Evelin Gutierrez Erazo

Curso:

Marketing digital

Actividad#4

estrategia integradora de monitorización.

2025

Informe – Estrategia Integradora de Monitorización

Introducción

Este informe presenta la estrategia integradora de monitorización para la empresa colombiana de cosmética natural "Belleza al día", con el objetivo de evaluar el impacto de su campaña publicitaria digital. Se abordan los aspectos de calendario de publicaciones, presupuesto de medios, indicadores clave de rendimiento (KPI) y normativa vigente en el manejo de datos personales y comercio electrónico.

1. Calendario de actuación

Duración: 1 mes | Canales: Instagram, Facebook, sitio web y landing page

Semana	Día	Canal	Tipo de contenido	Objetivo
1	Lunes	Instagram	Reel con rutina facial	Alcance y engagement
1	Miércoles	Web/blog	Artículo sobre cosmética natural	SEO / tráfico
1	Viernes	Facebook	Testimonio en video	Confianza / conversión
2	Martes	Landing Page	Banner de promoción 15% off	Ventas
2	Jueves	Instagram	Carrusel: beneficios del aceite de jojoba	Educación de producto

2. Presupuesto del plan de medios

Presupuesto total disponible: $7.000.000 COP

Canal / Herramienta	Detalle	Inversión estimada
Facebook Ads	Campañas de tráfico a landing page	$1.500.000
Instagram Ads	Historias + reels promocionales	$1.200.000
Google Ads	Búsquedas relacionadas a productos	$2.000.000
Influencer (micro)	Canje + pago por video	$1.000.000

Email Marketing	Plataforma tipo MailerLite	$300.000
Diseño gráfico	Creativos y materiales visuales	$1.000.000

3. Indicadores clave de rendimiento (KPI)

Los KPI se diseñan para medir el éxito de la campaña según sus objetivos.

Objetivo	KPI	Herramienta de medición
Aumentar ventas	Número de compras	Shopify / Woocommerce / Analytics
Captar leads	Formularios completados	Landing Page / CRM
Incrementar tráfico	Visitas web	Google Analytics
Mejorar interacción	Likes, comentarios, guardados	Instagram / Facebook Insights
Alcance digital	Personas alcanzadas	Meta Ads Manager
Clics en anuncios	CTR (Click Through Rate)	Google Ads / Meta Ads

4. Normativa aplicable

Para proteger los datos personales de los usuarios y cumplir con la ley colombiana, se deben aplicar las siguientes normas:

- Ley 1581 de 2012: Protección de datos personales. Se debe pedir autorización para recolectar información.
- Ley 1266 de 2008: Manejo de datos financieros.
- Ley 1480 de 2011: Estatuto del Consumidor. Establece derechos sobre la información y garantías.
- Ley 527 de 1999: Regula el comercio electrónico.

Aplicaciones prácticas:

- Formularios con casilla de consentimiento.
- Políticas de privacidad visibles.
- Opción de cancelar suscripción en correos.