

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

Campaña de Mercadeo Social
“Conoce a Tu perro”

Andrea González
Gustavo Cusot, Magister. Director del trabajo

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de Licenciada en Comunicación
Organizacional con mención en Relaciones Públicas

Quito, enero 2013

Universidad San Francisco De Quito
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Hoja de Aprobación de Proyecto de Titulación

Campañas de Comunicación Interna y Externa para agencia de publicidad EVA

Andrea González

Gustavo Cusot, Master y
Coordinador de Relaciones Públicas

Hugo Burgos, Ph.D. Decano del Colegio
de Comunicación y Artes Contemporáneas

Quito, enero 2013

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art.144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: -----

Nombre: Andrea González

C. I.: 1722217864

Fecha: Quito, 25 de enero 2013

Campaña de Mercadeo Social “Conoce a tu perro”

Quito, enero 2013

Campaña “Conoce a tu perro”

Objetivos:

- Orientar a los dueños de mascotas como educar y aprovechar mejor de sus perros.
- Informar los significados de los códigos que muestran los canes para comprenderlos mejor.

Aliados estratégicos

- **Amigalitos**

Organización proanimal interesada en mejorar la relación del humano con el can, enfocada en educación animal, esterilizaciones y adopciones

Beneficio de la campaña:

Recaudación de dinero

Reconocimiento

Presupuesto para campañas de educación

- **Empresa de alimento para perros : Procan**

Empresa de alimento para perros

Beneficios de la campaña:

Reconocimiento de la opinión pública junto a una organización sin fines de lucro

Primer acercamiento en redes sociales con una causa pro animal

Recordación de la marca junto a una actividad de responsabilidad con los animales

Logo de la campaña

El logo se encuentra en la presentación adjunta en este folleto.

El logo es de un color neutral entre la organización y la marca para que la gente no se confunda y entienda a la campaña como una acción

en específico que no se relaciona directamente con ninguna de las dos marcas

El logo de un perro lleva el título de "Conoce a tu perro" que es el nombre de la campaña

Mensajes de la campaña

Esta campaña tiene 4 mensajes, que irán apareciendo en la campaña de acuerdo a las actividades. El mensaje central es: "Conoce a tu perro"

1. Conoce a tu perro y mejora tu relación con él
2. Conoce a tu perro y convive mejor en familia
3. Conoce a tu perro y evita el abandono
4. Conoce a tu perro y anímate a adoptar 😊

Producto

El producto que creamos para la campaña son dijes con la silueta de un perro y con el logo de la campaña

Los dijes son significativos y pueden ser usados por el dueño o por el perro

Evento

Amigalitos requiere dinero para campañas de educación por lo que vamos a organizar un evento en el día del perro callejero el 27 de julio.

La idea del evento es apoyar a la causa de adopción, que es un proyecto de amigalitos y organizar un curso masivo de educación canina, además de darles información a los nuevos dueños

El evento unirá a fundaciones de adopción animal con amigalitos en la cabeza de la organización

Procan donará comida para los refugios y para la gente que adopte un perro

Tendremos mensajes de la campaña con el auspicio de PROCAN y el apoyo de Amigalitos

Pediremos a la gente donaciones voluntarias que serán reforzadas en redes sociales durante dos meses

Datos del evento:

Lugar: Parque La Carolina, Cruz del papa

Fecha: 16 y 17 de Julio

Hora: de 10am- 5pm

Además, venderemos los dijes para la recolección de dinero
El objetivo es vender 2.500 dijes para recaudar \$5000, una parte se venderá en el evento y otra parte se venderá con PROCAN
Los fondos serán destinados para campañas de esterilización que realice Amigalitos

Imagen

Bian Salame:

Amante de los animales, twitterera activa, conductora de
“Ecuador tiene talento” programa de ecuavisa

Bianca Salame estará presente en el evento y será la imagen frente a los medios de comunicación
Ella también hará gira de medios un mes antes del evento para reunir a la comunidad y a las organizaciones para tratar temas de adopción, educación y esterilización

Campaña

La campaña va a tener 3 partes:

1. Conoce a tu perro en la empresa

La primera parte va a ser dirigida a los trabajadores de la empresa PROCAN

Vamos a realizar talleres sobre educación canina, preparamos material enfocados en 3 aspectos clave

Estos talleres van a durar 3 meses, una vez por semana por 4 horas

Al final del taller organizaremos un paseo con todos los trabajadores y sus perros

El objetivo es que internamente en PROCAN se conviertan en embajadores de la marca y de los objetivos de ayuda a los animales de la campaña

Si la infraestructura es adecuada, después de los talleres y con el seguimiento adecuado, PROCAN podría convertirse en la primera empresa dogfriendly del Ecuador

2. Talleres de entrenamiento

La segunda parte de la campaña se dirige a la gente en general
Realizaremos los mismos talleres de 3 meses que hicimos para los empleados de la empresa

Los talleres serán gratuitos y al final del taller les daremos un diploma de "Conoces a tu perro, ¡Felicitaciones!"

Al final de los talleres organizaremos un paseo con todos los graduados
A los talleres asistirán los empleados de la marca con sus perros contando sus experiencias

En los talleres recolectaremos datos de los asistentes para enviarles información por mail de actividades relacionadas

Los talleres serán dictados por AMIGALITOS y podrán hablar de su trabajo para conseguir apoyo de los asistentes

Todos los asistentes recibirán muestras de comida gratis

Al cumplir los 3 meses de taller comenzaremos con otros, lo importante es mantener los talleres funcionando todo el tiempo

3. Seguimiento en Internet

Nos complementaremos con redes sociales e internet para mantenernos cercanos a la gente interesada en temas de educación canina

Este medio nos ayudará a captar a gente más joven y a mantener a la gente informada de temas de educación canina

Pondremos la información de las clases en línea para que la gente acceda a ella cuando tenga algún problema

Nuestra estrategia de contenidos se refiere a crear contenidos optimizados para web para armar un blog de colaboración con Amigalitos y PROCAN

Además crearemos contenidos multiplataforma: infografías, e-books, contenidos multimedia de entrenamiento canino y de datos de la realidad de los perros en el país

Blog

En el blog tendremos toda la información de las clases

Acceso a preguntas directas a expertos

Foro para que conversen sobre los problemas que cada uno tiene con sus perros

Estrategia en Redes Sociales

Crearemos un perfil de Facebook, Pinterest y Twitter para informar a la gente sobre las actividades que hacemos en conjunto con la fundación y PROCAN

Facebook

La página será administrada por PROCAN y aparte de mantener la causa de "Conoce a tu perro" será un espacio para que hablen de su marca y de sus alimentos

La aplicación que creamos para recaudar fondos estará en esta like page de "Conoce a tu perro" y "Amigalitos"

Planificaremos actividades trimestrales para los likers enfocadas en conseguir más gente que se una a nuestra causa

Twitter

Nos uniremos a las conversaciones de usuarios involucrados a la causa y con fundaciones que trabajan por el bienestar animal

El twitter será manejado por PROCAN con apoyo de Amigalitos

Pinterest

Almacenaremos toda la información visual que creemos y la que publiquemos sobre cuidado animal, adopciones, esterilizaciones, etc.

Youtube

Crearemos un canal de Youtube con pequeñas clases de nuestros expertos entrenadores de como cuidar a sus perros

Tips y experiencias de los que ya han pasado por los cursos

Email marketing

Mantendremos a la gente interesada en recibir noticias de adopciones, entrenamiento canino y más actividades a través de una base de datos que creemos con las distintas actividades

La base de datos será muy segmentada para evitar enviar spam a la gente

Pauta en medios digitales

Mantendremos pauta constante en internet, siendo nuestro medio más económico para la causa

Con la pauta ganaremos adeptos a la causa y masa critica de likers para PROCAN

Piezas:

Las piezas de la campaña se encuentran en la presentación del cd adjunto

Presupuesto

Actividad	Costo
Evento	\$2.500
Internen-mensual	\$2.000
Afiches, manuales	\$2.000
Camisetas	\$1.000
Total:	\$7.500