



RUTAF
¡Fortalécete!



PLAN DE ACCIÓN EMPRESARIAL

AD.zarzamora

Septiembre 2024

Realizado por:

Karol Juliana Ravelo Pinto

Maria Alejandra Cala Supelano



ESTRATEGIA

ESTRATEGIA 1

ESTRATEGIA 2

ESTRATEGIA 3



OBJETIVO

Investigación y mapeo de la empresa

Enfoque en un estilo más sofisticado y elegante

Analizar estrategias para dar a conocer la marca



ACTIVIDADES

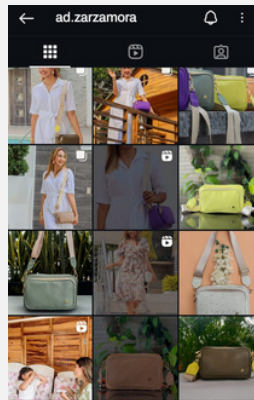
- Socialización
- Diagnóstico sobre la actividad en cuanto a redes sociales de la empresa.

- Revisar si las redes sociales coinciden con lo que busca la marca.

- Recolectar de diferentes páginas similares



EVIDENCIA



adjuntar documento, informe, fotografía



RECURSOS NECESARIOS

- Redes sociales o canales de comunicación con los clientes

- Redes sociales

- Redes sociales, campañas publicitarias.



RIESGOS Y CONTINGENCIAS

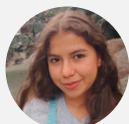
- No obtener suficiente información

- No tener claridad en lo que quiere demostrar hacia el cliente.

- Que las estrategias no funcionen para la marca o no generen el impacto que queremos.



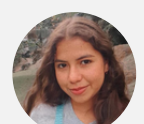
RESPONSABLE



Estudiante
Karol Ravelo



Estudiante
Alejandra Cala



Estudiante
Karol Ravelo



ESTRATEGIA

ESTRATEGIA 4



OBJETIVO

Manejo de editores para fotos y videos



ACTIVIDADES

- Que la empresaria conozca sobre el manejo de editores para la creación de contenido



EVIDENCIA



RECURSOS NECESARIOS

- Cap cut, instagram, entre otros.



RIESGOS Y CONTINGENCIAS

- Que la plataforma no sea amigable con las personas o que sea de pago.



RESPONSABLE



Estudiante
Alejandra Cala

ESTRATEGIA 5

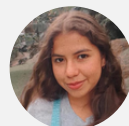
Crear TikTok

- Abrir la red social TikTok con el fin de expandir nuestro publico.



- Sincronización de promociones de Instagram en TikTok

- No generar suficiente contenido llamativo que capte la atención.



Estudiante
Karol Ravelo

ESTRATEGIA 6

Participación en ferias y eventos locales de emprendimiento

- Preparar un stand atractivo, con productos destacados y promociones especiales.
- Entregar material promocional como tarjetas de presentación



- Presupuesto para el stand, productos de muestra, material promocional, logística para transportar los productos
- Baja asistencia o ventas en el evento.
- Promocionar la participación de la marca antes del evento en redes sociales



Estudiante
Alejandra Cala

CRONOGRAMA

TAREAS

AGOSTO

SEPTIEMBRE

OCTUBRE

NOVIEMBRE

OBJETIVO 1

Socialización

Diagnóstico

OBJETIVO 2

Revisión y búsqueda

OBJETIVO 3

Recopilación de datos

OBJETIVO 4

Manejo de aplicaciones de edición

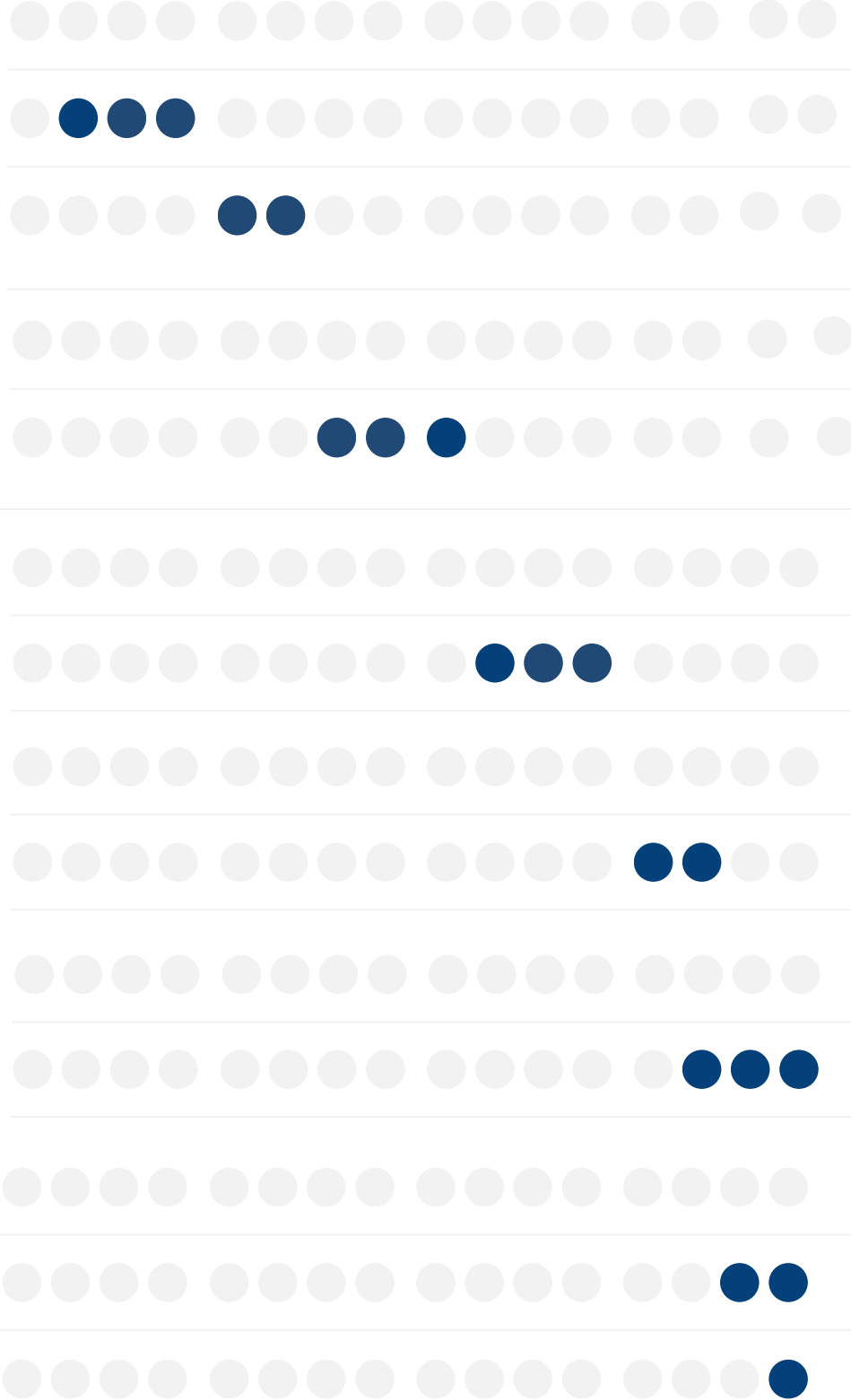
OBJETIVO 5


Abrir TikTok

OBJETIVO 6

Preparación stand

Proporción de material promocional





Digital Marketing

Gracias

Información contacto

✉ karoljuliana.ravelo@ustabuca.edu.co

✉ mariaalejandra.cala@ustabuca.edu.co