UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

EMPRESA: IMAGEN SEGURA S.A

Trabajo de Grado

ELABORADO POR:

Mayra Alejandra Figueredo Buitrago

Isabella Martínez Gómez

Valentina Rodríguez Salazar

Bogotá, Colombia

2020-I

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

EMPRESA: IMAGEN SEGURA S.A

Trabajo de Grado

ELABORADO POR:

Mayra Alejandra Figueredo Buitrago

Isabella Martínez Gómez

Valentina Rodríguez Salazar

TUTOR:

Hernán Cruz

Administración de Empresas

Administración de Negocios Internacionales

Administración en Logística y Producción

Bogotá, Colombia

2020-I

LISTA DE CONTENIDO

RESUMEN 5

ABSTRACT 6

1. Descripción de la empresa: Imagen Segura S.A. 7

1.1 Objetivos de la empresa 9

1.1.1 Objetivos generales 9

1.1.2 Objetivos específicos 10

2. Plan de Marketing Digital 10

2.1 Análisis 10

2.1.1 Definición de la meta 10

2.1.2 Análisis de la competencia 12

2.1.3 Análisis DOFA 16

2.1.4 Análisis del público objetivo 19

2.2 Definición de la audiencia 20

2.3 Objetivos de marketing 22

2.4 Estrategias y acciones de marketing digital 23

2.4.1 Definición de estrategias 23

2.4.2 Definición de acciones 23

2.5 Ejecución de estrategias de Marketing Digital 26

2.6 Medición de resultados 27

2.7 Presupuesto 31

3. Conclusiones 41

4. Referencias Bibliográficas 41

LISTA DE FIGURAS

Ilustración 1. Matriz de competencia 12

Ilustración 2. Matriz DOFA 15

Ilustración 3. Audiencia esperada 19

Ilustración 4. Diagrama de Gantt 25

Ilustración 5. Presupuesto general 30

Ilustración 6. Presupuesto elaboración de video 34

Ilustración 7. Resumen del presupuesto 37

RESUMEN

El siguiente trabajo fue desarrollado a lo largo del primer semestre del año 2020 en la Universidad del Rosario durante la asistencia al Programa Avanzado para la Formación Empresarial (PAFE) con énfasis en estrategias digitales para negocios, en donde nuestro objetivo principal consiste en el desarrollo de un Plan de Marketing Digital consolidando y aplicando todos los conocimientos adquiridos a lo largo de nuestra carrera y fortaleciéndose con los temas previos en la asignatura.

La empresa Imagen Segura S.A será nuestra protagonista en el trabajo, en el cual aplicaremos las estrategias creadas en base a lo aprendido, con el fin de asegurar un posicionamiento digital óptimo creando recordación de marca en los usuarios y atrayendo clientes potenciales.

Palabras claves: Plan de Marketing Digital, Redes Sociales, Marketing, Anuncios, Top of Mind, Clientes, B2B.

ABSTRACT

The following work was developed during the first semester of 2020 at the Rosario University during attendance at the Advanced Program for Business Training (PAFE) with emphasis on digital strategies for business, where our main objective is to develop a Digital Marketing Plan consolidating and applying all the knowledge acquired throughout our career and strengths with the previous topics in the subject.

The company Imagen Segura S.A will be our protagonist in the work, in which we will apply the strategies created based on what has been learned in order to guarantee an optimal digital positioning to create brand recognition in users and attract potential customers.

Key Words: Digital Marketing Plan, Social Media, Marketing, Ads, Top of Mind, Clients, B2B.

1. Descripción de la empresa: Imagen Segura S.A.

Imagen Segura S.A se encarga de desarrollar estrategias en soporte logístico, al mismo tiempo mejora la organización (montaje), planeación y valoración de eventos de mediano y gran esquema. Su estrategia organizacional identifica la condición placentera de lo realmente humano y ofrece a sus usuarios servicios especializados en gestión de eventos, servicios e información audiovisual.

Poseen con un panel tecnológico cuya operación se hace posible sobre una sólida cultura organizacional que, junto a sus recursos humanos, constituyen sus más importantes fortalezas.

En cuanto a su visión, planea trabajar para el desarrollo de la gestión logística de reuniones, medios audiovisuales y operación de hoteles, midiendo su desempeño. Asimismo, proyecta su porvenir organizacional participando en mercados antes desconocidos y servicios, priorizando sus objetivos comerciales y financieros, todo como producto del autoconocimiento de la política de aseguramiento de eficiencia, eficacia, prontitud y de una robusta y completa plataforma tecnológica.

Para su perdurabilidad en el tiempo será esencial garantizar el trabajo sistemático, con un análisis del entorno y los retos que este aporta, el potencial humano y nuevas alianzas estratégicas que construirán sus más importantes fuerzas organizacionales.

Entre sus principales factores diferenciadores que aportan esfuerzo y creatividad al servicio de sus clientes se encuentran:

- Profesionalismo
- Responsabilidad
- Tecnología

Profesionales con mente creativa, capacidad de organización, actitud comercial, empatía y vocación de servicio, características necesarias para la capacidad de atención ante cualquier novedad del mercado y respuesta a las necesidades de los clientes, para generar experiencias diferentes de alta calidad y mayor capacidad de análisis a la hora de emprender decisiones estratégicas para el futuro.

La organización de un evento implica trabajar con responsabilidad, con garantía en el cumplimiento de todas y cada una de las actividades concertadas con los clientes en la fecha y horario establecido, y la seguridad de todos los participantes en todas las fases del evento, incrementando su protección y disminuyendo los riesgos.

Por su parte la tecnología busca generar conocimientos en la planeación, programación, realización, negociación, funcionamiento y evaluación de eventos, el uso de las redes sociales en la comunicación corporativa influye también de manera importante en la manera como se planifican los eventos, así como en la participación más activa de los asistentes con la integración de los formatos de comunicación y el estímulo de contenidos lúdicos.

Por otro lado, teniendo en cuenta el sector de eventos en Colombia, y su reconocimiento por ser el tercer país con más eventos y convenciones en Latinoamérica, debido a que los congresos y el turismo corporativo constituyen un sector fundamental, principalmente porque al ejecutarse eventos de cualquier tipo activa otros sectores, tales como el alquiler de muebles e inmuebles, alimentos y bebidas, animación, agencias de viajes, transporte aéreo, terrestre y marítimo,

publicidad, comunicaciones, decoración, industria hotelera, entre otros, por lo tanto aporta una incremento significativo que se traduce en riqueza y mayor puestos de trabajo configurando un sector dinámico en la economía de nuestro país.

Es evidente el gran potencial de este sector, tal como lo demuestra la International Congress and Convention Association (ICCA), ubicando a Colombia en el puesto número 29 entre 165 países destacados por la realización de eventos internacionales de todo tipo. Sin duda alguna, la industria de eventos en el país está creciendo exponencialmente y su inversión traerá utilidades a mediano plazo, por tanto, nuestro interés de aportar con creatividad, innovación y evolución al creciente desarrollo de este valioso sector.

1.1 Objetivos de la empresa

Dentro de los objetivos organizacionales la empresa Imagen Segura S.A busca siempre garantizar un servicio inigualable e innovador con la finalidad de satisfacer a todas las personas presentes en la cadena de servicio, desde los clientes principales hasta los consumidores finales quienes son las personas que disfrutan de los masivos eventos, siempre y cuando cumplimento con los requerimientos del cliente y trabajando con toda la profesionalidad que demande.

1.1.1 Objetivos generales

- Cumplir al 100% las metas estipuladas.
- Imponer la imagen corporativa en cada uno de los eventos realizados.

- Establecer la tecnología como base fundamental de la producción de nuestros servicios.
- Innovación y creatividad en los diferentes eventos y servicios.

1.1.2 Objetivos específicos

- Incursionar en el marketing digital.
- Reducir al mínimo los gastos innecesarios.
- Diseñar una estructura empresarial sólida.
- Fomentar una cultura organizacional al cumplimiento de objetivos y sentido de pertenencia por la empresa.

2. Plan de Marketing Digital

2.1 Análisis

2.1.1 Definición de la meta

Luego de haber realizado un análisis del sector y de la organización internamente, fue posible detallar que actualmente la compañía cuenta con la página web https://www.imagensegura.com/ y participación en redes sociales como Facebook https://www.facebook.com/IMASEGURA/ e Instagram (@imagensegura) donde se logró identificar que a pesar de que exista el dominio online

su intervención es pasiva, lo cual consideramos como una de sus debilidades más importantes, debido a que no se ve reflejada una interacción constante con el cliente mediante canales multiformato, y nos atreveremos a atribuirle la falta de reconocimiento de la marca a esta debilidad, por lo tanto consideramos que se debe gestionar este aspecto lo más pronto posible dado el rápido crecimiento de la industria.

Pese a las publicaciones permanentes, que brindan información específica, oportuna y actualizada del portafolio de servicios ofrecidos con datos de contacto rápido, no invitan a sus receptores a tener algún tipo de acción recíproca, por lo mismo, se miden los resultados en cuanto a likes, reacciones o comentarios, los cuales no superan un máximo de dos a tres respuestas positivas por parte de sus seguidores, actualmente cuentan con 275 followers en Instagram y 443 en Facebook. Además, hasta el momento no se encuentran presentes en otras redes como Youtube, Twitter o LinkedIn.

Sin duda, dadas las evidencias presentadas anteriormente, la meta principal de este plan de marketing digital es mejorar potencialmente la relación de la marca Imagen Segura S.A con sus clientes a través de canales digitales, optimizar su posicionamiento de página web y por último fortalecer su presencia online, todo esto tomando en consideración el modelo de negocio B2B y de este mismo modo reconociendo otras necesidades aún insatisfechas para mejorar el servicio al cliente teniendo en cuenta sus quejas o sugerencias.

2.1.2 Análisis de la competencia

Colombia es uno de los países que posee el índice de felicidad más alta en el mundo con comportamientos típicamente humanos y por esta razón las personas que habitan en ella siempre buscan una ocasión para celebrar ya sean sus logros laborales, sociales y personales, por lo cual es un país que tiene un alto porcentaje de participación de empresas encargadas en la ejecución de eventos, debido a esto todas las empresas tienen mucha competencia ya que este es un sector de alta demanda en el país.

Ilustración 1. *Matriz de competencia*

COMPETIDOR	CIUDAD	DIRECTO	INDIRECTO	PRODUCTOS O SERVICIOS	PRECIOS	PRESENCIA OFFLINE	PRESENCIA ONLINE	ESTRATEGIA	WEB	MEDIOS SOCIALES	OBJETIVOS	PERFIL DE CLIENTE	VENTAJA COMPETITIVA
SAGO EVENTOS	Medellin	SI		Eventos empresariales alimentacion y catering locaciones especiales montaje de stands montaje de tarimas alquiler de menaje	Eventos empresariales con requerimientos básicos, precios desde 10´000.000 en adelante, teniendo en cuenta factores como tipo de decoración, menu de catering, y otros servicios adicionales.	Telefonia fija, flyers y volantes presentes en el evento, tarjetas de presentacion.	Página web, Instagram, Whatsapp, Facebook, Linkedin y correo electrónico.	SAGO eventos busca fidelizar a sus clientes con todos los servicios que maneja desde grandes eventos empresariales hasta pequeñas fiestas para niños	http://sagoeventos.com	Instagram: https://www.instagram.com/sago.eventos/ Linkedin:https://www.linkedin.com/company/sago-eventos/ Facebook: https://www.facebook.com/SAGOEventosColombia Twitter: https://twitter.com/sagoeventos	SAGO Eventos, es una compañía dedicada a transformar activos intangibles [IDEAS] en experiencias tangibles para las marcas y su público objetivo.	Clientes desde grandes empresas, hoteles, entidades gubernamentales, hasta personas naturales que buscan eventos sociales pequeños.	Manejan servicios desde toda la produccion de eventos hasta cualquier eslabon directo o indirecto en un evento por medio de alquileres y tercerización de servicios.
BANQUETES CASA MONACO	Medellin	SI		Servicio de catering alquiler de mobiliario arreglos florales eventos de marca y mercadeo cocina para eventos masivos y exclusivos	Precios acordes al servicio escogido: Wedding Planner básico: 9´000.000 en adelante Wedding Planner Premium: 15´000.000 en adelante (Aplica para bodas, eventos sociales y empresariales)	Telefonia fija, tarjetas de presentacion	Página web, Whatsapp, Facebook, Twitter y correo electrónico.	Banquetes Casa Monaco lograr interactuar con el cliente y ofrecerle el mejor servicio que se acomode a su necesidad con la variedad de servicios que ofrece.	http://empresas.casamonaco.com/index-empresas.html	Twitter: https://twitter.com/bcasamonaco Facebook:https://www.facebook.com/casamonaco	Casa Monaco busca crear eventos inolvidables para sus clientes, en donde dejen una experiencia unica en la vida de las personas por medio de sus eventos sociales y empresariales	Personas que buscan diferentes servicios en el ambito empresarial, y artistas y/o empresas que buscan desarrollo de marca.	Banquetes Casa Monaco cuenta con un sitio exclusivo en uno de los mejores lugares de medellin que lograr atraer a las personas a realizar sus eventos sociales en dicho espacio.
WINK ARQUITECTURA DE EVENTOS	Medellin		SI	Eventos sociales, (Quinces, matrimonios, primeras comuniones, cumpleaños) Eventos empresariales, talleres experienciales	Precios dependiendo el tipo de paquete seleccionado Decoracion, catering, foto y video, reposteria y/o sonido. Paquete completo precios desde 25'.000.000	Telefonia fija, tarjetas de presentacion	Página web, Instagram, Whatsapp, Facebook, Pinterest, YouTube y correo electrónico.	Wink arquitectura de eventos logra acomodarse a las necesidades del clientes y ofrece paquetes dependiendo los requerimientos del cliente.	https://winkeventos.com	Instagram: https://www.instagram.com/wink.eventos/ Pinterest: https://co.pinterest.com/Winkbodas/ YouTube:https://www.youtube.com/channel/UCSXiUB_N8okGa425SXDZ18w	Lograr ser un "aliado amigo" para los clientes en donde estos depositen toda su confianza para que su evento llegue a ser una experiencia unica y de cero estres.	Personas de poder adquisitivo medio alto, que busquen exclusividad e innovación en sus eventos.	Wink arquitectura de eventos ofrece un plan personalizado en donde el cliente escoge que tipo de servicio desea para sus eventos formando así un paquete, en donde puede escoger entre decoracion, catering, foto y video, reposteria y sonido o el paquete completo.

OTE OPERACION TECNICA DE EVENTOS	Cartagena	Si		Ofrecen servicios para la produccion de eventos y logistica, como alquiler de sonido, alquiler de pantallas, alquiler de equipos audiovisuales, alquiler de luces,diseño y fabricacion de stands.	Su hit son los eventos de tipo empresarial de pequeñas, medianas y grandes magnitudes y el precio seria acorde al tamaño y elegancia del evento, manejan precios de 10.000.000 millones como minimo.	Telefonia fija.	Instagram, Facebook, Twitter,Correo electronico, Pagina web, Whatsapp.	La realizacion de un estudio realizado y planificado de las necesidades de cada evento, partiendo de las expectativas y perfil de sus clientes.	https://www.otecolombia.co/	Instagram: https://www.instagram.com/otecolombia/. Facebook: https://www.facebook.com/Operacion-Tecnica-De-Eventos-303681540068263. Twitter: https://twitter.com/OTEeventos, Correo: comercial@otecolombia.co.	OTE es una empresa de eventos que ofrece un servicio con garantia porque son especializados en la produccion de eventos y en la logistica y en eventos con experiecia demostrable.	Clientes de todo tipo ya sean empresas de pequeña, mediana y grande magnitud, hasta personas independientes que necesiten nuestro servicio.	Le da al cliente tranquilidad y confianza ya que el equipo esta preparado parala resolucion de imprevisos de ultima hora, garantizando el exito total de su evento.
GLADYS NOVIAS Y EVENTOS	Cartagena	Si		Especialistas en Bodas , Prestamos Servicios Integrales de Atención de Eventos Sociales y Corporativos , Alimentación , Decoración , Montajes y Alquiler.	Precios acordes al servicio requerido del cliente, para eventos de gran magnitud de tipo empresarial tiene un costo desde 15.000.000 millones dependiendo toda la logistica que necesiten.	Telefonia fija.	Instagram, Facebook,Pagina web.	Ofrecer y prestar un servicio de alta calidada a sus diferentes clientes.	http://www.noviasyeventos.com	//www.inInstagram: httpstagram.com/noviasyeventos/. Facebook https://www.facebook.com/GladysNoviasYEventos/.	El objetivo principal de esta sociedad es su responsabilidad e innovación constante convirtiendose día a dia en un gestor de empleo para la costa caribe.	Tienen diferentes tipos de cliente como los son las empresas y organizacion Contecar, Puerto de Cartagena, Clud de Pesca, entre otras empresas de grande, mediana y pequeña magnitud y para personas que necesiten su servicio.	La empresa Gladys Novias y eventos ofrece unos servicios adicionales como la planeacion de bodas, ofrecen evicios de platos y buffets que son los servicios que los destacan de la competencia.
RHITMO PROUCCIONES	Cartagena	Si		Diseños de eventos, planeacion de eventos, produccion de eventos, bodas y servicios mobiliarios y equipos.	Manejan todo tipo de precio segun el evento requerido por el cliente, su fortaleza son los eventos de grande capacidad ya sean sociales, empresariales y estos tiene un costo promedio minimo de 17.000.000 millones ya que trabajan con los mejores paquetes para estos eventos.	Telefonia fija.	Instagram, Facebook,Pagina web, Correo electronico, Whatsapp y Youtube.	se basa en escuchar, respetar, comprender y desarrollar la visión de nuestros clientes, estamos orgullosos de crear más que eventos, recuerdos inolvidables	https://rhitmo.com/	Instagram: https://www.instagram.com/rhitmo/, Facebook: https://www.facebook.com/Rhitmo.,Correo: comercial@rhitmo.com	Ofrece diseños innovadores y unicos gracias a que cuentan con un excelente grupo de profesionales en eventos y proveedores de confianza para asegurar que cada	Clientes de todo tipo ya sean empresas de pequeña, mediana y grande magnitud, hasta personas independientes que necesiten nuestro servicio.	Esta empresa se diferencia debido a que crean eventos con una tematica de enfoque urbano dandole un toque unico y creativo.
FUEGO ENTRETENIMIENTO	Bogotá	SI		Montaje del evento(juvenil, social, cultural o corporativo), limosinas, catering, foto y video, show en vivo.	Bono del 10% en la primera compra. Descuentos para prom o pre prom, fiesta de universidad, cocteles, fashion show y activacion de marca del 20%. Los demas servicios se fijaran precios de acuerdo a lo requerido en el evento y al paquete que se escoja. Los eventos empresariales tienen un precio variable entre 12´500.000 a 25'000.000 según el paquete escogido.	Teléfonia fija, presencia en el directorio de empresas en el diario El Portafolio.	Página web con anuncio en la búsqueda de Google, Instagram, Whatsapp,Youtube, Facebook, video asesorias y correo electrónico.	Ecommerce como estrategia para fidelizar y tener un encuentro cercano y cómodo para el futuro cliente potencial.	https://fuegoentretenimiento.com/	https://www.facebook.com/fuegoentretenimiento/ https://www.instagram.com/fuegoentretenimiento/ https://www.linkedin.com/company/fuego-entretenimiento/ https://www.youtube.com/channel/UCzFgDHzQe-6ULHPRE_Muu6Q?	Darle la posibilidad al cliente de escoger su paquete para acondicionarlo a su presupuesto.	Personas naturales y organizaciones en busqueda de realizar algun evento social.	Video asesorias online y alianzas estrategicas con empresas reconocidas.
COCOA EVENTOS	Bogotá	SI		Eventos de fiesta y bodas, buffet, miniteca y karaoke, fotografia y video, alquileres.	Precios por numero de personas invitadas desde 40 por 2´500.000 hasta 200 personas por 8'000.000.	Telefonía fija	Página web, Instagram, Facebook y correo electrónico.	A través de su amplio portafolio personalizado pretenden satisfacer acertada y satisfactoriamente al futuro cliente	http://cocoaeventos.com/	https://www.facebook.com/Cocoa-Eventos-560203327451877/ https://www.instagram.com/cocoaeventos/.	Responder acertada y satisfactoriamente a las necesidades del próximo cliente potencial que requiera los	Personas de clase social media que busquen celebrar algun evento especial.	Voz a voz gracias a la publicidad en diferentes portales web.
EVENTBOG	Bogotá	SI		Eventos corportativos, bodas, catering, marketing digital, BTL y logistica, campañas creativas, publicidad exterior y diseño de página web.	Eventos empresariales entre $15'000.000 a 25'000.000 dependiendo de factores como ubicacion y servicios requeridos.	Telefonia fija y repartición de flyers en medio de los eventos.	Presencia en directorio web en abcpublicitario.com y en ineventos.com, Facebook, Twitter, Instagram, y correo	Fideliza al cliente por medio de su excelente servicio y amplio portafolio, además de ofertar servicios B2B.	http://www.eventbog.com/	https://www.instagram.com/eventbog/ https://www.facebook.com/Eventbog/ https://twitter.com/event_bog	Ofrecer planificación estratégica de eventos corporativos y de festejo, abarca también empresas que solicitan ejecucion de planes BTL o	Personas de clase social alta que busquen celebraciones de alto nivel con los mejores productos y organizaciones que busquen mayor participación del mercado implementando	Facil recordacion de marca por su presencia en grandes eventos.

Fuente: Elaboración de los autores

Para la empresa Imágenes Segura S.A que se encarga de la realización y desarrollo de eventos de diferentes tipos y que a su vez cumple con la presencia en el país en las ciudades de Bogotá, Cartagena y Medellín podemos identificar que esta posee mucha competencia en el

mercado ya que hay más empresas realizando y prestando el mismo servicio pero con ciertas características que diferencian y distinguen a cada una de estas.

Como podemos observar en nuestra matriz de análisis de competencia en la ciudad de Bogotá la competencia más relevante son las empresas Fuego Entretenimiento, Cocoa Eventos y EventBog, todas estas ofrecen un servicio de planificación, diseños personalizados, alquiler de todos los instrumentos o productos necesarios en los diferentes tipos de eventos, personal capacitado, shows, entre otros pero cada una tiene su toque identificador de las demás y esto seria el valor agregado o ventaja competitiva que poseen ante las demás como podemos observar van dirigidas a grupos de clientes diferentes, manejan perfiles diferentes, y tienen objetivos con fines variados. Además las compañías Fuego y EventBog manejan precios altamente elevados, acordes a la calidad del servicio que prestan y al reconocimiento de marca que tienen hasta el momento, por lo cual los consideramos como unos competidores fuertes para monitorear sus estrategias e implementar planes totalmente innovadores y diferentes sin necesidad de la imitación.

Por otra parte, nuestra competencia en la ciudad de Cartagena serian las empresas OTE Operación Técnica de Eventos, Gladys Novias y Eventos y Rithmo Producciones, ofreciendo los mismos servicios mencionados anteriormente y al mismo tiempo diferenciándose en sus ventajas en las estrategias de cada una de ellas, sus objetivos, y sus enfoques como por ejemplo en estas empresas cada una tiene su perspectiva clara, la empresa Rithmo le da a sus eventos el toque de modelo urbano que los caracteriza ante los demás, la compañía Gladys Novias y Eventos como el nombre lo dice posee más experiencia en los eventos de bodas y por su parte la empresa OTE posee más experiencia en eventos tipo social, político, entre otros y en la ciudad de Medellín nuestra competencia serían las empresas Sago Eventos, Banquetes Casa Mónaco y Wink

Arquitectura De Eventos, ofreciéndoles a las personas en tener una experiencia única en los diferentes eventos que realicen.

La empresa Imágenes Segura S.A se diferencia con respecto a toda su competencia debido a que la empresa no solo se enfoca en la realización de eventos presenciales sino también brinda el servicio de logística profesional de eventos virtuales, situación que resulta provechosa para la emergencia sanitaria que se está viviendo actualmente, incluso se podría afirmar que la compañía se anticipa, se adapta y previene el futuro, ofreciéndoles a sus clientes una experiencia diferente y sin complicaciones sin salir de sus hogares.

Empresa Imágenes Segura S.A cuenta con una plataforma tecnológica para la facilidad de comunicación con sus clientes haciendo este un punto a favor ya que la mayoría de las empresas de eventos poseen sus locales en el cual dan toda su información a los clientes.

Todo lo anteriormente mencionado, permite cumplir el objetivo de la empresa que es garantizar un servicio inigualable e innovador con la finalidad de satisfacer a todos los clientes presentes y que al mismo tiempo estos tengan un lazo de confiabilidad y preferencia con la empresa. Es decir, lmagen Segura S.A cuenta con todas las herramientas para brindar un servicio de igual o mayor calidad que el de su competencia a pesar de las barreras organizacionales con las que aún cuenta.

2.1.3 Análisis DOFA

Ilustración 2. *Matriz DOFA*

Fuente: Elaboración de los autores

- **Debilidades - Limitaciones internas**

Estas son las que la empresa tiene y por esta razón son parte del análisis interno, todo esto pasa debido a realizar actividades con poca eficiencia, por otra parte, tener pocos recursos y al mismo tiempo no tener un personal especializado en el uso de las nuevas tecnologías y esto hace que la empresa no crezca y tenga dificultades para estar en otras ciudades, haciendo que esta tenga baja participación en el mercado y debido a esto las personas no puedan reconocer la marca. Del mismo modo, las debilidades se pueden presentar porque la empresa no ha sabido tomar las medidas necesarias para abarcar las debilidades que esta ha presentado posiblemente desde un principio.

- **Oportunidades - Ventajas externas**

Un factor positivo que podemos tomar de la emergencia mundial por el Covid-19, es que al momento en el que la vida cotidiana vuelva a la normalidad serán muchos los eventos masivos que ya se han aplazado y por ende se realizarán, así como también eventos que al no desarrollarse en ediciones 2020, pueden ser al siguiente año de mayor magnitud y con grandes avances tecnológicos e ideas innovadoras, en donde la empresa Imagen Segura S.A. estará preparada para aprovechar todos los espacios y momentos que los clientes y los consumidores estarán dispuestos a disfrutar.

- **Fortalezas - Ventajas internas**

Esta se basa sobre los puntos positivos que tiene la empresa y al mismo tiempo de indagar diariamente como va esta es hacerla potencialmente más fuerte. De esta manera podemos decir que esta posee con personal altamente calificado en cada área requerida, esto gracias a que constantemente la empresa realiza capacitaciones para sus empleados para que estos logren cada vez más la satisfacción de los clientes, creando e innovando diseños de eventos únicos y originales. De esta manera las fortalezas le dan potencia a su nivel interno y al mismo tiempo al externo, con diferentes estrategias que en un futuro le darán oportunidades a la empresa.

Asimismo, dada la coyuntura internacional, la empresa se ha venido reinventando con servicios digitales tales como, logística profesional de eventos virtuales, experiencias digitales dependiendo los servicios de las empresas, servicio de catering para familias a domicilio entre otros servicios.

- **Amenazas - Limitaciones externas**

Debido a la pandemia mundial y a las medidas de restricción que ha impuesto el gobierno nacional, todos los sectores de la economía se han visto afectados, pero la industria de los eventos masivos es una de las más afligidas ya que “no vamos a volver a los estadios, ni eventos, ni aglomeraciones, por lo menos en 18 meses. mantendremos las restricciones en bares, discotecas y otros espacios”, menciona el presidente Iván Duque en una de sus intervenciones, lo que resulta ser una limitación externa que afecta notoriamente a la empresa.

2.1.4 Análisis del público objetivo

El grupo objetivo de la empresa Imagen Segura S.A va dirigido a las personas de estrato medio y alto que serían en este caso los estratos 4, 5 y 6 que ocupan un porcentaje del 5.4% que corresponde al estrato número 4 (medio) y en este entran los barrios Teusaquillo con (67.9%), Suba con (9.0%) y Usaquén con (13.7%) , para el estrato número 5 (medio-alto) ocupa un 2.3% que corresponden a los barrios como Suba con (10.7%) y Usaquén con (12.6%) y para el ultimo que seria el estrato número 6 (alto) que corresponde al 2% de la población donde entran los barrios como Usaquén (16.8%), Chapinero (28.5%) y Suba (5.7%), estos porcentajes son proporcionados por el DANE de la ciudad de Bogotá.

Según los datos anteriores podemos afirmar que las personas que adquieren nuestros servicios deberían de estar entre estos estratos y ganar un sueldo alto o tener más de 2 o 3 sueldos que le entren a las personas ya que estas son los que tienen los recursos para contratar a un tercero para la realización de diferentes eventos que ellos gusten y necesiten, ya sea eventos de tipo político, sociales, empresariales, entre otros y en un futuro tiende abarcar la logística de eventos y gestión de hoteles.

El público objetivo va centrado en personas o empresas que buscan realizar eventos sociales de gran magnitud, servicios especializados en la operación de eventos, ayudas audiovisuales entre otros servicios, siempre buscando los mejores estándares de calidad y con la necesidad de dejar todo en manos de un tercero, Imagen Segura S.A busca siempre la satisfacción del cliente y crea un vínculo con este para llegar a trabajar en varias ocasiones, lo que crea la seguridad para que el cliente llegue siempre a las manos de Imagen Segura.

Dentro de nuestro público objetivo, se evidencia el modelo de negocio B2B y B2C, en el cual se encuentran desde personas naturales hasta grupos organizacionales como los siguientes:

- Hoteles
- Universidades y colegios
- Grandes y medianas empresas
- Organizaciones gubernamentales

Una gran ventaja que maneja Imagen Segura S.A es la gran capacidad de retorno en cuanto a los clientes, se podría decir que el 100% de los clientes que operan con la empresa, son clientes estrictamente definidos que en cuanto trabajan una vez con la empresa, depositan toda la confianza, credibilidad y tranquilidad para realizar todos los nuevos eventos que sea necesario.

2.2 Definición de la audiencia

Ilustración 3. *Audiencia esperada*

Fuente: Elaboración de los autores

2.3 Objetivos de marketing

Utilizando la metodología SMART (Específico, Medible, Alcanzable, Relevante y Tiempo) se propondrán los siguientes objetivos para este plan de marketing digital de la compañía Imagen Segura S.A:

i. Aumentar la interacción con los clientes en redes sociales (Instagram, Facebook) en un 100% durante el segundo semestre del 2020.

ii. Ampliar la participación en redes en un 20%, como LinkedIn, y Youtube publicando un anuncio o video por semana durante el segundo semestre del 2020 y primer semestre del 2021.

iii. Mejorar el retorno de la inversión en un 5% de acuerdo con el costo por click o conversiones desde la implementación del plan de marketing digital.

iv. Incrementar el número de transacciones en un 10% con los resultados de las estrategias implementadas durante el plan de marketing digital.

v. Crear movimiento en Instagram y Facebook aumentando a por lo menos 200 likes por publicación con la utilización de hashtags y anuncios para lograr reconocimiento en los eventos realizados en los próximos meses.

vi. Mejorar en un 50% la calidad del tráfico a través de leads durante todo el desarrollo de la campaña (septiembre 2020 - agosto 2021).

2.4 Estrategias y acciones de marketing digital

2.4.1 Definición de estrategias

- Tener alcance masivo de las redes sociales en las que aún no se cuenta con un perfil corporativo de Imagen Segura S.A como Youtube, y LinkedIn.
- Segmentación de público receptor o audiencia dependiendo de la red social utilizada para llegar a los seguidores que lleguen a ser posibles clientes potenciales incluso en otras ciudades.
- Publicación de contenido de alto valor e impacto constantemente para crear relaciones a largo plazo con los usuarios.
- Estudio frecuente de comportamientos de los seguidores con el fin de anticiparse a sus necesidades e incluso generar la necesidad.
- Examinar la audiencia de la competencia.
- No se espera solo el aumento de cifras en los followers sino que estos mismos sean “de calidad” para garantizar que el contenido está llegando eficientemente.
- Análisis, parametrización y medición de seguidores.

2.4.2 Definición de acciones

- **Estrategia de Social Media:**
    - Ejecutar la creación de cuentas empresariales en LinkedIn y Youtube.

- Realizar mínimo dos publicaciones diarias como post, transmisión en vivo o historia en Facebook, Instagram y LinkedIn sobretodo los fines de semana para garantizar interacción, no solo del servicio ofrecido, también de actualidad y otros temas de interés para los clientes. Además, se ejecutarán diferentes promociones, generar discusiones de interés, encuestas rápidas, alianzas estratégicas o concursos que también estimulan al usuario a la inversión en el servicio ofrecido.

  Las opciones de Facebook e Instagram for business serán herramienta clave para identificar insights y anunciar para generar el click to action, que permite acercarse más al cliente luego de haber realizado una publicación.

- Cada 24 horas hacer conteo y monitoreo constante del número mínimo y máximo de comparticiones, likes, comentarios e incluso la opción de "save".
- Para la optimización de contenido de alto impacto y generación de leads se analizará detalladamente los gustos de la audiencia a través de Google Search 360 para tener una visión mas completa del usuario, analizar influencia online y offline y así mismo generar la interacción que se busca.

- **Estrategia SEO:**
  - Mediante el uso Google analytics se tendrá en cuenta palabras clave o keywords dependiendo de la zona en la que se quiera abarcar el mercado y estas se utilizarán en las publicaciones para salir en los resultados de búsqueda y posicionarse teniendo a la marca en el top of mind del cliente, tal como se busca.

- **Estrategia SEM:**
    - Anunciar en el buscador de Google por un periodo determinado con el fin de posicionar adecuadamente la página web y de este modo aumentar el tráfico de visitas.

- **Estrategia Google Adwords:**
    - Creación de anuncios con duración de 6 segundos que resulten llamativos en YouTube en formato bumperAds con el fin de mejorar el reconocimiento de marca y generar top of mind en el consumidor.
    - Implementación de landing page para la recolección de datos y al registrarse los direccionará a la posibilidad de una cotización inmediata con visualización 360° del evento que se requiera.

- **Estrategia de Email marketing:**
    - A partir de la landing page se hará la creación de una ventana para el registro de datos como su nombre, apellido, fecha de nacimiento y correo electrónico; luego de que el usuario lo permita el correo electrónico será fundamental para el envío automático y personalizado de promociones y demás noticias actuales de la compañía, se enviará con una frecuencia de una vez por semana. De esta manera se busca fidelización sin necesidad ser invasivos para el cliente.

2.5 Ejecución de estrategias de Marketing Digital

El diagrama de Gantt, lo vamos a realizar entre las fechas de septiembre del 2020 hasta agosto del 2021, teniendo en cuenta todas las medidas tomadas por el gobierno, debido a la circunstancia por la que está pasando el país con el tema de la pandemia (Covid-19) que estipula que todo lo que esté relacionado con el tema social, en donde abarca todo lo que tenga que ver con eventos sociales, empresariales y reuniones están programadas para reiniciar el año entrante.

Ilustración 4. *Diagrama de Gantt*

DIAGRAMA DE GANTT														
TAREAS	FECHA INICIAL	FECHA FINAL	sept-20	oct-20	nov-20	dic-20	ene-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	jul-21	ago-21	sept-21
Implementacion de estrategias por medio LinkedIn Premium (anuncios de promociones y novedades, publicaciones y actualizaciones)	sept-20	jun-21													
Implementacion de anuncios por medio de Instagram Bussines por medio de historias y publicaciones.	oct-20	may-21													
Monitoreo de redes sociales a traves de la plataforma Crowdfire.	sept-20	ago-21													
Implementacion de langind page e E-mail marketing	nov-20	jul-21													
Genereación de leads a traves de la Landing page	dic-20	jul-21													
Creación de anuncios por medio de Google Ads	dic-20	ago-21													
Produccion de video para anuncio en YouTube	ene-21	mar-21													
Anuncio por Youtube	abr-21	ago-21													
Administrador de anuncios por Facebook	oct-20	may-21													
Administacion de Plan de marketing digital pero medio de estudiantes de la Universidad del Rosario	sept-20	ago-21													

Fuente: Elaboración de los autores

Por ende, todas nuestras estrategias digitales están direccionadas a iniciar en esta fecha, pero las estrategias que tengan que ver con las redes sociales las vamos a implementar desde septiembre de este año ya que todas estas serian por medio virtual y queremos tomar como ventaja el confinamiento y que el uso de redes sociales se ha incrementado dada la situación. También

debemos tener en cuenta que en este momento la empresa Imagen Segura S.A está pasando por un receso económico en donde todas nuestras acciones están pausadas por lo tanto nuestras estrategias igualmente se reanudarán a finales de este año.

2.6 Medición de resultados

- Fase de Retención (Tráfico orgánico)

- *INDICADOR: NÚMERO DE SEGUIDORES*

Al implementar las estrategias de redes sociales, uno de los indicadores será la cifra de seguidores por red, Instagram, Facebook, en YouTube el indicador será número de suscriptores y en LinkedIn el número de personas conectadas en nuestro perfil. Todo lo anterior se tendrá monitoreado a través de las herramientas Crowdfire y Facebook e Instagram for business.

- *INDICADOR: NÚMERO DE CLIENTES POR MEDIO DE ANUNCIOS POR WEB*

En cuanto a los anuncios que pondremos en nuestro Plan de Marketing Digital nuestro indicador serán la cantidad de clientes provenientes por medio de las estrategias implementadas en nuestro plan de marketing.

- *INDICADOR: CIFRA DE VISITANTES A LA PÁGINA WEB*

A través de la landing page se tendrá en cuenta las visitas al sitio, la permanencia en él y de estos determinar cantidad de usuarios que acceden a la suscripción dejando datos personales.

- *INDICADOR: CANTIDAD DE REACCIONES AL E-MAIL*

Luego del envío de novedades, cotizaciones y demás opciones para el usuario, se rastreará su comportamiento, es decir, si este abre el correo que se envió y si decide responder mediante el mismo canal o prefiere enterarse de más información por otro medio que también puede llegar a ser el call to action.

- *INDICADOR: TASAS DE DISMINUCIÓN DE SEGUIDORES, COMPRAS REPETIDAS POR EL MISMO CLIENTE Y BAJA EN INGRESOS.*

En la post venta será importante realizar un monitoreo a través de la comparación de estas tasas en períodos determinados y los siguientes pasos que el cliente realiza para aproximarse a su necesidad y así mismo satisfacerla.

- Fase de Consideración y Decisión (Tráfico orgánico)

- *INDICADOR: NÚMERO DE LIKES Y COMENTARIOS POR PUBLICACIÓN*

En cuanto a las estrategias del Plan de marketing como medición de resultados un indicador son la cantidad de likes por publicación en Instagram, y Facebook, cantidad de likes y comentarios en videos por YouTube, y reacciones a las publicaciones en LinkedIn. Esta tarea la facilitará Facebook e Instagram for business.

- *INDICADOR: PORCENTAJE DE CRECIMIENTO EN FACEBOOK E INSTAGRAM BUSINESS*

La estrategia de entregar flyers con la información de nuestra empresa y sus redes sociales en los eventos sociales realizados, aportará mayor número de visitas a nuestras redes sociales y por ende habrá mayor interacción con los usuarios en donde aprovecharemos dicho momento para crear recordación de marca en las personas.

Además, Facebook e Instagram cuentan con sus propias métricas para lograr ejecutar un monitoreo constante contando las visitas, número de personas que observaron en la publicación, las impresiones, engagement y llamados a la acción.

<u>Tráfico pagado</u>

- *INDICADOR: CAPTACIÓN DE LEADS*

Mediante la implementación de landing page será posible hacer el conteo de los datos y descarga de contenidos como cotizaciones o visualización de la expectativa del servicio por

adquirir. Así mismo para Youtube se implementará la herramienta del Display & Video 360° para la conversión automática de leads.

- *INDICADOR: CANTIDAD Y COMPORTAMIENTO DE MODELOS DE ATRIBUCIÓN*

A partir de esta métrica de Google Ads será posible medir el retorno de la inversión en publicidad basada en "last click" junto con una palabra clave que llevará a la compra o "data-driven" ya que este representa un algoritmo con información en tiempo real y será posible saber el rendimiento que este conlleva. Igualmente, la herramienta Google Search 360 permite una visualización más completa del usuario para analizar sus datos registrados.

- *INDICADOR: CONVERSIONES DE FLOODLIGHT*

Todas las acciones de valor serán registradas durante la interacción con el anuncio o conversiones serán medidas por floodlights mediante cookies que permiten el conteo de visitas repetidas por un mismo usuario.

- *INDICADOR: NÚMERO DE VISTAS EN ANUNCIO POR YOUTUBE*

En la implementación de anuncios en YouTube un indicador será el número de veces que las personas vean el anuncio ya que estas pueden llegar a ser clientes potenciales.

2.7 Presupuesto

Nuestro presupuesto será por un valor total de $ 36.100.000 a lo largo de nuestro Plan de Marketing Digital en donde invertiremos aproximadamente $3’281.818 pesos mensuales lo cual es un costo estipulado en base a los análisis financieros de la empresa esperando un ROI de manera moderada dada la recesión económica actual, pero implementando la estrategia de recordación de marca en los consumidores.

Ilustración 5. *Presupuesto general*

HERRAMIENTAS	Presupuesto Total (11 meses)	Gasto	Restante	sept-20	oct-20
LinkedIn	$ 2.500.000,00	$ 2.464.420,00	$ 35.580,00	$ 246.442,00	$ 246.442,00
Instagram	$ 1.500.000,00	$ 1.372.000,00	$ 128.000,00	$ -	$ 196.000,00
Crowdfire	$ 2.000.000,00	$ 1.763.676,00	$ 236.324,00	$ 146.973,00	$ 146.973,00
Generación de leads	$ 1.500.000,00	$ 1.200.000,00	$ 300.000,00	$ -	$ -
Google Ads	$ 6.000.000,00	$ 5.904.000,00	$ 96.000,00	$ -	$ -
Video Bumper Ad	$ 5.100.000,00	$ 5.069.400,00	$ 30.600,00	$ -	$ -
Facebook	$ 5.000.000,00	$ 4.500.000,00	$ 500.000,00	$ -	$ 450.000,00
Optimizacion de página web e Email marketing (landing page)	$ 2.000.000,00	$ 1.700.000,00	$ 300.000,00	$ -	$ -
Youtube	$ 3.000.000,00	$ 3.000.000,00	$ -	$ -	$ -
Personal	$ 7.500.000,00	$ 7.200.000,00	$ 300.000,00	$ 600.000,00	$ 600.000,00
Total	$ 36.100.000,00	$ 34.173.496,00	$ 1.926.504,00	$ 993.415,00	$ 1.639.415,00

HERRAMIENTAS	nov-20	dic-20	ene-21	feb-21	mar-21
LinkedIn	$ 246.442,00	$ 246.442,00	$ 246.442,00	$ 246.442,00	$ 246.442,00
Instagram	$ 196.000,00	$ 196.000,00	$ 196.000,00	$ 196.000,00	$ 196.000,00
Crowdfire	$ 146.973,00	$ 146.973,00	$ 146.973,00	$ 146.973,00	$ 146.973,00
Generación de leads	$ -	$ 300.000,00	$ 300.000,00	$ -	$ 300.000,00
Google Ads	$ -	$ 656.000,00	$ 656.000,00	$ 656.000,00	$ 656.000,00
Video Bumper Ad	$ -	$ -	$ 1.689.800,00	$ 1.689.800,00	$ 1.689.800,00
Facebook	$ 450.000,00	$ 450.000,00	$ 450.000,00	$ 450.000,00	$ 450.000,00
Optimizacion de página web e Email marketing (landing page)	$ 425.000,00		$ 425.000,00	$ -	$ 425.000,00
Youtube	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Personal	$ 600.000,00	$ 600.000,00	$ 600.000,00	$ 600.000,00	$ 600.000,00
Total	$ 2.064.415,00	$ 2.595.415,00	$ 4.514.215,00	$ 3.985.215,00	$ 4.710.215,00

HERRAMIENTAS	abr-21	may-21	jun-21	jul-21	ago-21
LinkedIn	$ 246.442,00	$ 246.442,00	$ 246.442,00	$ -	$ -
Instagram	$ 196.000,00	$ 196.000,00	$ -	$ -	$ -
Crowdfire	$ 146.973,00	$ 146.973,00	$ 146.973,00	$ 146.973,00	$ 146.973,00
Generación de leads	$ -	$ 100.000,00	$ 100.000,00	$ 100.000,00	
Google Ads	$ 656.000,00	$ 656.000,00	$ 656.000,00	$ 656.000,00	$ 656.000,00
Video Bumper Ad	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Facebook	$ 450.000,00	$ 450.000,00	$ 450.000,00	$ 450.000,00	$ 450.000,00
Optimizacion de página web e Email marketing (landing page)	$ -	$ 425.000,00	$ -	$ -	$ -
Youtube	$ 600.000,00	$ 600.000,00	$ 600.000,00	$ 600.000,00	$ 600.000,00
Personal	$ 600.000,00	$ 600.000,00	$ 600.000,00	$ 600.000,00	$ 600.000,00
Total	$ 2.895.415,00	$ 2.970.415,00	$ 2.799.415,00	$ 2.552.973,00	$ 2.452.973,00

Fuente: Elaboración de los autores

Nuestro plazo de ejecución será de un año, iniciando en septiembre del 2020 y finalizando en agosto del 2021, en donde vamos a utilizar diferentes herramientas de marketing a lo largo de las opciones que nos ofrecen los medios digitales, entre estos están, anuncios por Redes Sociales (Instagram, Facebook, Linkedin, YouTube), optimización de la página web, anuncios por página de búsqueda de Google entre otras. Una persona será la encargada de estar al tanto de gestionar todas las estrategias estipuladas utilizando las diferentes herramientas que nos dan las plataformas digitales.

A continuación, se explicará al detalle el presupuesto de cada una de las estrategias que implementaremos a lo largo de nuestro Plan de Marketing Digital.

- **LINKEDIN**

Implementar una cuenta premiun profesional en la red social Linkedin con el objetivo de darnos a conocer más ya sean con otras empresas, instituciones, grupos o entidades sociales que estén interesados en adquirir nuestros servicios, el plan de la cuenta premium tiene un valor de 58 EUR mensual que sería de $246.442 mil pesos mensual, los beneficios de tener esta cuenta es que podemos tener información sobre las ventas, tener diferentes recomendaciones sobre posibles clientes, al mismo tiempo adquirir un alcance mayor de búsqueda y un número grande de mensajes de InMail cada mes.

- **INSTAGRAM**

Por medio de la red social Instagram vamos a promocionar los servicios que ofrece la empresa Imagen Segura S.A a través de publicaciones pagas por un valor de 50 USD mensual que corresponde a $196.000 mil pesos mensual ya que pretendemos un alcance a miles de personas con interese similares que ofrece la empresa Imagen Segura S.A, por medio de estos post nuestra intención es que las personas tengan conocimiento de todos los servicios que esta ofrece a través de videos, infografías, fotos y historias.

- **CROWDFIRE**

A través de esta plataforma se logrará obtener la relación que se busca con el cliente, si este deja de seguir la cuenta o si es un usuario activo. Su opción Premium especial para empresas

medianas, será la escogida para el rastreo de las redes con un precio de USD$49.9 mensuales, los cuales haciendo la conversión a pesos y calculado anualmente tendrá un total de $1’763.676 pesos.

- **GENERACIÓN DE LEADS**

Esta reacción por parte de los visitantes de lo sitios web no tiene un precio establecido, por lo tanto, tomando en consideración los beneficios netos de un cliente promedio estimamos el pago por esta captación sea menor o igual a $300.000 mensuales, asumiendo una inversión total para esta estrategia de 1´500.000 anualmente.

- **GOOGLE ADS**

Por medio de Google Ads haremos una campaña de anuncio en el buscador de Google, en donde nuestro principal objetivo es que las personas que busquen temas relacionados al nuestro lleguen directamente a nuestra página web y así poder captar clientes potenciales.

Invertiremos alrededor de $21.600 pesos colombianos diarios, para un total de $656.000 pesos mensuales como máximo, en donde dicho valor puede tener un alcance de 9.990 y 16.680 usuarios y se puede conseguir entre 360 y 610 clics por mes, dichos datos son cifras reales provenientes de Google Ads.

En cuanto a los anuncios realizados en Google Ads y YouTube, estos van dirigidos a la metodología de pago por click y pago por vista respectivamente, pero en dicha implementación

podemos optar por modificar nuestro presupuesto mensual inicial en donde al analizar los resultados de estas estrategias podemos ir modificando siempre y cuando veamos resultados positivos.

Este costo va incluido la utilización de Google Search 360 o Programmatic para lograr hacer el enfoque en el performance y en la captación de leads.

- **VIDEO BUMPER AD**

Para la ejecución de este anuncio de 6 segundos, se tiene pensado captar al cliente de manera instantánea, aunque sea de bajo presupuesto, donde el protagonista esté interactuando con un evento real que se realice, los costos de audio y sonido no se verán reflejados ya que la compañía cuenta con estos instrumentos y la cotización que se realizó fue entregada por la empresa audiovisual Avert.

Ilustración 6. *Presupuesto elaboración de video*

1.	**RUBRO PERSONAL**				
1.1.	**DIRECCION DE CONTENIDO**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
1.1.1	Director General		1,0	$ 500.000	$ 500.000
1.1.2	Asistente de Dirección		1,0	$ 150.000	$ 150.000
1.1.4	Asistencia de Libretos			$ 0	$ 0
	SUBTOTAL DIRECCION Y CONTENIDO				$ 650.000
1.2.	**PRODUCCION**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
1.2.2	Productor General		1,0	$ 550.000	$ 550.000
1.2.4	Asistentes de producción		1,0	$ 250.000	$ 250.000
	SUBTOTAL PRODUCCION				$ 800.000
1.3	**TALENTO**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
1.3.1	Protagonistas	Personajes	1,0	$ 200.000	$ 200.000
1.3.5	Extras		-	$ 35.000	$ 0

	SUBTOTAL TALENTO				$ 200.000
1.4	**FOTOGRAFIA, SONIDO Y TECNICA**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
1.4.1	Director de fotografía		1,0	$ 350.000	$ 0
1.4.11	Sonidista		1,0	$ 350.000	$ 350.000
	SUBTOTAL FOTOGRAFIA, SONIDO Y TECNICA				$ 350.000
1.5	**DIRECCION DE ARTE**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
1.5.1	Director de Arte		1,0	$ 300.000	$ 300.000
1.5.5	Vestuarista		1,0	$ 150.000	$ 150.000
1.5.6	Maquillador		1,0	$ 150.000	$ 150.000
	SUBTOTAL DIRECCION DE ARTE				$ 600.000
1.6	**POSTPRODUCCION**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
1.6.2	Editor		1,0	$ 250.000	$ 250.000
1.6.7	Postproductor sonido		1,0	$ 150.000	$ 150.000
	SUBTOTAL POSTPRODUCCION				$ 400.000
	TOTAL RUBRO PERSONAL				**$ 3.000.000**
2.	**RUBRO LOGISTICA**				
2.1	**TRANSPORTE**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
2.1.5	Transporte en Van		1,0	$ 150.000	$ 150.000
2.1.7	Transporte Urbano		1,0	$ 90.000	$ 90.000
	SUBTOTAL TRANSPORTE				$ 240.000
2.3	**ALIMENTACION**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
2.3.2	Refrigerios		1,0	$ 400.000	$ 400.000
	SUBTOTAL ALIMENTACIÓN				$ 400.000
	TOTAL RUBRO LOGISTICA				**$ 640.000**
3.	**RUBRO DIRECCION DE ARTE**				
3.1	**DIRECCION DE ARTE**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
3.1.2	Ambientación		1,0	$ 150.000	$ 150.000
3.1.3	Utilería		1,0	$ 100.000	$ 100.000
3.1.4	Maquillaje		1,0	$ 70.000	$ 70.000
3.1.5	Vestuario		1,0	$ 150.000	$ 150.000
	SUBTOTAL DIRECCION DE ARTE				$ 470.000
3.2	**LOCACIONES**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
3.2.1	Alquiler de locaciones		1,0	$ 250.000	$ 0
	SUBTOTAL LOCACIONES				$ 0
	TOTAL RUBRO DIRECCION DE ARTE				**$ 470.000**

4.	RUBRO EQUIPO TÉCNICO				
4.1	**EQUIPOS DE VIDEO**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
4.1.1	Cámara		1,0	$ 300.000	$ 0
4.1.2	Trípode		1,0	$ 50.000	$ 0
4.1.3	Maleta de luces Arri		2,0	$ 190.000	$ 0
	SUBTOTALEQUIPOS DE VIDEO				$ 0
4.2	**EQUIPOS DE AUDIO**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
4.2.1	ZOOM H16		-	$ 150.000	$ 0
4.2.2	Solapas Rode		-	$ 150.000	$ 0
4.2.3	Caña y boom		1,0	$ 150.000	$ 0
	SUBTOTALEQUIPOS DE AUDIO				$ 0
4.3	**TRANSMISIÓN SATELITAL**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
4.3.1					$ 0
4.3.2					$ 0
4.3.3			-		$ 0
	SUBTOTALTRASNMISIÓN SATELITAL				$ 0
	TOTAL RUBRO EQUIPO TÉCNICO				**$ 0**

5	RUBRO COMPRA DE MATERIALES				
5.1	**COMPRAS**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
5.1.1					$ 0
5.1.2					$ 0
5.1.3					$ 0
5.1.4					$ 0
5.1.5					$ 0
5.1.6					$ 0
5.1.7					$ 0
5.1.8	Otros				$ 0
	SUBTOTAL COMPRAS				$ 0
5.2	**COMUNICACIONES**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
5.2.1					$ 0
5.2.2					$ 0
5.2.3					$ 0
	SUBTOTAL LOCACIONES				$ 0
	TOTAL RUBRO COMPRAS DE MATERIAL				**$ 0**

6	RUBRO: POSTPRODUCCIÓN				
6.1	**EDICIÓN/MONTAJE**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
3.1.2	Graficación			$ 200.000	$ 200.000
3.1.8	Otros				$ 0
	SUBTOTAL EDICIÓN/MONTAJE				$ 200.000
6.2	**SONORIZACION / AUDIO**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
6.2.4	Biblioteca de audio		1,0	$ 150.000	$ 150.000
6.2.5	Otros				$ 0
	SUBTOTAL SONORIZACION / AUDIO				$ 150.000
	TOTAL RUBRO POST PRODUCCION				**$ 150.000**

7.	RUBRO: GASTOS DE OFICINA				
7.1	**GASTOS DE OFICINA**	**MEDIDA**	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**TOTAL**
7.1.1	Infraestructura: Arrendamiento				$ 0
7.1.2	Alquiler Equipos de Computo				$ 0
7.1.3	Internet				$ 0
7.1.4	Papelería				$ 0
7.1.5	Otros				$ 0
	SUBTOTAL GASTOS DE OFICINA				$ 0
	TOTAL GASTOS DE OFICINA				**$ 0**

Fuente: Elaboración de los autores

Ilustración 7. *Resumen del presupuesto*

RESUMEN DEL PRESUPUESTO	
1. TOTAL PERSONAL	$ 3.000.000
2. TOTAL LOGISTICA	$ 640.000
3. TOTAL DIRECCION DE ARTE	$ 470.000
4. TOTAL TECNICA	$ 0
5. TOTAL COMPRA DE MATERIALES	$ 0
6. TOTAL POSTPRODUCCION	$ 150.000
7. TOTAL GASTOS DE OFICINA	$ 0
SUBTOTAL	**$ 4.260.000**
SUBTOTAL PARA GESTIÓN DE PRODUCCIÓN	
TOTAL NETO	**$ 4.260.000**

IVA 19% :	$ 809.400
GRAN TOTAL	**$ 5.069.400**

Fuente: Elaboración de los autores

- **FACEBOOK**

Por medio del administrador de anuncios de Facebook realizaremos un anuncio similar a los de Google Ads en cuanto a la cantidad de inversión, dicha inversión es un valor por dia en donde decidimos apostar con $15.000 diarios que aproximan a $450.000 pesos mensuales. Nuestro principal objetivo con Facebook es que conozcan nuestro perfil para posteriormente seguir con la página web, y que los usuarios interactúen con nosotros para así llegar a conseguir clientes potenciales.

- **LANDING PAGE**

La creación de una ventana para el registro de datos, actualización de la página web y gestión del email marketing tendrá un costo total de $1700.000 por parte de la empresa ID LAB Moustache, la cual se encargará de enviarnos la información de clientes filtrada y organizada.

- **YOUTUBE**

En cuanto a los anuncios realizados en YouTube realizaremos un anuncio de manera en que se reproduzca nuestro vídeo empresarial de manera automática antes de otros videos de

YouTube, dirigido a nuestro público objetivo ubicado en las ciudades de Bogotá, Medellín y Cartagena, con edades de 18 años en adelante, y nuestra audiencia serán personas interesadas en planificación de eventos corporativos, organización y artículos para fiestas, servicios de fotografía y vídeo, planificación de bodas, entradas para conciertos y festivales de música, entre otros.

El costo medio por visualización (CPV) de video oscila entre 7,45 a 30,19 pesos colombianos, que será el importe que pagaremos por cada video completo que llegue a ver un usuario. Invertiremos en esta campaña un valor diario de $20.000 que al mes llegaría a ser un costo de máximo $600.000 ya que en esta campaña de YouTube los costos varían dependiendo el tráfico de nuestro video ya que habrá días en que el presupuesto diario no será suficiente para el tráfico que maneje nuestro anuncio, como en otros días en los que dicho tráfico podrá ser menor y el presupuesto diario sobrara, por ende Google Ads (quien va de la mano con YouTube), realizara el ajuste pertinente para que nuestros costos no se vean drásticamente afectados.

- **PERSONAL**

Por parte de nuestro equipo de trabajo, una persona será la encargada de la empresa Imagen Segura S.A para brindar un servicio personalizado, confiable y eficiente. Por ser estudiantes calificados y estratégicos decidimos una cuota de $600.000 pesos mensuales.

3. Conclusiones

A partir del trabajo realizado podemos concluir que la implementación del Plan de Marketing Digital es una herramienta clave hoy en día en las empresas para posicionar su imagen en las plataformas digitales y sacar provecho de varias maneras, en cuanto a la creación de clientes potenciales como la recordación de marca en los diferentes usuarios.

Además, la experiencia en el trabajo en conjunto con Imagen Segura nos acerca más a la vida profesional en donde la puesta en marcha de los conocimientos adquiridos, en la investigación en temas online como análisis de competencia, publicidad por medio de Redes Sociales, indagación en presupuestos en inversión digital nos ayuda a fortalecer nuestras habilidades como futuros administradores de la Universidad del Rosario.

4. Referencias Bibliográficas

Cocoa Eventos. (2020). Eventos en Bogotá. Recuperado de http://cocoaeventos.com/

DANE. (2014). Encuesta multipropósito (EM) 2014. Recuperado de https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/encuesta-multiproposito/encuesta-multiproposito-2014

Dinero. (2018). El sector de eventos corporativos muestra un gran potencial en Colombia. Cámara de Comercio de Bogotá. Recuperado de https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-

Turismo-de-Negocios-y-Eventos/Noticias/2018/Marzo-2018/El-sector-de-eventos-corporativos-muestra-un-gran-potencial-en-Colombia

Eventbog. (2020). Nuestros Servicios. Recuperado de http://www.eventbog.com/

Facebook for Business. (2020). Crea y administra anuncios desde dispositivos móviles o la computadora. Recuperado de https://www.facebook.com/business/tools/ads-manager

Fransisco Rodríguez. (2019). Cómo usar Instagram para conseguir nuevos clientes y crecer tu negocio. Recuperado de https://blog.hubspot.es/marketing/instagram-para-conseguir-nuevos-clientes-y-crecer-tu-negocio

Fuego Entrenenimiento. (2020). ¿Qué tipo de evento deseas hacer? Recuperado de https://fuegoentretenimiento.com/

Google. (2020). Haz crecer tu negocio con Google Ads. Recuperado de https://ads.google.com/intl/es-419_co/getstarted/?subid=co-es-ha-awa-bk-c-000!o3~Cj0KCQjwhtT1BRCiARIsAGlY51IyPoUqh_6A81sZP5V_gn6unNWj5zrm1FtpXJd5lMtPWyK4TMurp4oaAjmVEALw_wcB~78045487869~kwd-94527731~6518825660~427686846911&gclid=Cj0KCQjwhtT1BRCiARIsAGlY51IyPoUqh_6A81sZP5V_gn6unNWj5zrm1FtpXJd5lMtPWyK4TMurp4oaAjmVEALw_wcB

Imagen Segura. (2020). Imagen Segura: Soluciones Logísticas Integrales. Recuperado de https://www.imagensegura.com/

Novias y Eventos. (2020). Novias y Eventos by Gladys. Recuperado de **http://noviasyeventos.com/**

OTE. (2020). Operación Técnica de Eventos. Recuperado de https://www.otecolombia.co/

Nobbot. (2020). ¿LinkedIn Premium? Así son los planes de pago de la mayor red social para profesionales. Recuperado de **https://www.nobbot.com/pantallas/linkedin-premium/**

Rhitmo. (2020). Rhitmo producciones. Recuperado de https://rhitmo.com/

Sago ventos. (2020). Sago eventos. Recuperado de http://sagoeventos.com/

Wink eventos. Wink arquitectura de eventos. Recuperado de https://winkeventos.com/

Youtube Ads. (2020). Sé el blanco de todas las miradas. Recuperado de https://www.youtube.com/intl/es/ads/