar las ventas en un 30%	Pedir a los influencers que cuenten experiencias donde se hayan sentido en riesgo y como haber tenido el producto y pudieran sentirse y estar más a salvo.

NOVIEMBRE												
FECHA	ACTIVIDAD	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	AUTOR	PERSONA / DPTO RESPONSABLE	ESTADO	CTA	CATEGORÍA	METADATOS	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO	COMENTARIOS
1	PR	Constar influencers	En épocas que se aproximan grandes eventos y fechas donde los clientes por adquisición de bebidas se incrementan, constatar influencers que recomiendan el producto.	Daniela Torres	Marketing	Completado	Comprar ProductX es cuidado, seguridad y confianza			TikTok - Instagram	Incrementar las ventas en un 30%	Pedir a los influencers que cuenten experiencias donde se hayan sentido en riesgo y como haber tenido el producto y pudieran sentirse y estar más a salvo.
2	Publicidad	Artículo en revista	Dar información acerca del producto y cómo está ha brindado herramientas importantes a los usuarios para evitar malos escanarios.	Daniela Torres	Marketing	Completado	Comprar ProductX es cuidado, seguridad y confianza			Revista semana, el tiempo	Incrementar seguidores en 20% y ventas un 20%	

DICIEMBRE												
FECHA	ACTIVIDAD	TÍTULO DE LA CAMPAÑA	DESCRIPCIÓN	AUTOR	PERSONA / DPTO RESPONSABLE	ESTADO	CTA	CATEGORÍA	METADATOS	PLATAFORMA	MEDICIONES DE ÉXITO	COMENTARIOS
1	Publicidad - Exterior Off line	Colorizar zona T	Poner cartas móviles de ProductX en las zonas más concurridas de vida nocturna en la BS.	Daniela Torres	Marketing - Ventas	Completado	Comprar ProductX es cuidado, seguridad y confianza			Punto físico - Bogotá	Que estos cambios de venta se conviertan en el mayor número de ventas en la compañía.	Dar demostraciones de cómo funciona el producto en los puntos móviles para brindar mayor cercanía y confianza a los consumidores.

Fuente: elaboración propia

La planificación se realizó mediante la plantilla de Excel proporcionada, para tener un orden e información válida, se hizo una búsqueda de los festivales de música que se realizarán a partir del próximo año. Teniendo en cuenta que la planificación se pudo hacer completa hasta mitad de año porque no se tiene a disposición todo el cronograma, fue útil incluir las estrategias on-line para pauta en redes sociales.

24. Planificación financiera

Ilustración 15

Planificación financiera de medios "ProductoX"

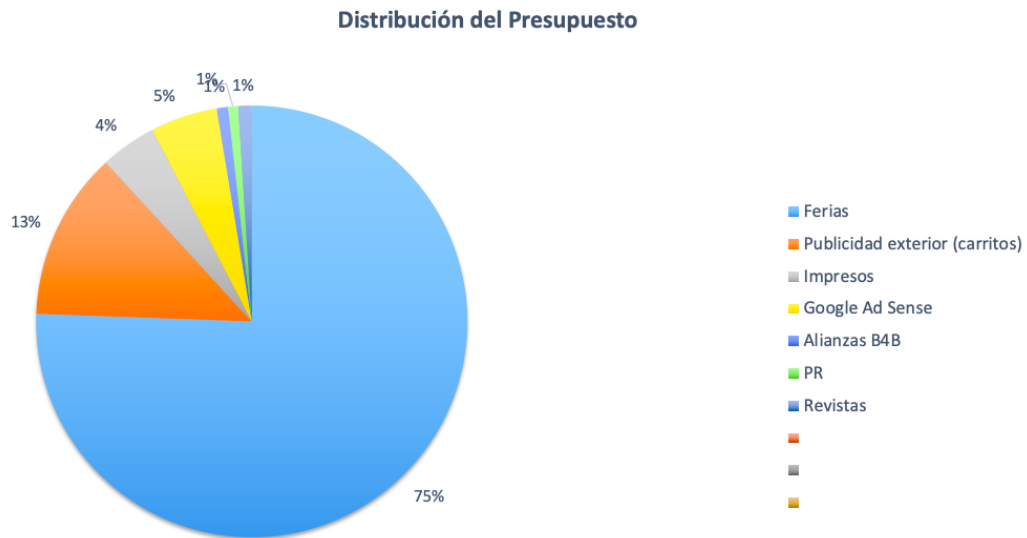
Categorías	Presupuesto Total	Gastado hasta Hoy	Restante	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ferias	\$ 18,000,000.00	\$ 15,200,000.00	● \$ 2,800,000.00	\$ 6,000,000.00	\$ 4,000,000.00	\$ 5,000,000.00	\$ 200,000.00								
Publicidad exterior (carritos)	\$ 3,000,000.00	\$ 220,000.00	● \$ 2,780,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00		\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00
Impresos	\$ 1,000,000.00	\$ 996,000.00	● \$ 4,000.00	\$ 126,000.00	\$ 126,000.00	\$ 126,000.00	\$ 126,000.00	\$ 83,000.00	\$ 83,000.00	\$ 83,000.00	\$ 83,000.00	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00
Google Ad Sense	\$ 1,200,000.00	\$ 620,000.00	● \$ 580,000.00	\$ 7,000.00	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00	\$ 70,000.00	\$ 70,000.00	\$ 70,000.00	\$ 10,000.00	\$ 100,000.00	\$ 100,000.00	\$ 8,000.00
Alianzas B4B	\$ 200,000.00	\$ 170,000.00	● \$ 30,000.00			\$ 80,000.00	\$ 90,000.00								
PR	\$ 180,000.00	\$ 100,000.00	● \$ 80,000.00									\$ 40,000.00	\$ 40,000.00	\$ 20,000.00	
Revistas	\$ 240,000.00	\$ 90,000.00	● \$ 150,000.00							\$ 30,000.00		\$ 40,000.00		\$ 20,000.00	
		\$ 0.00	▲ \$ 0.00												
		\$ 0.00	▲ \$ 0.00												
		\$ 0.00	▲ \$ 0.00												
Total	\$ 23,820,000.00	\$ 17,396,000	● \$ 6,424,000	\$ 6,153,000	\$ 4,151,000	\$ 5,286,000	\$ 476,000	\$ 163,000	\$ 173,000	\$ 203,000	\$ 173,000	\$ 150,000	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 68,000

Fuente: elaboración propia

Para tener un soporte de la planificación es necesario destinar un presupuesto específico para cada una de las actividades planteadas, teniendo un panorama general de cómo está distribuido el capital.

Ilustración 16

Distribución del presupuesto "ProductoX"



Fuente: elaboración propia

Como se puede evidenciar, en los festivales y ferias es donde se está destinando la mayor cantidad de presupuesto, puesto que es en estos espacios donde se tiene como objetivo dar a conocer el producto de manera masiva en un espacio donde se encuentran cientos de clientes potenciales.

25. Aclaraciones y propiedad intelectual

Este trabajo se deriva del proyecto realizado en PADE 1 por: Juan David Guerrero, Valeria Acosta, Federico Pretelt y María Paula Rojas.

Para este proyecto, Juan David Guerrero y Daniela Torres desarrollarán un nuevo producto, resultado de un derivado del proyecto inicial. Es importante anotar, que este nuevo proyecto, aunque se inspira en el proyecto realizado en PADE 1 tiene un enfoque totalmente diferente y asimismo el producto a desarrollar no constituye por ningún medio una copia del primero.

26. Referencias bibliográficas:

Abbott. (s. f.). *About First Check and Our Drug Testing Expertise*. firstcheckfamily.

<https://www.firstcheckfamily.com/about-firstcheck>

Infobae. (2022). *Delincuentes en Bogotá estarían usando escopolamina y drogas para atacar a sus víctimas*. infobae.

<https://www.infobae.com/america/colombia/2022/04/26/delincuentes-en-bogota-estarian-usando-escopolamina-y-drogas-para-atacar-a-sus-victimas/>

Protgt Store. (2018). *¿Qué es y cuánto cuesta una prueba antidoping?* protgtstore.

<https://www.protgtstore.com/2021/01/25/que-es-y-cuanto-cuesta-una-prueba-antidoping/>

Revista Semana. (2022a). *Bogotá registra más de 300 robos con escopolamina en lo que va del año 2022*. Semana.com. <https://www.semana.com/bogota/articulo/bogota-registra-mas-de-300-robos-con-escopolamina-en-lo-que-va-del-ano-2022/202241/>

Revista Semana. (2022b). *Robos con escopolamina, el delito que más aumenta en Bogotá durante 2022*. Semana.com. <https://www.semana.com/nacion/articulo/alerta-robos-con-escopolamina-el-delito-que-mas-aumenta-en-bogota-durante-2022/202236/>