

Informe Final de Prácticas Profesionales: Wayna Colombia

Janith Alejandra Campos Bonilla

**Trabajo Presentado para Optar al Título de
Profesional en Negocios Internacionales**

Tutor

Andrés Ricardo Samper Fajardo

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad De Negocios Internacionales

Bogotá

2021

Resumen

Con el fin de culminar el plan de formación como Profesional en Negocios Internacionales se llevó a cabo la opción de grado Prácticas Profesionales con la empresa Wayna Colombia S.A.S. en el área de Marketing y en colaboración con el área de Planeación y el área Comercial.

Desde la planeación e implementación de estrategias de marketing para aumentar el reconocimiento de la empresa hasta el desarrollo de proyectos de impacto social y de identidad de marca, diversas actividades se llevaron a cabo como practicante dando impulso y un primer paso al aprendizaje sobre el mundo laboral, el trabajo en equipo, comunicación interna, gestión de presupuestos, creación de documentos oficiales, propuesta de estrategias, análisis de resultados e iniciativa. Así mismo, se implementó un plan de mejora con el fin de a partir de una estrategia constante, aumentar el alcance de las redes sociales de Wayna y con ello, el reconocimiento de la empresa.

Agradecimientos

Gracias a mi familia por apoyarme en todos mis objetivos, a la Universidad Santo Tomás por brindarme el espacio propicio para aprender, a los profesores que hicieron parte de mi proceso de formación y me apoyaron en la consecución de la práctica profesional y a Wayna Colombia junto con todo su equipo de trabajo que me permitieron unirme a ellos y continuar con mi aprendizaje como futura profesional en Negocios Internacionales.

Introducción

Wayna Colombia S.A.S. es una agencia de consultoría que ofrece diversos servicios a pequeñas y medianas empresas en la que durante un semestre entre octubre 2020 y marzo 2021 se llevó a cabo el requisito de práctica profesional para culminar el plan de formación como profesional de Negocios Internacionales en la Universidad Santo Tomás y dar paso a la graduación.

A lo largo de este documento se plasma la información requerida de la empresa, las actividades realizadas como practicante de Wayna Colombia y el plan de mejora implementado.

Contenido

| | |
|--|----|
| La Empresa: Wayna Colombia S.A.S..... | 6 |
| 1.1 Aspectos Generales | 6 |
| 1.1.1. Misión, Visión y Valores | 6 |
| 1.1.2. Ubicación Geográfica | 6 |
| 1.1.3. Estructura Organizativa | 7 |
| 1.1.4. Unidad o Departamento en el que se Desarrolla la Práctica..... | 7 |
| Planteamiento De Plan De Mejora Respecto A Las Prácticas Profesionales | 9 |
| 2.1 Planteamiento Central del Informe de Prácticas Profesionales..... | 9 |
| 2.2 Limitaciones y Alcance del Trabajo de Prácticas Profesionales..... | 9 |
| 2.3 Objetivo General del informe de Prácticas Profesionales | 10 |
| 2.3.1. Objetivos Específicos..... | 10 |
| Contenido Plan De Mejora..... | 10 |
| 3.1 Propuesta de Mejora..... | 10 |
| 3.2 Conclusiones | 11 |
| 3.3 Bibliografía..... | 12 |
| 3.4 Anexos..... | 13 |
| Seguimiento Práctica Profesional | 14 |
| 4.1 Programación de actividades realizadas en la organización, de acuerdo a las prácticas profesionales..... | 14 |
| 4.2 Cumplimiento de objetivos trazados por mes | 14 |

La Empresa: Wayna Colombia S.A.S.

1.1 Aspectos Generales

1.1.1. Misión, Visión y Valores

Misión.

“Promover el éxito de nuestros clientes por medio de servicios con altos estándares de calidad.” (Wayna Colombia, s.f.).

Visión.

“Ser líderes en la creación de estrategias y metodologías que permitan posicionar Startups, MiPymes, y Pymes; encaminándolas hacia el cumplimiento de metas.” (Wayna Colombia, s.f.).

Valores.

Confianza, Respeto, Honestidad, Ética Profesional, Trabajo en Equipo, Efectividad, Servicio y Responsabilidad Social (Wayna Colombia, s.f.).

1.1.2. Ubicación Geográfica

Calle 21 #6-69 Piso 3, Tunja, Boyacá Colombia.

Calle José Gonzáles 331 INT 403^a, Miraflores, Lima Perú.

1.1.3. Estructura Organizativa

Figura 1 Organigrama



1.1.4. Unidad o Departamento en el que se Desarrolla la Práctica

Área de Marketing. Colaboración con el área de Planeación y el área Comercial.

Funciones como la comunicación con otras áreas, liderazgo de proyectos, interacción con la comunidad en redes sociales, trabajo en equipo, investigación de mercados e interacción con potenciales clientes fueron la base para identificar las características necesarias para realizar un análisis DOFA.

1.1.4.1 Análisis DOFA

Fortalezas.

- Diversidad en el portafolio de servicios que le permiten abarcar un mayor mercado como agencia consultora.
- Calidad del servicio que supone la fidelización y retorno de clientes.
- Enfoque juvenil que constantemente va en busca de las tendencias y cambios que presentan los diversos sectores por los que la empresa se moviliza.
- Con capacidad de oferta de servicios de forma presencial y virtual.
- Ubicación en dos países: Colombia y Perú.
- Organización horizontal que permite el intercambio de ideas, trabajo en equipo, sentido de pertenencia y el fomento de confianza entre líderes y equipos de trabajo.
- Objetivos fijados en base al impacto social que se busca desarrollar a partir de un enfoque e impulso emprendedor.
- Servicio único y personalizado con enfoque en Startups, MiPymes y Pymes.

Oportunidades.

- Expansión a otras regiones de Colombia además de la ya abarcada en Tunja, Boyacá.
- Expansión a otras regiones de Perú además de la ya abarcada en Lima, Perú.
- Alianzas con empresas que se desenvuelven en áreas de trabajo más especializadas.
- Contacto a través de internet con potenciales clientes.
- Conferencias, foros, ferias y eventos virtuales por medio de los cuales dar a conocer la empresa.
- Apoyo y trabajo conjunto de y con entidades que apoyen a emprendedores.

Debilidades.

- **Falta de reconocimiento regional y nacional. (Debilidad tenida en cuenta para la realización del Plan de Mejora)**
- Falta de organización y fijación de plazos en los objetivos y/o tareas a desarrollar.
- Comunicación constante entre las diversas áreas de la empresa.
- Consecución de nuevos clientes de forma regular a través de internet.
- Falta de personal experimentado y calificado para áreas específicas de trabajo.

Amenazas.

- La pandemia del Covid-19, que limita la interacción con los clientes en algunos servicios a ofrecer.
- Cierre de pequeñas y medianas empresas, principales clientes de Wayna y falta de presupuesto de los clientes potenciales para contratar los servicios de la empresa.
- La competencia, que al ser más reconocidos abarcan una considerable cuota de mercado y podrían desarrollar estrategias similares a las de Wayna.
- Las leyes, que cada vez se manifiestan con mayores beneficios para los trabajadores, lo que supone mayores costos sobre el personal de trabajo.

Planteamiento De Plan De Mejora Respecto A Las Prácticas Profesionales**2.1 Planteamiento Central del Informe de Prácticas Profesionales**

Wayna Colombia es una empresa que cuenta con objetivos, motivaciones y estrategias de negocio suficientes y destacables para crecer y posicionarse en el mercado hasta liderar entre las agencias consultoras, sin embargo, su falta de reconocimiento y relativa corta experiencia se presentan como una de las mayores debilidades e incluso amenazas que debe enfrentar para conseguir dicho objetivo. Toda empresa para funcionar requiere de clientes que confíen en ella, la reconozcan y recomienden, creando una red de clientes a raíz de la calidad y cumplimiento que ofrezca la empresa, por lo cual, la estructuración de la misma se convierte en una necesidad y objetivo principal a abarcar. Incrementar el reconocimiento de la empresa supone el medio perfecto para hacer frente a otras debilidades y amenazas como lo son la consecución de nuevos clientes y la mejora en la capacidad de competir con otras empresas similares.

2.2 Limitaciones y Alcance del Trabajo de Prácticas Profesionales

Desde mi trabajo de prácticas profesionales, cuento con la posibilidad de comunicarme libremente tanto con el equipo de trabajo como con potenciales clientes que se puedan encontrar a través de redes sociales, sin embargo, al no ser yo quien ofrece el servicio de consultoría (entre otros), limita mi interacción y conocimiento a compartir con los mismos.

2.3 Objetivo General del informe de Prácticas Profesionales

Aumentar el reconocimiento de la empresa de forma que incremente su alcance a potenciales clientes y continuar su posicionamiento en su nicho de mercado. El Plan de Mejora propuesto se trabaja en el área de Marketing.

2.3.1. *Objetivos Específicos*

1. Incremento de la comunidad en Instagram.
2. Interactuar continuamente con la audiencia.
3. Aumentar el alcance del perfil de Instagram.

Contenido Plan De Mejora

3.1 Propuesta de Mejora

Estrategia de crecimiento de la comunidad Wayna en Instagram a través de la planeación, implementación y análisis de resultados del contenido y alcance o reconocimiento de Wayna Colombia en la red social.

Se propone realizar la planeación de contenido con un calendario de redes sociales para la plataforma Instagram con el fin de ofrecer información de interés a los actuales y posibles seguidores, en el que se busca publicar de 5 a 6 días a la semana en comparación con 1 día a la semana que se llevaba implementando en 2020. Buscando nutrir las publicaciones realizadas con anterioridad, asegurando la constancia y calidad de las mismas, se lleva a cabo el plan de publicaciones desde febrero. Finalmente, en marzo se hace uso de la herramienta de publicidad paga Instagram Ads durante 5 días para dar a conocer el perfil de Wayna Colombia en un alcance significativo y obtener nuevos seguidores.

El KPI o los resultados esperados es un incremento del 20% en los seguidores en Instagram para marzo, así que cualquier resultado superior al mencionado, será considerado un éxito de la estrategia. Tras realizar el diseño de contenido y la publicación, se observa un aumento constante en la interacción de la comunidad con el perfil de Wayna Colombia y el alcance de las

publicaciones, dependiendo del contenido, llega a nuevos usuarios interesados obteniendo cada semana al menos un seguidor nuevo.

3.2 Conclusiones

Tras la aplicación de la estrategia propuesta como plan de mejora desde el 15 de enero hasta el 5 de marzo, se observa un incremento en los seguidores del 26% con un aumento en la interacción con el contenido del 69% y un alcance de más del 3000%, por lo que la estrategia implementada ha sido considerada un éxito y se recomienda continuar con la regularidad en publicación de nuevo contenido para mantener un constante alcance y crecimiento de la comunidad.

Los conocimientos adquiridos en la carrera de Negocios Internacionales como la investigación de mercado, análisis empresarial y estadístico y administración de negocios, entre otros, llevaron al diseño del Plan de Mejora implementado, en el que las estrategias de mercadeo, los saberes necesarios en derecho, la planificación de proyectos y el análisis de resultados fueron algunos de los aprendizajes que ayudaron a la planeación y ejecución oportuna del plan mencionado.

3.3 Bibliografía

Wayna Colombia. (s.f.). *Quiénes somos* .20 de Enero de 2021

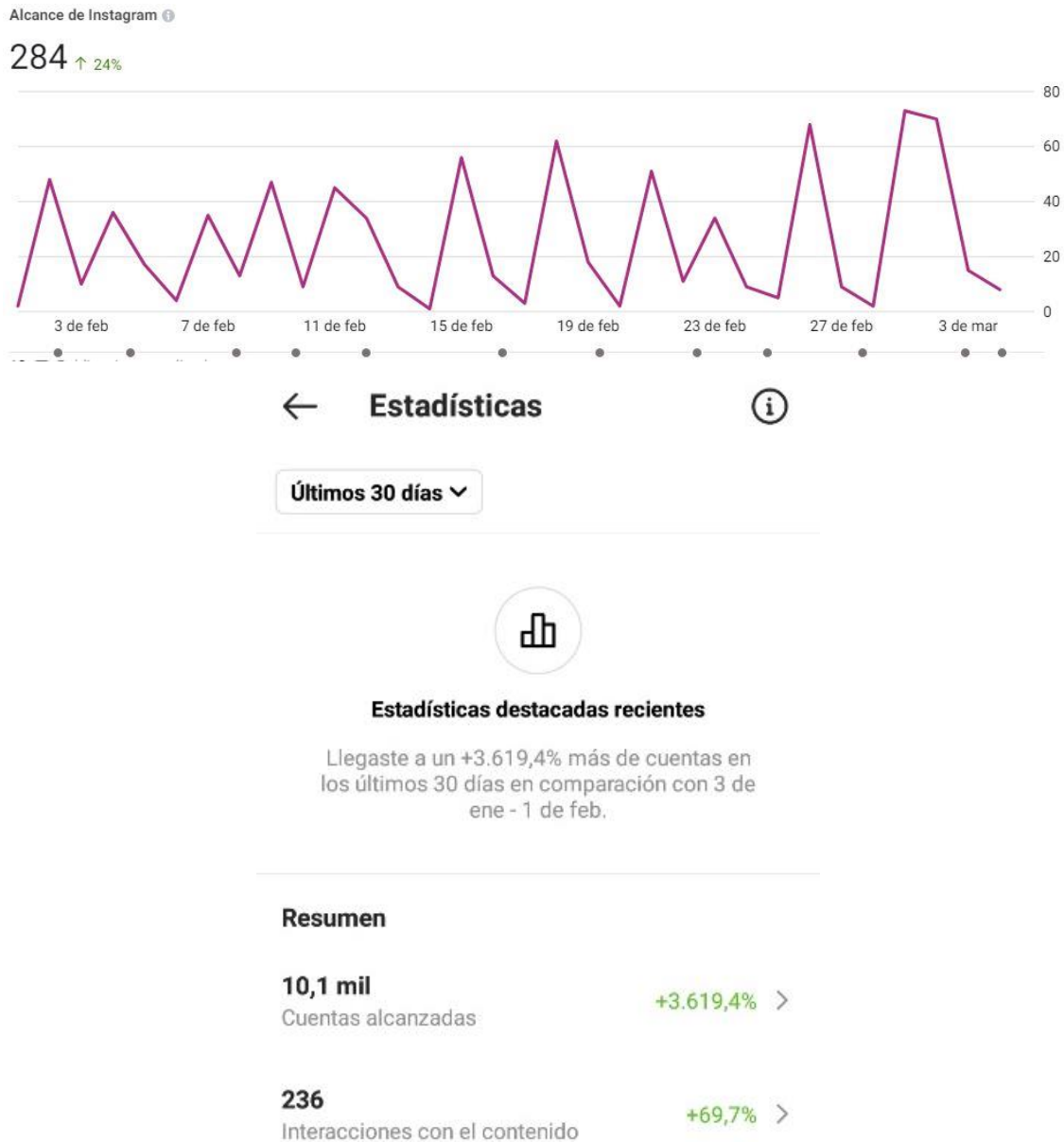
<https://www.waynacolombia.com.co/>

Wayna Colombia [@waynacolombia]. (s.f.). Posts [Perfil de Instagram]. Instagram. Marzo 5, 2021, de <https://www.instagram.com/waynacolombia/?hl=es-la>

3.4 Anexos

Gráficas y datos obtenidos a partir de las estadísticas impartidas por la plataforma Instagram para un Perfil Empresarial.

Figura 2 Estadísticas de Instagram



Nota: Adaptado de Estadísticas, de @waynacolombia [Instagram], marzo 5 de 2021.

Seguimiento Práctica Profesional

4.1 Programación de actividades realizadas en la organización, de acuerdo a las prácticas profesionales

Al inicio de las prácticas profesionales con Wayna Colombia S.A.S. se llevó a cabo una socialización virtual con todos los integrantes de la empresa, de modo que se conociese los servicios que ofrece y a través de qué procesos se llevan a cabo, dando paso a una capacitación para hacer uso de los medios de comunicación de la empresa. Se realizaron actividades de acompañamiento a clientes, trabajo colaborativo con practicantes de otras áreas, creación de documentos y contenidos de identidad corporativa y de marca, gestión de redes sociales, planeación de proyectos de impacto social e implementación del plan de mejora, todo manteniendo comunicación constante con el líder directo.

4.2 Cumplimiento de objetivos trazados por mes

4.2.1 Ciclo 1

01/10/2020 – 01/11/2020

Acompañamiento coworking y asesoría en direccionamiento de empresa.

Gestión inicial de redes sociales para Wayna Perú.

4.2.2 Ciclo 2

02/11/2020 – 31/12/2020

Estrategias de contenido para la página web de Wayna Colombia.

Gestión inicial de nuevo proyecto de impacto social.

Implementación de contenido en redes sociales para acercarse a potenciales clientes.

Construcción de documentos de organización corporativa e identidad de marca.

Integración del Equipo.

4.2.3 Ciclo 3

01/01/2021 – 01/02/2021

Gestión de redes sociales de Wayna Perú y Wayna Colombia para humanizar la marca, interacción con seguidores y creación de contenido.

Aplicación del Plan de Mejora.

Planeación y desarrollo de estrategias de marketing.

Planeación de proyecto de CrowdFunding.

4.2.4 Ciclo 4

02/02/2021 – 31/03/2021

Implementación y Análisis del Plan de Mejora.

Introducción y capacitación de nuevos integrantes del equipo de trabajo.

Revisión proyecto de Crowdfunding.

Investigación de mercado de la competencia.

Planeación de retiro empresarial.

Propuestas de nuevas estrategias de negocio.

Planeación y desarrollo de estrategias de contenido en redes sociales.

Delegación de tareas y/o proyectos.