

Plan Estratégico De Marketing Digital Para Renacer

Presentado Por:

Christian Andrés Quintero Molano

Presentado A:

Mg. María Alejandra Lara Alban

Facultad Ciencias Empresariales

Corporación Universitaria Comfacaucá

Popayán - Cauca

Agosto 2023

Contenidos

Introducción	6
Justificación	7
Objetivos	8
Descripción de la empresa	9
Datos generales	9
Antecedentes de la empresa	10
Clasificación de la empresa	11
Productos y servicios	12
Segmento de cliente de la empresa	17
Competencia	18
Modelo de negocios y diagnóstico de la empresa	21
Modelo Canvas	21
Matriz DOFA	23
Misión	24
Visión	29
Imagen corporativa	32
Logo	32

	3
Propuesta de logo	34
Sitio web	37
Posicionamiento en motores de búsqueda	44
Marketing en motores de búsqueda	48
Marketing por correo electrónico	51
Marketing en redes sociales	52
Marketing display	59
Métodos de pagos y pasarelas de pago	63
Cronograma de ejecución	66
Presupuesto	67
Proyección	68
Conclusión	72
Webgrafía	73

Índice De Tablas

Tabla 1	21
Tabla 2	23
Tabla 3	24
Tabla 4	26
Tabla 5	29
Tabla 6	36
Tabla 7	41
Tabla 8	45
Tabla 9	49
Tabla 10	52
Tabla 11	56
Tabla 12	60
Tabla 13	64
Tabla 14	66
Tabla 15	67

Índice de ilustraciones

Figura 1	16
Figura 2	18
Figura 3	18
Figura 4	32
Figura 5	34
Figura 6	35
Figura 7	35
Figura 8	43
Figura 9	43
Figura 10	53
Figura 11	57
Figura 12	57
Figura 13	58
Figura 14	62
Figura 15	62
Figura 16	71

Introducción

El mundo está atravesando por un proceso global de transformación digital, por tal motivo, es importante estar a la vanguardia con la tecnología ya que el marketing tradicional no es suficiente, teniendo en cuenta esto, muchas empresas buscan incursionar en el marketing digital, esto se evidencia en el periodo de pandemia ya que el presupuesto para dicha actividad mostro un incremento significativo. (Lorduy, 2021).

Gracias a que el marketing busca crear marca, llegar a más clientes potenciales, fidelizar, aumentar las ventas, entre otros; Dada esta premisa, el siguiente trabajo es un plan estratégico de marketing digital para la empresa Renacer LTDA.

Este plan estratégico de marketing digital, busca ser una guía escrita, la cual contiene los pasos para necesarios para que la empresa Renacer LTDA incursione en el marketing digital.

Justificación

Renacer es una empresa de rehabilitación neuronal, actualmente está en un mercado competitivo, pero esta está pasando por problemas administrativos y financieros; Renacer quiere darle un nuevo enfoque a su empresa, y mejorar su rentabilidad, La empresa quiere mejorar su rentabilidad a través de un plan estratégico de marketing digital.

La implementación de un plan estratégico de marketing digital es de suma importancia para Renacer LTDA, ya que la empresa carece de uno. La búsqueda se centra en aumentar la visibilidad, las ventas y fortalecer la relación con los clientes. Además, busca medir las interacciones de forma precisa y eficiente, todo ello en sintonía con la era de la transformación digital.

Este plan estratégico de marketing digital brindar una dirección clara en la que se establecerán los objetivos a cumplir, un cronograma y los planes de acción. Si se lleva a cabo adecuadamente, el plan arrojará datos estadísticos que permitirán evaluar su éxito e identificar áreas de mejora.

Objetivos

General

- Proponer un plan estratégico de marketing digital para la empresa Renacer LTDA, teniendo en cuenta la situación actual de la empresa.

Específicos

- Rediseñar el sitio web con el fin de mejorar su usabilidad y atractivos visuales, para implementar las estrategias SEO y SEM, y aumentar la visibilidad en línea.
- Dar a conocer los productos y especialistas a los posibles clientes potenciales mediante la creación constante de contenidos interesantes y relevantes en las redes sociales a través de la disciplina y constancia
- Aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la marca Renacer en el departamento del Cauca, consolidando su posición como referente en el área y generando confianza en los clientes potenciales.

Descripción de la empresa

Datos generales

Renacer LTDA es una empresa Caucana, ubicada en la ciudad de Popayán, en el barrio el recuerdo, calle 18 N # 8-33, los propietarios son: Adriana Silva, Elizabeth Roldan, y Jeny Garzón, Renacer LTDA es un servicio terapéutico, que está enfocado en la rehabilitación neurológica de manera integral y especializada, la empresa lleva 14 años en el mercado, ofreciendo un servicio personalizado, especializado, y con planes individuales, la empresa Renacer tiene 43 colaboradores, los cuales tienen un contrato de prestación de servicios.

Antecedentes de la empresa

Renacer LTDA es una empresa, la cual nace de una manera apurada, esta comenzó debido a que un grupo de terapeutas, buscaban brindar un servicio a personas con daños neurológicos, brindando el mejor servicio posible y la mejor calidad, la empresa lleva años liderando en el mercado y actualmente es una de la empresa de servicios terapéuticos más reconocida en el departamento del cauca, y busca seguir mejorando, e intentara innovar en el marketing digital, con la ayuda de la corporación universitaria Comfacaucá.

Clasificación de la empresa

Renacer Ltda. es una persona jurídica, que fue conformada como una sociedad limitada por 3 socios capitalista, en esta sociedad el número mínimo es de 2 socios y tiene un máximo de 25 socios, en este tipo de sociedades el capital inicial es dividido entre los socios capitalistas, que en este caso fueron 3 este capital inicial fue de cada socio capitalista con fines lucrativos lo que dice que Renacer LTDA es una empresa privada, y el capital inicial fue de \$30.000.000,00 de pesos colombianos ósea \$10.000.000,00 por persona, en esta sociedad los socios son responsables por el capital aportado sin poner en riesgo capital o bienes personales.

Por otra parte, el tamaño de la empresa es micro empresa, porque sus ingresos por actividad ordinaria son de \$100.000.000,00, y al sector al que la empresa pertenece es el sector terciario, ya que la empresa presta un servicio de rehabilitación integral y especializada.

Productos y servicios

Renacer LTDA ofrece una variedad de servicios los cuales son:

- Neurodesarrollo: Ofrecemos una terapia especializada que combina múltiples técnicas para evaluar y tratar trastornos de función, movimiento, control postural y otros desórdenes causados por lesiones en el sistema nervioso central. El enfoque se basa en la plasticidad cerebral para una recuperación efectiva.
- Fisio terapia: estimular el movimiento y los patrones motores naturales, especialmente en personas con lesiones neurológicas. La meta es que el individuo aprenda a realizar movimientos más típicos y funcionales en su entorno y circunstancias.
- Terapia ocupacional: aumentar la destreza motora general en niños con daños neurológicos, fomentando su autonomía en tareas cotidianas. Además, se concentra en estimular las sensaciones y el movimiento para lograr una mejor coordinación entre estímulos y respuestas
- Terapia de lenguaje: busca mejorar la comunicación y la alimentación, adaptándolas a las distintas etapas típicas de desarrollo. Esto se logra alineando patrones de movimiento y habilidades cognitivas.
- Terapia visual: mejorar la eficiencia visual en personas con múltiples discapacidades, retraso en el desarrollo visual o baja visión. Esto se logra mediante una guía de estimulación para mejorar las funciones visuales y, en consecuencia, su calidad de vida en términos de independencia y funcionalidad.
- Hidro terapia: es un complemento acuático en la rehabilitación de trastornos neurológicos y ortopédicos. En el ámbito neurológico, busca reducir espasmos, reeducar

músculos inactivos, fortalecer y mejorar la movilidad articular, ofrecer información sensorial, y enseñar actividades funcionales, agilizando resultados en la rehabilitación.

- Hipo terapia: involucra el uso terapéutico del caballo, beneficia a pacientes con discapacidades neurológicas. Durante las sesiones, el paciente se adapta al movimiento del caballo bajo la guía del terapeuta, quien aplica ejercicios neuromusculares para mejorar el tono muscular, equilibrio, coordinación motora y simetría corporal.
- Manejo de dolor: reducir el dolor del paciente mediante intervenciones terapéuticas especializadas. Estas intervenciones se seleccionan después de una evaluación y pueden ser adaptadas a las necesidades individuales.
- Intervención comportamental complementaria con enfoque ABA: utiliza el Análisis del Comportamiento Aplicado (ABA) para mejorar comportamientos adaptativos y reducir los problemáticos en personas de diferentes edades y niveles de funcionamiento. Se centra en enseñar habilidades y eliminar comportamientos no deseables
- Terapia de integración sensorial: es un proceso neurológico, unifica nuestras sensaciones internas y externas. Los problemas en esta integración, aunque no siempre evidentes, tienen graves consecuencias en la participación diaria del niño.
- Programa de intervención de los trastornos de aprendizaje: busca prevenir, detectar e intervenir trastornos psicomotores, sensoriales, cognitivos y del lenguaje que puedan afectar su desarrollo y aprendizaje. Implica colaboración entre terapeutas, profesores y familia, con asesoría, informes de rendimiento y capacitación para el grupo escolar.

- Programa aprendamos: es un programa de terapias integradas que se enfoca en fomentar y mejorar las habilidades de aprendizaje en un entorno divertido. Incluye actividades como "Cocinando con Renato", "Bailando Aprendo", musicoterapia, pintura y lectura creativa. A través de estos enfoques lúdicos, se abordan alteraciones y se promueve el desarrollo de habilidades, destrezas y superación de dificultades
- Intervención en salas de cuidado intensivo pediátricas: nuevo enfoque para el cuidado de niños con lesiones neurológicas que están hospitalizados. Su objetivo es brindar una atención temprana y efectiva con el propósito de reducir la duración de la hospitalización y prevenir problemas como trastornos alimenticios, patrones de movimiento anormales y desafíos multisensoriales.
- Servicio terapia manual: terapia para el manejo de las condiciones neuromusculoesqueléticas, basado en el razonamiento clínico y abordajes de tratamiento altamente específicos y obtienen de forma directa o refleja reacciones fisiológicas que equilibran y normalizan las diversas alteraciones musculares, osteoarticulares, orgánicas y funcionales
- Programa de manejo del adulto con lesión neurológica: diseñado para individuos que han sufrido lesiones neurológicas, el tratamiento involucra al usuario y su familia, busca reintegrar de manera funcional al paciente a sus actividades y roles habituales, considerando diversos entornos y aspectos físicos, emocionales y sociales
- Programa de rehabilitación pulmonar: es un programa integral para personas con problemas respiratorios crónicos, especialmente aquellos con alteraciones neurológicas. Se adapta a las necesidades individuales y busca mejorar la capacidad física, social y la

independencia de los pacientes. Esto es crucial, ya que las afecciones pulmonares pueden ser la principal causa de complicaciones en pacientes con alteraciones neurológicas.

- Programa de rehabilitación de piso pélvico: resolver problemas de incontinencia urinaria y fecal, considerando su profundo impacto en la salud mental y social de hombres y mujeres. Busca permitir que personas de todas las edades, desde niños hasta adultos mayores, puedan llevar a cabo sus actividades diarias sin limitaciones. El tratamiento es personalizado, con sesiones individuales de 45 minutos, realizadas de tres a cuatro veces por semana
- Psicología: a través de sesiones individuales y familiares se abordan emociones, estados afectivos, comportamientos que puedan afectar, se brinda apoyo en la implementación de estrategias psicológicas, para resolver problemas emocionales.
- Evaluación neuropsicológica: se usan métodos estandarizados para obtener datos cuantitativos que guíen la intervención en áreas psicológicas, cognitivas, comportamentales, entre otras, que afectan el aprendizaje y comportamiento.
- Fisiatría: se presta una atención oportuna, y con excelente calidad, con profesionales críticos, con capacidad de análisis e idóneos en cuanto a evaluación, manejo y seguimiento del proceso de rehabilitación

Portafolio de servicios link:

https://www.canva.com/design/DAFsj8zKU1k/yPwAmf0AbyhEeLx0aCnP4w/view?utm_content=DAFsj8zKU1k&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink#3

Código QR:

Figura 1, *Código QR portafolio*



Segmento de cliente de la empresa

Renacer LTDA ofrece servicios de rehabilitación, los cuales están enfocados en 2 segmentos el primer segmento son los usuarios particulares estos son personas que estén ubicadas en la ciudad de Popayán, al igual que los municipios aledaños a la ciudad, son niños y personas mayores, abarcando las edades de 0 a 12 años en los niños, y en adultos mayores de 50 a 60 años, en este caso el mayor número de pacientes son los niños, estas personas tendrán un poder adquisitivo para poder pagar, esto muestra que son personas con un estrato socioeconómico mayor o igual a 4, estas personas habrán sufrido una lesión neurológica, en los niños se ven problemas de aprendizaje, de conducta, autismo síndrome de Down entre otros, y en los adultos mayores alzhéimer, traumas cerebrales entre otros, el otro segmento son los usuarios remitidos por los convenios, estos son personas que estén ubicadas en la ciudad de Popayán, al igual que los municipios aledaños a la ciudad, pueden ser personas de todas las edades pero en este caso el mayor número de pacientes son los niños , los niños son remitidos por haber tenido antecedentes neurológicos como bebés prematuros, perinatales o posnatales, en los niños se ven problemas de aprendizaje, de conducta, autismo síndrome de Down entre otros, adultos con cualquier patología diagnosticada y en los adultos mayores alzhéimer, traumas cerebrales entre otros, y serán personas de todos los estratos.

Competencia

La empresa Renacer LTDA es una empresa que ofrece servicios de rehabilitación tanto integral como especializada, Este sector tiene muchas empresas que ofrecen este servicio, pero muchas de ellas están empezando, o son muy pequeñas haciendo que no sean reconocidas, por lo que no representan una competencia a Renacer, ya que Renacer es una de las empresas más Reconocidas en este sector en el departamento del cauca, sin embargo Renacer LTDA tiene 2 empresas que representan una competencia directa, las cuales son Interfísica del cauca, y Fisiosalud del cauca.

Interfísica logo

Fisiosalud del cauca logo

Figura 2, *Logo Interfísica*

Figura 3, *Logo fisio Salud*



Nota 2. Adaptado de https://www.facebook.com/interfiscadelcaucaltda/?locale=es_LA

Nota 3. adaptado de <http://fisiosaludips.co/>

Ubicación Interfísica

Ubicación Fisiosalud del cauca

Carrera 4 #0-96

carrera 11#17N59

Portafolio de servicios Interfísica

Rehabilitación cardíaca y pulmonar, neurorrehabilitación, neurodesarrollo, audiometría, impedanciometría, logometría, fisiatría, salud ocupacional, hidroterapia, terapia respiratoria, terapia física, terapia ocupacional, terapia del lenguaje, terapia manual, audiológica, equino terapia.

Portafolio de servicios fisio salud del Cauca

Fisioterapia, terapia ocupacional, terapia respiratoria, fisioterapia de piso pélvico, psicología, espirometría, fonaudiología o terapia del lenguaje, procedimientos básicos de enfermería, hidroterapia, fisio terapia, fonaudiología, terapia visual, psiquiatría, neuropediatría, neuropsicología, jefe especialista en el cuidado de heridas y ostomías, medicina del trabajo y medicina laboral.

Al ver el portafolio de servicios de Interfísica, Fisiosalud y de Renacer, se evidencia que las empresas ofrecen diferentes tipos de servicios, pero hay otros servicios que son ofrecidos por las 3 empresas, una diferencia marcada es que Renacer es la que tiene los costos más altos, esto es consecuente a que Renacer brinda el mejor servicio con la mejor calidad, debido a que es un servicio personalizado, especializado, con planes únicos para cada paciente, y brinda el mejor servicio a causa de que tiene un personal capacitado.

La empresa Fisiosalud del cauca se diferencia de Renacer y de Interfísica debido a que esta presta un servicio de atención domiciliaria, lo cual es su ventaja competitiva respecto a los demás. Por otro lado, algo que es diferente es su nicho de mercado, debido a que Renacer puede atender a cualquier persona con una patología diagnosticada, pero su nicho de mercado son los niños, y las otras 2 empresas están enfocados en niños, adultos, y adultos mayores, y Fisiosalud

está enfocado en adultos mayores debido a la atención domiciliaria, por lo que los nichos de mercado son diferentes.

Para finalizar ambas empresas han tenido problemas con la atención al cliente, ya que es deficiente, lo que genera que su imagen se vea afectada, y los clientes prefieren a Renacer por los servicios y la atención al cliente.

Modelo de negocio y diagnóstico de la empresa

Modelo canvas

Tabla 1, *Modelo canvas.*

Socios clave	Actividades Claves	Propuesta de valor	Relación clientes	Segmento de cliente
- Adriana Silva - Elizabeth Roldan - Jeny Garzón	Convenios: - Sanitas - Universidad del cauca - AICE - Policía y ejercito	Brindar el mejor servicio con la mejor calidad humana	- Redes sociales - PQRS	Usuarios particulares y con convenios: - vivan en la ciudad de Popayán - Niños de 0 a 12 años - Adultos mayores de 50 a 60 - Hayan sufrido lesiones neurológicas
	Proveedores: - Quimpo - Distriaseo - Casa del aseo - dispacauca			
	Recursos clave		Canales	

	• Talento humano, ya que sin él la empresa no podría existir • Infraestructura en arriendo • Convenios para mejorar la rentabilidad		• Clínica física • Web • Redes sociales • Teléfono	Usuarios particulares: • Tengan poder adquisitivo Usuarios por convenios: • No importa el estrato • Adultos con alguna patología
Estructura de costos			Fuente de ingresos	
• Salarios • Arriendo			• Prestación de servicios terapéuticos • convenios • Transferencia bancaria y electrónica	

Matriz FODA

Tabla 2, *Matriz DOFA.*

DOFA	
Factores Internos	Factores Externos
Fortalezas	Oportunidades
• (F1) Marca constituida • (F2) Personal capacitado • (F3) Ubicación • (F4) Motivación • (F5) Buen servicio • (F6) Experiencia • (F7) Satisfacción de los clientes • (F8) Sistema de seguridad informática • (F9) Portafolio de productos • (F10) Estabilidad • (F11) Atención al cliente • (F12) Liquidez	• (O1) Políticas de estímulo de las PYMES • (O2) Transformación digital • (O3) Revaluación del peso colombiano • (O4) Demanda creciente • (O5) Programas de bienestar • (O6) Convenios
Debilidades	Amenazas
• (D1) Tecnología • (D2) Comunicación • (D3) Seguridad	• (A1) Inflación • (A2) Zona roja • (A3) Restricciones legales

• (D4) Marketing • (D5) Innovación • (D6) Inventarios • (D7) Altos costos operativos • (D8) Plan de contención • (D9) Toma de decisiones • (D10) Rentabilidad	• (A4) Cambios en las IPS • (A5) Competencia
---	---

Estrategias FODA

Tabla 3, *Estrategias DOFA.*

Estrategias FO	Estrategias DO
• (F12, O2) Destinación de un rubro presupuestal para el plan estratégico de marketing digital • (F9, O6) redireccionar los convenios previamente establecidos. • (F5, O5) participar en eventos de rehabilitación de pacientes. • (F9, O4) Creación de un nuevo servicio como lo es logo audiometría	• (D4, O2) creación de un plan estratégico de marketing digital • (D10, O3) realizar un estudio de costes innecesarios, para la eliminación de estos • (D9, O2) digitalización de procesos previamente establecidos.

• (F11, O4) brindar capacitaciones para la continua mejora de la atención al cliente.	
Estrategias FA	Estrategias DA
• (F6, A2) elaborar un plan de contención inspirado en el bloque de vías, para reducir su impacto en la empresa. • (F10, A1) Diversificar las inversiones de propiedad planta y equipo, acciones, monedas digitales y divisas extranjera, para la disminución del efecto inflación • (F5, A5) creación de dinámicas en redes sociales donde se genere engagement y se incentive a los clientes.	• (D3, A2) implementación de un sistema de seguridad, para la clínica. • (D5, A5) creación de contenido nuevo en Tik Tok, con la premisa de “tu salud va primero”.

Misión

Cooperar con el bienestar social ofreciendo por medio de nuestras experiencia servicios especializados en rehabilitación que cumpla con los requerimientos y expectativas de nuestros usuarios, aportando a la conservación o restablecimiento de la salud, apoyados en procesos de calidad y seguridad del paciente como eje fundamental, direccionados por un talento humano calificado y empático presentando un servicio acorde a las nuevas tendencias de salud incluyendo EPS, familia, cuidadores y su entorno como parte integral de la atención.

Tabla 4, *Matriz de evaluación de la misión.*

Matriz de evaluación de la misión								
Elementos	Condición		Calificación					Puntaje
	Si	No	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	
Objeto de la organización	X		X					10
Servicio	X			X				8
Mercado	X		X					10
Tecnología	x			X				8
Interés por la supervivencia crecimiento y rentabilidad		X				X		2
Nivel de los colaboradores	X			X				8

Clientes, usuarios o consumidores	X		X					10
Responsabilidad social	X			X				8
Concepto de sí mismo	X			X				8
Filosofía empresarial	X			X				8
Total								80

De acuerdo con la matriz de evaluación de la misión, se toma la decisión de no reestructurarla ya que cuenta con un puntaje de 80, lo que da a conocer que es una misión cuya estructuración es buena, esta matriz está evaluada bajo unos parámetros, estos son: **Objeto de la Organización**, la misión habla muy claramente de ofrecer un servicio que coopere con el bienestar de las personas mediante procesos especializados y personalizados garantizando la calidad de la rehabilitación de la mano de los mejores colaboradores, segundo el **servicio**, Renacer ofrece servicios especializados de rehabilitación, asegurando la calidad y compromiso que se tiene hacia los clientes, el tercer factor es el **mercado**, cumple con el objetivo en consecuencia de que se expresa la prestación de sus servicios para las EPS, Familiares y cuidadores, el cuarto parámetro es la **Tecnología**, cumple presentando un servicio acorde a las nuevas tendencias de salud, además de estar a la vanguardia de las nuevas prácticas que se utilizan en la rehabilitación integral y especializada, el quinto parámetro para evaluar es el **Interés por la supervivencia crecimiento y rentabilidad**, este factor no se cumple en el marco de la misión, esto deja ver que es un factor deficiente, también se debe tener en cuenta que la

rentabilidad de Renacer es baja por lo cual es un factor en consideración, el sexto factor es **Nivel de los colaboradores**, este parámetro se cumple a cabalidad debido a que el personal posee grandes cualidades, valores y conocimientos, dando a entender que se tienen a unos de los mejores colaboradores de la ciudad, otro factor muy importante son los **Clientes, usuarios o consumidores**, se cumple con la condición sin embargo nos evidencia los 2 segmentos del mercado dejando segmento de usuarios particulares por fuera de este, otro factor que se tiene en cuenta, es la **Responsabilidad social**, este factor se cumple de manera satisfactoria dado que busca un bienestar social y empatía hacia cada paciente dejando de lado el interés lucrativo, . El siguiente es el **Concepto de sí mismo**, la empresa cumple con el parámetro debido a que tiene claro sus obligaciones frente a sus usuarios destacando entre ellas la calidad y la humanidad de sus procesos Por último tenemos el factor **Filosofía empresarial**, Renacer cumple con este factor en su medida porque es una empresa que tiene valores definidos, grandes objetivos y altos niveles de perseverancia y superación.

Visión

Ser líder en el área de rehabilitación integral, garantizando alta calidad y optima atención a los usuarios, con una estructura administrativa y financiera solida que garantice su permanecía, respaldada por el interés de actualizarse con colaboradores pro activos, leales, con valores, compromiso y ética profesional en busca de la excelencia, contando con una infraestructura y dotación óptima para así obtener en el año 2027 el posicionamiento como la mejor IPS en el área terapéutica en la comunidad en general del departamento e incrementa el reconocimiento a nivel nacional e internacional.

Tabla 5, *Matriz de evaluación de la visión.*

Matriz de evaluación de la visión								
Elementos	Condición		Calificación					Puntaje
	Si	No	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	
Aspiración	X		X					10
Amplitud de las operaciones	X			X				8
Posicionamiento	X			X				8
Valores	X			X				8
Actitud	X		X					10
Beneficios	X			X				8
Responsabilidad social		X			X			5
Alcanzable	X			X				8

Realista	X			X				8
Definida en el tiempo	X		X					10
Total								83

De acuerdo a la matriz de evaluación de la visión, se toma la decisión, de no reestructurar la visión, dado que esta cumple los requisitos en buena medida, con un puntaje de 83, lo que deja en evidencia que es una buena visión, en esta matriz de evaluación de la visión se evaluaron los siguientes elementos: **aspiración**, la empresa cumple con la condición de manera excelente dado que en su visión, buscan ser líderes en su respectivo nicho de mercado además de buscar estabilidad en factores internos y externos, otro elemento es **amplitud de las operaciones**, la empresa cumple de buena manera la condición prometiendo que las estructuras financieras y administrativas sean sólidas, además de ello buscan la excelencia contando con una infraestructura inclusiva y una dotación óptima para cumplir todos los procesos, el tercer factor es **posicionamiento**, Renacer se encuentra en un posicionamiento bueno, ya que busca un mayor reconocimiento dentro de la región y el ámbito internacional, el siguiente factor son los **valores**, la empresa Renacer tiene un compromiso con la comunidad en general, de ofrecer servicios de calidad de la mano de los mejores colaboradores los cuales cuentan con una diversidad de valores y conocimientos, el quinto factor es la **actitud**, la empresa cumple con este factor de manera excelente, debido a que demuestra ambición por ser líderes, no solo en la región si no de manera internacional, otro factor es los **beneficios**, esta condición es cumplida en buena medida ya que busca no solo busca ofrecer servicios integrales y de calidad si no que son servicios exclusivos y personalizados, el séptimo factor es **responsabilidad social**, este factor

no es cumplido en la visión, porque no enfatiza de manera clara su contribución social dentro y fuera de la rehabilitación, el próximo factor es **alcanzable**, este factor se cumple dado que tienen una situación favorable debido a que es una empresa sólida y con muchos convenios estratégicos que ayudan a esta misma, el octavo factor es realista, el noveno factor es **realista**, este se cumple de en buena medida y no en excelente medida ya que el sector internacional es muy difícil en cuatro años, además que hay limitantes externas como es la ciudad donde se ubican, el último factor es **definida en el tiempo**, este factor se cumple de manera excelente, ya que hay una limitación de tiempo para la visión, y cuando este se cumpla se rediseñara la visión.

Imagen Corporativa

Logo tipo

Figura 4, *Logo Renacer.*



Nota. Adaptado de <https://www.renacerltda.com/>

Este logotipo ha sido creado para representar a la empresa Renacer LTDA, transmitiendo el mensaje de que, sin importar los desequilibrios emocionales, psicológicos o discapacidades físicas, siempre existe la oportunidad de renacer gracias a la ayuda de especialistas. Las sombras presentes en el logo simbolizan la evolución de los pacientes a través de los diversos servicios brindados, abarcando no solo aspectos motores, alimenticios y psicológicos, sino también el aspecto humano en su totalidad.

Además, los colores desempeñan un papel crucial en la creación de marcas, ya que transmiten significados y generan sensaciones a nivel subconsciente. Al igual que en el caso de Google, donde se realizaron pruebas con más de 41 tonos de azul para encontrar el tono adecuado, la elección de los colores para representar una marca es de suma importancia.

A nivel de organizacional y con una perspectiva desde el marketing, la selección de colores en un logotipo es crucial, ya que a través de ellos se comunica la identidad de la marca, y se generan

emociones con los clientes. Los colores son esenciales, para poder transmitir de manera efectiva la identidad de la marca, y el mensaje correcto.

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede hacer una revisión respecto a los colores presentes en el logotipo, entre ellos se encuentran el azul, turquesa y naranja, para empezar el color azul transmite confianza, serenidad, profesionalidad, al mismo tiempo que transmite una sensación de calma y estabilidad, además, evoca frescura y limpieza, por otro lado, el color turqués se asocia a claridad mental, creatividad y comunicación efectiva. Por último, el naranja evoca emociones como la emoción, el entusiasmo, la vitalidad, la sociabilidad y la amigabilidad.

En resumen, este logotipo busca representar el renacimiento y la oportunidad de recuperar la plenitud humana, sin importar los desafíos emocionales, psicológicos o físicos. Asimismo, se reconoce la importancia de seleccionar los colores adecuados para transmitir el mensaje y generar conexiones emocionales con los receptores.

Propuesta de logo

Figura 5, *Propuesta de logo.*



Esta propuesta de logo mantiene la continuidad con el diseño previo al preservar la paleta de colores. Además, se conserva la figura principal y se implementa una modificación importante. En el diseño previo, la figura principal incorporaba tres tonos de azul distintos. En este nuevo logotipo, se emplea un solo tono de azul, pero se varían las transparencias y tamaños, simbolizando así la renovación de las personas.

Además, se ha modificado el corazón. En el diseño anterior, el corazón amarillo formaba parte de la figura principal, mientras que en el nuevo logotipo se ha ampliado su tamaño y se ha cambiado a color azul. Dos cintas naranjas complementan esta representación, aludiendo a la sanación del ser. El corazón en sí experimenta un degradado desde un azul claro hasta un tono más oscuro, enfatizando el concepto del renacimiento en la empresa.

Por último, cabe destacar que este nuevo logo se ha optimizado para su compresión, lo que facilita su uso en diversos formatos y plataformas, el logo comprimido es solo las 3 figuras principales con el cambio de tamaño y la transparencia del azul, para seguir reafirmando el renacer del ser con la empresa Renacer.

Figura 6, *propuesta de logo sin el nombre.*



Logo sin nombre

Figura 7, *Propuesta de logo comprimido.*



Logo comprimido

Tabla 6, *Presupuesto logo.*

Presupuesto de cambio de logo	
Cambios	Presupuesto
Carnetización	1.000.000
Señalización	5.000.000
Documentación	500.000
Marketing Digital (Presupuesto Aparte)	0
Presupuesto	6.500.000

El presupuesto de cambio de logo contiene la carnetización, señalización, documentación, y marketing digital, la carnetización es el cambio de carnet de los colaboradores, este presupuesto es un aproximado para 50 personas, continuando con la señalización se busca cambiar los letreros del logo antiguo, para comprar nuevos con el nuevo logo, también remplazar el logo antiguo de los vidrios dentro de la clínica, continuando con la documentación, se cambia todos los documentos con el logo antiguo por nuevos documentos con el logo nuevo y se empieza a usar nuevo papeleo que contenga el nuevo logo, por último se hará un campaña de marketing digital para el nuevo logo, este presupuesto se incluye en el presupuesto del plan estratégico de marketing digital.

Sitio Web

Análisis de la situación actual

La empresa Renacer LTDA cuenta con un sitio web, este no se ubica en los motores de búsqueda, el cual es un sitio con un perfil institucional que contiene información general de Renacer, como misión, visión, quiénes somos, servicios ofrecidos, procedimientos y contacto. Esta empresa no tiene perfil empresarial, ya que no comercializa ningún servicio a través de ella. La forma en que está diseñada la página web no es muy intuitiva, es difícil de usar, no es llamativa y vieja, esto significa que los usuarios no pasarán mucho tiempo en la página.

Objetivos

Rediseñar la página web, para hacerla intuitiva, fácil de usar, actualizada, llamativa, y exponer los perfiles profesionales del personal, dando a conocer quiénes son, su experiencia y qué servicios realizan, por otra parte, añadir un perfil empresarial con ayuda de una empresa intermediaria como Epayco.

Estrategia

Para el sitio web de la empresa Renacer LTDA se plantea la opción de crear un perfil empresarial en su página Web, por tal motivo es importante tener claro cómo será el nuevo diseño en diferentes aspectos. Primeramente, en el análisis del contexto actual se observó que la página que utilizan a día de hoy está desactualizada, es poco intuitiva y por ende no es llamativa, por lo que se busca crear una página que tenga un diseño más fresco, intuitivo, fácil de usar, llamativo y que además cuente con un diseño web responsive, el cual consiste en permitir que la distribución de la página web se adapte automáticamente a cualquier tamaño de pantalla, es decir que en este caso se busca específicamente que sea adaptable a dispositivos móviles; en esta

página se tendrán diferentes pestañas, las cuales serán, ventana de inicio que contendrá una barra sobre información de identificación empresarial como lo es, Quiénes somos, también otras pestañas con los nombres de personal, servicios, contacto y login, por otra parte se añadirá la opción de compra en la pestaña de servicios, en este caso se añadirá una plataforma como Epayco, la cual hará de intermediario con la empresa.

La primera pestaña, llamada "Inicio", incluirá en la parte superior un carrusel de fotos que mostrará: Ofertas (en caso de tenerlas), fotos de la empresa, la ubicación exacta del lugar, la cual estará respaldada y dirigida por la aplicación Google Maps, y también se mostrarán los horarios de atención al público. A medida que se desplace hacia abajo, encontrará una breve descripción de la empresa, así como su misión y visión. Al final de la página, se presentará un carrusel con los servicios más solicitados, junto con sus respectivos precios. Al hacer clic en ellos, se abrirá un enlace directo para agendar una cita y realizar el pago correspondiente.

La segunda pestaña, que se llamará "Quiénes Somos", estará compuesta, en primer lugar, por la historia de la empresa. Esta historia se presentará en forma de línea de tiempo y explicará cómo se creó la empresa y su trayectoria a lo largo del tiempo. A continuación, se expondrá quiénes somos como organización. En la parte inferior de la página, se incluirá un carrusel de fotos que mostrará imágenes del lugar y del personal mientras prestan servicios.

La tercera pestaña, denominada "Personal", mostrará a los colaboradores. Para cada individuo se proporcionará su nombre, una fotografía, una breve descripción que incluye su perfil profesional, años de experiencia, tiempo en la empresa y los servicios que ofrece. Esto tiene como objetivo establecer un vínculo de confianza con los usuarios, ya que se destacará la transparencia al mostrar quiénes son las personas que los atenderán.

La cuarta pestaña son los servicios, en esta se encontrara todos los servicios que la empresa presta, tendrá el nombre del servicio, una foto representativa del mismo, y una pequeña descripción, donde de manera clara y contundente se explique en que consiste, también estará el precio del servicio, y en caso de haber alguna oferta, el descuento, para finalizar tendrá un botón de compra, el cual te lleva a una pestaña de Epayco, para hacer la transacción, y después de hacer la transacción te devolverá a la página, para agendar la cita, y se necesitara información como, nombre completo, celular, correo electrónico, y habrá un calendario para agendar la cita que dirá hora y las recomendaciones.

La cuarta pestaña se llama "Servicios" y en ella se encontrarán todos los servicios que ofrece la empresa. Cada servicio incluirá el nombre, una imagen representativa, y una breve pero clara descripción que explique en qué consiste. Además, se mostrará el precio del servicio y en caso de haber alguna oferta se indicará el descuento correspondiente. Para completar la transacción, habrá un botón de compra que llevará al usuario a una página de pago segura a través de la plataforma Epayco. Una vez realizada la transacción, será redirigido a la página de inicio para que pueda agendar su cita. En este punto, será recibido por un home page que pedirá proporcionar información como el nombre completo, número de celular, correo electrónico, posteriormente se tendrá acceso a un calendario para seleccionar la fecha y hora de la cita.

Ahora bien, se seleccionó la plataforma Epayco ya que es una pasarela de pago para hacer compras online, esta página cuenta con servicio de tarjeta de crédito, el cual recibe visa, Master card, American Express, Dinner club, también tiene una opción de billetera digital donde acepta Davi plata, y PayPal, al igual que transferencia bancaria, con PSE, Safety Pay, y Scotiabank, y tiene por último la opción de pagar en efectivo, con aliados como Efecty, Gana, Servi, Punto red, Baloto, Su red, la perla, su chance, Gana Gana, y acertemos.

La empresa Epayco cuenta con 2 planes los cuales son agregador, y Gateway, el plan agregador es un plan enfocado en comercios pequeños y en proceso de crecimiento, con pagos sencillos, por otra parte, el Gateway es enfocado en comercio más grandes con muchas transacciones. El plan agregador maneja 2 tipos de transacciones, una para Davivienda y Davi plata y demás bancos, el plan agregador con Davivienda y Davi plata tiene un costo del 2.68% mas 900 pesos y el IVA, en el caso del plan agregador con los demás bancos tiene un costo de 2.99% mas 900 pesos y el IVA, el dinero será recibido en las cuentas bancarias en un lapso de 24 a 72 horas, y no tiene ningún costo de afiliación.

El plan Gateway tiene un costo de 110 pesos por transacción exitosa, pero el dinero será recibido en un lapso de 20 a 30 días, y este tiene un costo de afiliación de 490.000 pesos, teniendo en cuenta los precios de Epayco, se tomara el plan agregador, y este será puesto en marcha por los primeros 6 meses, para ver el volumen de ventas que se tiene en estos primeros 6 meses, cuando se cumpla el tiempo, se revaluaran otra vez los planes, y teniendo en cuenta el volumen de ventas, se decidirá si continuar con el plan agregador o cambiar al plan Gateway.

La quinta pestaña, llamada "Contacto", proporcionará información de contacto que incluye una dirección de correo electrónico, enlaces a las redes sociales y números de teléfono y celular. Además, en esta pestaña, habrá una sección de "Contáctanos", donde se solicitará el nombre, dirección de correo electrónico, número de teléfono del usuario. También habrá una opción para chatear a través de WhatsApp.

Por último, al final de la página se incluirá una sección de "PQRSD" (Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Denuncias) en la que se te pedirá que se seleccione el tipo de solicitud que desea realizar, y se requerirá información como nombre, tipo de documento, número de documento, dirección de correo electrónico y número de teléfono. También habrá un espacio

para que puedan escribir detalladamente lo que necesitan y un área para adjuntar archivos si es necesario.

Por último, se encontrará una pestaña de "Login", que redirigirá a el usuario a una página para acceder al sistema de Renacer LTDA.

Plan de acción

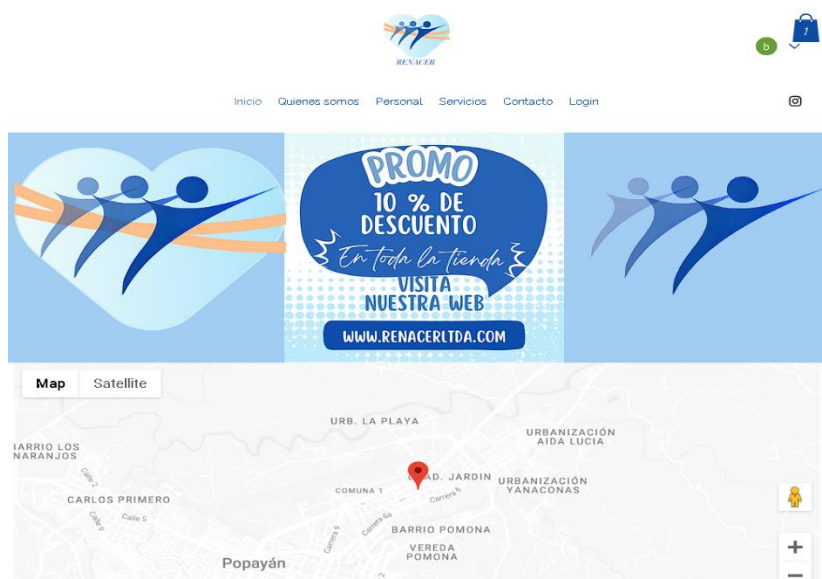
Tabla 7, *Plan de acción sitio web.*

Actividades	Responsable	Tiempo	Presupuesto
1. Recolección de información, que estará en la pagina	Alejandra Garzón	2 semanas	0
2. Decidir la interfaz del sitio web, colores, tipografía, y el diseño	Mercadólogo	1 semana	100.000
3. Consultoría con el mercadólogo	Mercadólogo	1 semana	200.00

y el programador			
4. Firma de contrato entre Renacer LTDA y el programador	Alejandra Garzón	1 semanas	1.250.000
5. Entrega del primer avance	Programador	2 semanas	1.000.000
6. Entrega del segundo avance	Programador	2 semanas	2.000.000
7. Entrega final	Programador	2 semanas	3.000.000
8. Estudio de ventas por Epayco	Alejandra Garzón y Marcela Silva	24 semanas	0
9. Cambio a plan Gateway	Alejandra Garzón	1 semana	450.000
Numero de semanas y presupuesto total		37 semanas	8.000.000

Evidencia

Figura 8, *Sitio web simulado1.*



Ejemplo:

<https://business11052001.wixsite.com/renacer>

Código QR:

Figura 9, *Código QR sitio web simulado.*



Posicionamiento en motores de búsqueda web

Análisis de la situación actual

Para poder analizar la situación actual de Renacer LTDA es importante saber que es el SEO, según Codina definió el SEO en 2004 como “un conjunto de procedimientos, los cuales ayudan a posicionar una página web en los motores de búsquedas”, por lo que en este caso el posicionamiento se gana a través de palabras claves, link building, y optimización on site.

Renacer LTDA solo tiene 2 palabras claves las cuales son Renacer LTDA, y Renacer Popayán, esto indica que no hay un posicionamiento del sitio web a través de palabras claves, por el lado de la optimización on site tiene un margen de mejora, dado a que esta optimizado, pero no es un sitio atractivo, por lo que la mejora se daría con la actualización del sitio web, y la optimización continua, por último es de suma importancia destacar que Renacer no ha tenido una estrategia de link building, aunque algunos foros o blogs han mencionado el nombre de Renacer debido a su reconocimiento.

Objetivos

Posicionar el sitio web en Google a través de las palabras claves, link building, y optimización on site, para aumentar entre un 25% a un 50% el flujo de visitantes al sitio web.

Estrategia

La empresa Renacer LTDA, está buscando posicionarse en los motores de Google como lo puede ser el mismo Google, por tal motivo se seguirá una estrategia que está compuesta de 3 pasos, siendo estos: las palabras claves, optimización On site, y link Building, sin embargo, para poder seguir correctamente la estrategia lo primero será analizar cómo se comporta el sitio web,

en ese caso se hará uso de la herramienta Google Analytics para seguir en todo momento el comportamiento del sitio.

Como primera medida, se tendrá que hacer un estudio para ver el volumen de búsquedas mensuales en Google de ciertas palabras, para poder identificar las palabras claves, para este estudio se usarán herramientas como SEM Rush, para luego analizar este volumen y poder elegir cuales son las palabras claves que se usaran en el sitio web.

Para la parte de la optimización On site se usara la página page speed insights , después de haber re diseñado la página, y esta dará unas estadísticas en las cuales se podrá mejorar, como puede ser la carga de la imagen, de la página, accesibilidad, entre otras, también es importante ver como se carga la página en sitios web móviles, ya que si hay una falla en celulares, se tendría que buscar la forma de optimizarla, debido a que actualmente las personas usan más el celular, por su fácil acceso, y el no tener un buen sitio web en móvil, haría que disminuya ese flujo.

Por último, para el link Building e se buscarán sitios web como foros, blogs recomendaciones de sitios, que hablen acerca de rehabilitación integrales, y especializada para comentar en ellos y que los usuarios usen el link de la página web con el fin de redirigirlos a la página principal, lo que generará un mayor flujo, también se puede usar intercambio de contenidos con otras compañías para que usen y compartan el sitio web.

Plan de acción

Tabla 8, *Plan de acción posicionamiento en motores de búsqueda.*

Actividades	Responsable	Tiempo	Presupuesto
-------------	-------------	--------	-------------

1. Implementación de Google analytics y análisis	Mercadólogo	1 semana	200.00
2. Compra de SEM Rush por un mes	Alejandra Garzón	1 semana	525.000
3. Estudio de posibles palabras claves	Mercadólogo	1 semana	400.000
4. Análisis de los datos y elección de las palabras claves	Mercadólogo	1 semana	200.000
5. Estudio del sitio web con la página page speed insights y Optimización on site	Mercadólogo y Programador	2 semanas	500.000
6. Búsqueda de empresas para generar	Alejandra Garzón	1 semana	0

intercambio de contenido			
7. Elección de empresas e intercambió de contenido	Alejandra Garzón	1 semana	0
8. Búsqueda de sitios web relacionados como foros, blogs entre otros e intercambiar contenido	Alejandra Garzón	1 semana	0
9. Análisis de los datos y seguimiento del sitio web	mercadólogo	Cada 3 meses	100.000
Numero de semanas y presupuesto total		10 semanas	1.925.000

Marketing en motores de búsqueda

Análisis de la situación actual

Para poder analizar la situación actual de Renacer LTDA es esencial entender el significado de SEM, según Danny Sullivan definió SEM en 2001 como "una estrategia que ayudara a incrementar el tráfico de sitios web, desde los motores de búsqueda, y esta estrategia es una iniciativa de pago"; dando a entender que los sitios web que pagan por este tipo de iniciativas que es publicidad en motores de búsqueda, suelen aparecer los sitios entre los primeros resultados de la búsqueda con una etiqueta de patrocinado, esto es debido a que los sitios compran palabras clave, en el caso de Renacer se buscan palabras clave relacionadas con la empresa, y la página no aparece en los resultados, lo que significa que la empresa Renacer LTDA no tiene en marcha ninguna estrategia SEM.

Objetivos

Posicionar el sitio web a través de la compra de palabras clave, para aumentar entre un 25% a un 50% el flujo de visitantes al sitio web.

Estrategia

A diferencia de SEO, SEM es una iniciativa de pago, y Seo es una iniciativa orgánica, que busca posicionar el sitio web, a partir de un puntaje, por lo que en esta se intenta mejorar el puntaje con las características del sitio WEB, para posicionarse en los primeros resultados de los motores de búsqueda, y SEM busca pagar para que ayuden a posicionar el sitio WEB en los motores de búsqueda.

En este caso se usará la aplicación Google ads, para ejecutar una campaña de búsqueda, por medio de palabras claves compradas, esto facilitará que el sitio Web aparezca dentro de los primeros resultados en los motores de búsqueda, al buscar una palabra clave comprada.

Con respecto a la concordancia que se usará con las palabras claves será concordancia amplia modificada. Después de aplicar la campaña, se hará un seguimiento.

Plan de acción

Tabla 9, *plan de acción de marketing en motores de búsqueda.*

Actividades	Responsable	Tiempo	Presupuesto
1. Investigación de las palabras claves	Mercadólogo	1 semana	0 (ya está contemplado en el presupuesto de posicionamiento)
2. Análisis de datos y selección de las palabras claves	Mercadólogo	1 semana	0 (ya está contemplado en el presupuesto de posicionamiento)
3. Contratar el servicio de Google ads en campaña	mercadólogo	1 semana	1.000.000

de búsqueda, y aplicación de concordancia amplia modificada			
4. Seguimiento de campaña	Alejandra Garzón	Cada 3 meses	0
Numero de semanas y presupuesto total		4 semanas	1.000.000

Marketing por correo electrónico

Análisis de la situación actual

Para analizar la situación actual de la empresa es primordial saber que es el email marketing, según Cordero y García definieron email marketing en 2020, y 2016 respectivamente “consiste en vender, informar, comunicar, para generar confianza, interacción, a través de descuento, y promociones, lo cual impulsa la fidelización de los clientes”.

Actualmente Renacer LTDA no está ejecutando ninguna campaña de email marketing, no obstante, la empresa tiene una valiosa base de datos que incluye toda la información médica y de contacto de los usuarios. Esta base de datos es un punto de partida para poder iniciar una campaña dirigida a los clientes dentro de la base de datos.

Objetivos

Fidelizar a los clientes con promociones exclusivas ofrecidas solo por correo electrónico, con el objetivo de que estas promociones sean usadas en la tienda virtual.

Estrategia

Se creará contenido exclusivo para los correos electrónicos, este contenido incluirá promociones exclusivas, con el fin de captar la atención de los usuarios, adicionalmente habrá correos informativos del contenido recién publicado en las redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok.

Con el fin de asegurar que los correos no sean clasificados como spam, se pondrá énfasis en el formato del correo, previniendo el uso de ciertas palabras que puedan activar algún filtro de

spam, por otro lado, se tomara en cuenta el tamaño de letra, el tipo de letra, la ubicación, la adaptabilidad al móvil, y que sea atractivo.

Asimismo, se llevarán a cabo algunas pruebas con diferentes horarios de envío, para poder determinar el momento óptimo; Por último, se automatizará este proceso con Mailer lite para mejorar la eficiencia.

Plan de acción

Tabla 10, *Plan de acción marketing por correo electrónico.*

Actividades	Responsable	Tiempo	Presupuesto
1. Creación de contenido	mercadólogo	4 semanas	1.000.000
2. Investigación de horarios y elección de los horarios.	mercadólogo	1 semana	200.000
3. Automatización	Mercadólogo	1 semana	200.000
4. Lanzamiento	Mercadólogo	1 semana	0
5. Seguimiento de la campaña y ajustes	Alejandra garzón	Cada mes	0
Numero de semanas y presupuesto total		8 semanas	1.400.000

Ejemplos:

Figura 10, *ejemplo de marketing por correo electrónico.*



¡Últimas horas, María!

Agenda ya mismo tu cita, y te regalamos un 25% de descuento

Haz clic en el botón azul, y el código se aplicara automáticamente

Descuento_maría_25



Marketing en redes sociales

Análisis de la situación actual

La empresa Renacer solo cuenta con Instagram, por lo que es importante la creación de 2 cuentas una en la red social de Facebook, y la otra en Tik Tok, la cuenta de Instagram aparece como @ips_renacer_ltda, esta cuenta tiene 310 seguidores, actualmente tiene 15 post, el primer post fue publicado el 2 de febrero del 2023, como presentación de la empresa, de los 15 post hay 8 post relacionados a la presentación de la empresa, 5 relacionados a festividades, y 2 de una dinámica para generar engagement, el ultimo post que se subió fue uno del día internacional del cuidador, ha tenido 21 likes, el cual tuvo un engagement del 6.953%, lo cual es bueno, sin embargo el problema radica en 2 factores, la cuenta de Instagram es pequeña, y la mayoría de likes vienen de los colaboradores, indicando que la cuenta no ha tenido un crecimiento.

Objetivos

Crear las cuentas de Facebook y Tik tok, además se continuará con la gestión de la cuenta de Instagram, para aumentar la participación en redes sociales, por lo que se compartirá contenido relacionado a la rehabilitación, como consejos, datos curiosos, días especiales, ofertas exclusivas, y dinámicas, para que haya una participación activa, y la meta será superar los 1000 seguidores en Instagram, en el caso de Facebook y Tik Tok la meta será de 600

Estrategia

Para la estrategia de redes sociales, crear una cuenta de Facebook será lo primero. En esta App donde se subirá contenido regularmente, teniendo en cuenta que los contenidos tanto de Instagram y Facebook seguirán ciertas líneas de: colores tipo de letra, formato, entre otros lineamientos. En un principio se hará la presentación de empresa, con las imágenes que se tiene

en Instagram, para luego subir contenidos del personal, ubicación de la empresa, videos de la instalaciones, contacto, al igual que el tipo de servicios que se ofrecen y si se va a ofrecer un nuevo servicio promocionarlo por las redes sociales y pagina web para que se dé a conocer, subir testimonios, videos de cada servicio prestado explicando a fondo como se lleva, como se hace, y en que ayuda, promociones especiales que solo se encuentran en Facebook, que los llevaran a el sitio web, para poder usar códigos promocionales que se canjean en la web, también dinámicas para atraer seguidores, y generar engagement, por otra parte seguir subiendo contenido de días especiales.

En Instagram se seguirá usando los lineamentos de colores, letras, tamaño, tipo, y formato entre otros aspectos, pero en este caso Instagram ofrece la posibilidad de historias e historias destacadas, lo cual, ayudara mucho ya que todo el contenido primero se subirá a las publicaciones (FEED), por lo que en las publicaciones se subirá al personal de la empresa, ubicación, videos de las instalaciones, contacto, servicios brindados y explicarlo a fondo, en caso de haber nuevos servicios se informara, también habrán testimonios, promociones y dinámicas que generen Engagement, por otra parte se tendrá en cuenta el contenido para días especiales, cada vez que se suba algo nuevo en las publicaciones se hará un repost en las historias de Instagram, también se crearan historias destacadas donde se harán categorías, de contacto, empresa, servicios prestados, testimonios, instalaciones, personal, entre otras, para que después de subir la publicación se repostee en las historias, y finalmente se clasifique en que categoría de historia destacada, ya que estas están al comienzo del perfil y es más fácil encontrar lo que se busca desde las historias destacadas, en vez de bajar hasta la publicación que se necesite.

Por ultimo hacer uso de la App Tik Tok, al crear un perfil allí el objetivo principal de este será generar un tipo de contenido diferente al de Facebook y Instagram, ya que este contenido buscará

interactuar con los usuarios y generar mayor interacción, teniendo en cuenta que esta es una red social donde se crece con facilidad, al igual que es posible crear un impacto por lo que se subirá contenido diferente, un contenido más arriesgado, como datos curiosos, más sobre la rehabilitación, un contenido que genere emociones, que tenga un impacto, y del cual se hable y haya una comunicación directa con los usuarios.

Plan de acción

Tabla 11, *plan de acción marketing en redes sociales.*

Actividades	Responsable	Tiempo	Presupuesto
1. Creación de Facebook y Tik Tok	Alejandra Garzón	1 semana	0
2. Creación del calendario de publicaciones	Mercadólogo	Cada 3 meses	0
3. Creación de contenido	Mercadólogo	Cada 3 meses	500.000
4. Publicación de los contenidos	Alejandra garzón	Siempre	0
5. Análisis de las redes sociales	Mercadólogo	Al finalizar los 3 meses	200.000

Numero de semanas y presupuesto total	Todo un año	2.800.000
---------------------------------------	-------------	-----------

Ejemplos:

Figura 11, *ejemplo 1 de marketing en redes sociales.*



Figura 12, *ejemplo 2 de marketing en redes sociales.*



Código QR:

Instagram

Figura 13, *Código QR página de Instagram.*



Marketing display

Análisis de la situación actual

Actualmente el mundo está pasando por una transformación digital, esto es de gran importancia, debido a que a día de hoy la gente pasa largas horas en redes sociales e internet, en el momento actual la empresa Renacer LTDA no cuenta con alguna campaña de marketing, dando a entender que el sector digital no había sido importante y tampoco se ha trabajado, teniendo en cuenta lo anterior es importante definir el concepto de marketing display, esta es una estrategia, de marketing digital, basada en pantallas graficas en sitios web o redes sociales, en ella se usan GIFS, imágenes, videos, texto en movimiento, para que estos sean mostrados en sitios web y redes sociales, en dispositivos móviles o computadores y para finalizar esta estrategia se paga según costo por miles, o costo por clic.

Objetivos

Aumentar la visibilidad de la marca para tener un mayor alcance con el sitio web por medio del marketing display, usando Facebook ads, Instagram ads, y Google ads.

Estrategia

Primeramente es importante saber el tipo de publicidad que se usara en Instagram ads, Facebook ads, y Google ads, porque cada plataformas estará enfocada en un tipo específico de cliente, de acuerdo a el tipo de publicidad, se escogerá los diseños, colores, fuente de la letra, tamaño, este contenido llegara a cualquier tipo de dispositivo, para ellos, se revisara la adaptabilidad del contenido para los celulares; Después de tener una idea de lo que se quiere transmitir, se podrá empezar con la creación de contenido, este contenido tendrá que ser llamativo, y de calidad.

Para finalizar la estrategia, esta campaña de display se llevará a cabo en Google ads, Facebook ads, y instgram ads, la campaña empezará el mismo día en las 3 plataformas, y se pagará por costo por clic.

Plan de acción

Tabla 12, *Plan de acción marketing display.*

Actividad	Responsable	Tiempo	Presupuesto
1. Definición del tipo de publicidad a usar	Mercadólogo	1 semana	100.000
2. Crear el contenido	Diseñador grafico	2 semanas	600.000
3. Elección del contenido	Alejandra Garzón	1 semana	0
4. Definición del presupuesto Google ads	Alejandra Garzón	1 semana	500.000
5. Definición del presupuesto	Alejandra Garzón		500.000

Facebook ads			
6. Definición del presupuesto Instagram ads	Alejandra Garzón		500.000
7. Lanzamiento de la campaña	Mercadólogo	1 semana	0
8. Seguimiento de la campaña	mercadólogo	Cada 3 meses	300.000
Numero de semanas y presupuesto total		7 semanas y seguimiento	2.500.000

Ejemplos:

Figura 14, ejemplo 1 de marketing display.



Figura 15, ejemplo 2 de marketing display.



Métodos de pagos y Pasarela de pago

Análisis de la situación actual

Actualmente la empresa Renacer cuenta con Efectivo y Nequi para pagos, lo cual limita mucho a la empresa debido a que primeramente ha limitado la expansión de la empresa a plataformas digitales, por otra parte, limita sus ventas, haciendo más complicado y tedioso el proceso de pago, lo cual puede generar insatisfacción en los clientes.

Objetivos

Aumentar el número de pasarelas de pagos, lo cual hará que sea más flexible el proceso de pago, al igual que será más fácil los pagos digitales, y se mejora la experiencia del usuario.

Estrategia

Para esta estrategia, se continuará con efectivo y nequi, pero se añadirán 2 nuevos métodos de pagos. el primer método de pago a introducir será datafono, esto brindara seguridad a los clientes y facilitara el pago para las personas que no manejen efectivo, en este caso se recomiendan 2 empresas: la empresa Redeban, y la segunda es Bold.

Se propone trabajar con Redeban ya que cuenta con la ventaja de trabajar diferentes datafonos como: el mini datafono, datafono fijo, datafono móvil con papel, datafono móvil sin papel, y el Android pro, estas opciones tienen diferentes tecnologías, mensualidad, costos, y modelo de cobro. En ese caso, se recomienda empezar con el mini datafono o el datafono fijo, ya que el mini datafono tiene una mensualidad de 23.000 más IVA y este genera los vouchers digitalmente y son enviados por medio de correo electrónico, sin embargo, será necesario conectarse mediante

bluetooth a un celular, pero la mensualidad podría ser gratis si se realizan más de 20 transacciones por mes.

Por otro lado, el datafono fijo tiene una mensualidad de 41.000 más IVA, los vouchers son físicos y son impresos por el dispositivo, y la mensualidad es gratis si se realizan más de 45 transacciones por mes, la comisión por venta en ambos dispositivos es de 2.99%, para la empresa Redeban se recomienda empezar en el mini datafono, el cual tiene un costo 49.000.

Siguiendo con la línea de recomendaciones, Bold tiene diferentes datafonos como: Bold Neo, Bold Plus, Bold Smart, cada datafono tiene diferentes tecnologías, y costo por el dispositivo, para la empresa Bold se recomienda empezar con el datafono Bold Neo, este necesita conectarse mediante bluetooth a un celular, no tiene mensualidad, tiene una comisión de 2.99%, y el precio del dispositivo es de 59.000.

En conclusión, las opciones de Redeban y Bold son opciones similares en tecnología, y funcionamiento, las diferencias que se encuentran son el costo de los dispositivos y la mensualidad; primero el mini datafono es 10.000 más barato que el Bold Neo, pero el mini datafono tiene una mensualidad a no ser que se llegue a un mínimo de 20 ventas, y el Bold Neo no tiene ningún tipo de mensualidad, por lo que se recomienda, a la empresa Bold, debido a que no hay una mensualidad.

Y por último el segundo método será la pasarela de pago EPAYCO, esta se usará en el sitio WEB.

Plan de acción

Tabla 13, *Plan de acción Métodos de pagos y pasarela de pagos.*

Actividad	Responsable	Tiempo	Presupuesto
1. Compra del datafono	Alejandra Garzón	1 semana	59.000
2. Implementación de EPAYCO en la tienda virtual	Programador	-	0 (el presupuesto esta registrado en el presupuesto del sitio web)
Numero de semanas y presupuesto total		3 semanas	59.000

Presupuesto

Tabla 15, *Presupuesto del plan estratégico de marketing.*

Actividad	Presupuesto
Sitio Web	8.000.000
SEO	1.925.000
SEM	1.000.000
Email	1.400.000
Social Media	2.800.000
Display	2.500.000
Métodos de pagos y Pasarela de pago	59.000
Cambio de logos	6.500.000
Presupuesto total	24.184.000

Proyecciones

A continuación, se realiza una descripción de los parámetros que se tienen en cuenta para la realización de la proyección económica; es de entender una vez realizada la investigación se podrá evidenciar que las variables macroeconómicas que afectan a la empresa son:

Inflación, primeramente, es importante saber que es inflación, esta está definida como un aumento el cual es generalizado y sostenido, este aumento es de los bienes y servicios, por lo que la inflación afecta directamente a la empresa renacer, ya que con esta todos los productos incrementan de precio, lo que genera un incremento de salario en los colaboradores, y como consecuencia el aumento de precios en el portafolio de servicios.

Es importante tener en cuenta el valor porcentual de la inflación en años anteriores; es de considerar que el mundo paso por una pandemia en 2020, por lo que este año fue inusual, hubo un cambio muy grande, por lo que se empezara a tener en cuenta desde el 2021, siendo la inflación Colombiana en este año de 5.62% según DANE , esta inflación fue una de las inflaciones más altas en los últimos años, al siguiente año en 2022 la inflación registrada era de 13.12% según DANE, esta ha sido la inflación más alta en los últimos años, por último en 2023 la inflación hasta agosto de 2023 ha sido de 11.43% según DANE, se espera que este año 2023 cierre con una inflación de 8.71%, para el siguiente año se espera que la inflación se estabilice y ya no este por los 2 dígitos si no que vuelva a un solo dígito y se establezca por debajo del 5% se espera una inflación de 3.5% para el 2024, para el año 2025 se espera una inflación de 3%, según La república, y en 2026 se espera un 3.61% de inflación a nivel global, según statista, esto simboliza una estabilidad de la economía no solo en Colombia si no en el mundo, las proyecciones esperadas es que la inflación se vuelva a estabilizar al igual que una economía más

estable ya que los años 2021, 2022 y 2023 tuvieron inflaciones muy altas, las cuales afectaron a la economía colombiana y mundial.

Para la Proyección se usará la inflación más alta en todos los años, para así tener un escenario menos favorable para la empresa, la inflación a usar será de 13.12%, es de gran importancia tener en cuenta que las estimaciones de inflación es de un solo dígito, por lo que la inflación podría ser menor.

El otro factor macroeconómico que tendremos en cuenta es el crecimiento económico, este crecimiento económico estará dado por el producto interno bruto (PIB), este afecta a la empresa de una manera indirecta ya que la empresa busca crecer mínimamente el crecimiento económico.

Es importante tener en cuenta el valor porcentual del PIB en años anteriores por lo que se empezará a analizar respecto al 2021, en el 2021 el PIB subió un 10.6% según DANE, debido a que el año 2020 fue el año de pandemia, y en este año hubo un decrecimiento respecto al 2019 de 6.9% según DANE, por lo que en 2021 se empezó a ver una recuperación de la economía, continuando con el 2022 el crecimiento en este año fue de 7.5% según DANE, por lo que se evidencia un crecimiento menor pero la economía se sigue recuperando, para el año 2023 se registró un crecimiento del 3% en el primer semestre, para el segundo semestre fue de 0.3% según DANE, esto es lo mínimo que se esperaba, a simple vista estos números de crecimiento de PIB parecen muy bajos, pero esto es lo que se espera crecer normalmente, y actualmente la economía se está estabilizando después de un rebote y una inestabilidad como lo fue el año pandémico, por lo que en este final de 2023 se espera llegar a crecer hasta 4.4% según Bancolombia, teniendo en cuenta que hasta la mitad del año se ha crecido un 3,3% esta cifra no es alejada de la realidad, para el 2024 Bancolombia hizo una proyección del crecimiento del PIB, y se espera que en 2024 el crecimiento del PIB sea de 4.8%, para el año 2025 se espera un

crecimiento de 3% según el ministerio de hacienda y en 2026 se proyecta un crecimiento de 3.6%, se proyectan unos crecimientos menores respecto a los años 2021 o 2022.

La proyección económica se realiza para tres periodos para los siguientes 3 años, 2024, 2025, y 2026, las cuentas que tendrán una afectación serán ingresos operacionales, costo de ventas, gastos administrativos, gastos financieros e impuestos.

La primera cuenta es la de ingresos operacionales esta cuenta esta afectada por la inflación por lo que se espera crecer 13.12% mínimamente, Pero el crecimiento que se esperar será de 18%, este crecimiento será en los 3 años de la proyección, este crecimiento de 18% será alcanzado mediante una campaña de marketing digital.

El marketing digital es la herramienta mediante el cual se alcanzara las proyecciones indicadas para cada una de las variables que componen el estado de resultados, por la parte de los ingresos operacionales crecerá un 18%; Según McKinsey & company, se hizo un estudio en 2000 empresas, donde se encontró que las empresas con una campaña de marketing digital aumentaron sus ventas en promedio un 38%, por otra parte otro estudio realizado por Hubspot, se evidencio que en 1000 empresas con alguna campaña de marketing digital, aumentaron sus ventas entre 25% y un 50%, en estas campañas se usaron estrategias SEO, SEM, marketing display, redes sociales, entre otros, por lo que se espera que con el plan estratégico de marketing digital ayude a crecer mínimamente este 18%, hay que tener en cuenta que con el plan estratégico de marketing digital se puede crecer más, pero este 18% es lo mínimo que se espera crecer.

Por otro lado, los costos operacionales crecerán en base a la inflación, al igual que los gastos administrativos, este valor será de 13.12%.

Los pasivos financieros se acabarán de pagar a finales de 2023, por lo que a partir del 2024 en adelante no habrá gastos financieros por pasivos financieros, y en 2023 se mantendrá el mismo gasto financiero que en el 2022, por otra parte, los impuestos de las personas jurídicas son de 35% para 2023, por lo que se mantendrá este porcentaje de impuesto para la proyección.

Figura 16, Proyecciones.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1			inflacion	13,12%	13,12%	13,12%	13,12%		
2			Crecimiento ingresos operacionales	18,00%	18,00%	18,00%	18,00%		
3			gastos financieros iguales	igual	0%	0%	0%		
4			impuestos	35%	35%	35%	35%		
5				2022	2023	2024	2025	2026	
6		ingresos operacionales	\$ 1.105.092.055,00	\$ 1.304.008.624,90	\$ 1.538.730.177,38	\$ 1.815.701.609,31	\$ 2.142.527.898,99		
7		costos operacionales	\$ 576.874.776,00	\$ 652.560.746,61	\$ 738.176.716,57	\$ 835.025.501,78	\$ 944.580.847,61		
8		utilidad bruta	\$ 528.217.279,00	\$ 651.447.878,29	\$ 800.553.460,82	\$ 980.676.107,53	\$ 1.197.947.051,37		
9		gastos administrativos	\$ 399.761.553,00	\$ 452.210.268,75	\$ 511.540.256,01	\$ 578.654.337,60	\$ 654.573.786,70		
10		utilidad operacional	\$ 128.455.726,00	\$ 199.237.609,54	\$ 289.013.204,80	\$ 402.021.769,93	\$ 543.373.264,68		
11		gastos financieros	\$ 18.315.060,00	\$ 18.315.060,00	\$ -	\$ -	\$ -		
12		utilidad antes de impuestos	\$ 110.140.666,00	\$ 180.922.549,54	\$ 289.013.204,80	\$ 402.021.769,93	\$ 543.373.264,68		
13		impuestos 35%	\$ 38.549.233,00	\$ 63.322.892,34	\$ 101.154.621,68	\$ 140.707.619,47	\$ 190.180.642,64		
14		utilidad neta	\$ 71.591.433,00	\$ 117.599.657,20	\$ 187.858.583,12	\$ 261.314.150,45	\$ 353.192.622,04	\$ 802.365.355,61	Total de la proyeccion
15		Crecimiento respecto al año anterior		64%	60%	39%	35%		
16		Crecimiento del PIB (estimación)		4,40%	4,80%	3%	3,60%		
17				\$ 40.000.000,00	\$ 187.858.583,12	\$ 261.314.150,45	\$ 353.192.622,04		
18								502,42% tir (sin capital de trabajo)	
19								\$ 614.285.555,13 vpn	
20								\$ 574.285.555,13 Vna	

Esta es una simulación a 3 años la inversión que se hace es el presupuesto de marketing digital, para el primer año, al igual que la inversión del año 2 y 3, al hacer la proyección se evidencia, que la tasa interna de retorno es de 502.42% pero se debe tener en cuenta que no se tiene en cuenta el capital de trabajo neto, esta TIR es superior a el porcentaje de inflación, teniendo encuentra otro indicador el VPN, dice que la empresa ganaría 614.285.555 a valor de hoy, y esto se evidencia en el VNA, este valor es de 574.285.555, que es la ganancia neta a día de hoy, Por lo que La implementación del plan estratégico y la propuesta de logos sería viable con estas estimaciones.

Como recomendación es importante construir un flujo de caja con todas las variables que componen la empresa para componer los flujos de caja, flujo de caja libre y el flujo de caja de inversionistas, ya que en esta proyección se uso un estado de resultados.

Conclusiones

En conclusión, el marketing digital es una herramienta muy importante a día de hoy, ya que el mundo ha pasado por una transformación digital, y la empresa Renacer no quiere quedarse atrás, por lo que busca seguir creciendo de manera digital aunque esta ya sea una marca reconocida en la ciudad de Popayán; Por lo que es importante seguir las estrategias de sitio web, SEM, SEO, redes sociales, métodos de pagos y pasarelas de pagos, display, y email marketing, y aplicarlas para seguir potenciando a la marca, seguir creciendo para darle importancia al sitio web, ya que este será el motor de todo el comercio electrónico, por lo que es importante ver como se da la campaña, para en caso de que la campaña no avance como se desea, tener un plan de contención, ya que con las estimaciones hechas se evidencia la rentabilidad del plan estratégico de marketing digital.

Webgrafía

- Lorduy, J. (2021, 5 febrero). El presupuesto para marketing digital subió durante la pandemia del covid-19. Diario La República. <https://www.larepublica.co/internet-economy/el-presupuesto-para-marketing-digital-subio-durante-la-pandemia-3121283>
- León, G. (2023). Psicología del color aplicada al Marketing Digital. Agencia de inbound marketing. <https://www.mailclick.com.mx/psicologia-del-color-aplicada-al-marketing-digital/>
- Lugo, M. D. (2022, 15 febrero). Significado del color turquesa en psicología. psicologia-online.com. <https://www.psicologia-online.com/significado-del-color-turquesa-en-psicologia-6186.html#:~:text=El%20turquesa%20es%20el%20color,tranquilidad%20y%20la%20claridad%20mental.>
- PuroMarketing. (2017, 21 marzo). Por qué es tan importante escoger el color más adecuado para el logo de nuestra marca o negocio. PuroMarketing. <https://www.puromarketing.com/44/28529/tan-importante-escoger-color-mas-adecuado-para-logo-nuestra-marca-negoc>
- What is display marketing? - Ryte Digital Marketing Wiki. (n.d.). https://en.ryte.com/wiki/Display_Marketing#:~:text=Display%20marketing%20is%20advertising%20on,either%20via%20CPC%20or%20CPM

- Adquiere ya tu datafono y no pierdas mas ventas. Soluciones de e-commerce para vender con o sin página web. Tus clientes podrán pagar desde App, monedero o billetera desde su banco. (s. f.). Redeban. <https://www.rbmcolombia.com/wps/portal/index/>
- Link de pago. Bold. <https://bold.co/linkdepago/>
- Pasarela de pagos electrónicos Colombia, ePayco. (2023, 18 julio). Tarifas - :: Pasarela de pagos Electrónicos Colombia | ePayco :: :: Pasarela de pagos electrónicos Colombia | ePayco :: <https://epayco.com/tarifas/>
- Log in or sign up to view. (s. f.).
https://www.facebook.com/interfisicadelcaucaltda/?locale=es_LA
- Fisiosalud del Cauca. (s. f.). <http://fisiosaludips.co/>
- Estrategia para un mundo digital. (2021, 8 octubre). McKinsey & Company.
<https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/estrategia-para-un-mundo-digital/es>
- Tasa de inflación mundial 2015-2028 | Statista. (2023, 22 mayo). Statista.
<https://es.statista.com/estadisticas/495587/tasa-de-inflacion-global-respecto-al-ano-anterior/>
- Pursell, S. (2023, 25 septiembre). Qué es el marketing digital, sus ventajas y tipos. Hubspot. <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-marketing-digital>
- DANE - Inicio. (s. f.). <https://www.dane.gov.co/>
- Sierra, C. S. (2023, 31 enero). Inflación llegaría a meta hasta 2025 y se mantendría en dos dígitos en casi todo 2023. Diario La República.
<https://www.larepublica.co/economia/inflacion-llegaria-a-meta-hasta-2025-y-se-mantendria-en-dos-digitos-en-casi-todo-2023-3534628>

- Manager, C. (s. f.). MinHacienda revela proyecciones macroeconómicas del país – Instituto Nacional de Contadores Públicos de Colombia. <https://incp.org.co/minhacienda-revela-proyecciones-macroeconomicas-del-pais/#:~:text=El%20crecimiento%20econ%C3%B3mico%20del%20pa%C3%ADs,colombiana%20creci%C3%B3n%207%2C3%20%25>.
- Andrade, O. G., & Moreno, A. Z. (2006). Sobre la inflación. Perspectivas, 9(3), 81-115.
- Bancolombia. (2023, 14 julio). Se espera bajo crecimiento económico 2023 y 2024 Bancolombia. Bancolombia. <https://www.bancolombia.com/acerca-de/sala-prensa/noticias/economia-finanzas/bajo-crecimiento-economico-2023-2024#:~:text=Por%20%C3%BAltimo%2C%20en%20el%20frente,4%2C8%25%20del%20PIB>.
- Dana, & Dana. (2023). Tarifa General del Impuesto de Renta 2023 para personas jurídicas. Actualícese |. <https://actualicese.com/tarifa-general-del-impuesto-de-renta-2023-para-personas-juridicas/#:~:text=De%20acuerdo%20con%20lo%20establecido,personas%20jur%C3%ADdicas%20ser%C3%A1%20del%2035%20%25>
- Lewin, J. E., Lewin, J. E., & Lewin, J. E. (2023, 15 agosto). El PIB de Colombia crece solo un 0,3% en el segundo trimestre de 2023. El País América Colombia. <https://elpais.com/america-colombia/2023-08-15/el-pib-de-colombia-crece-solo-un-03-en-el-segundo-trimestre-de-2023.html>