

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL EN PARQUESOFT META Y ORINOQUÍA,
UPSTRATEGY



JULIANA BARRIOS ARÉVALO



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2024

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL EN PARQUESOFT META Y ORINOQUÍA,
UPSTRATEGY

JULIANA BARRIOS ARÉVALO

Informe de práctica presentado como requisito para optar al título de Profesional en Negocios
Internacionales

Tutor

Mg. MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Magister en Educación

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2024

Autoridades Académicas

P. Álvaro José ARANGO RESTREPO, O. P.

Rector General

P. Mauricio Antonio CORTÉS GALLEGO, O. P.

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O. P.

Rector Seccional Villavicencio

P. Rodrigo GARCÍA JARA, O. P.

Vicerrector Académico Seccional Villavicencio

Mg. Julieth Andrea SILVA TOBÓN

Secretaria General Seccional Villavicencio

Mg. Javier Humberto TRILLOS CELIS

Decano de la Facultad de Negocios Internacionales

Dedicatoria

A Dios, nada de lo que tengo y lo que soy sería posible sin ti

Mamá, te amo desde el primer día en que te vi, por siempre serás mi más grande inspiración sobre lo que es la nobleza, entrega y el amor a una familia. Ojalá existieran más personas como tú.

Papá, tu mi superhéroe, nunca me hubieran podido dar un padre mejor que tú, por ti aprendí que la perseverancia y la fortaleza lo son todo en la vida. Te amo para siempre.

Emi y Jero, los amores de mi vida, siempre serán el motor de mi corazón.

Agradecimientos

A cada una de las personas que ha estado para mí a lo largo del camino, a quienes me bendicen todos los días en sus oraciones, que sin importar el tiempo ni la distancia siempre los puedo sentir junto a mí.

Gracias a todas aquellas personas que han creído en mí, a quienes me han llenado de sabiduría con sus consejos, a todos los que me han engrandecido, pero que también me han corregido cuando ha sido necesario.

A cada uno de ustedes, les expreso mis más grandes agradecimientos.

Dios los bendiga.

Contenido

	Pág.
Resumen	11
Abstract.....	12
Glosario	13
Introducción.....	15
1. Objetivos.....	16
1.1. Objetivo general	16
1.2. Objetivos específicos.....	16
2. Perfil de la empresa	17
2.1. Misión	17
2.2. Visión	18
2.3. Ubicación	18
2.4. Estructura organizacional.....	19
3. Cargo desempeñado y funciones asignadas	19
3.1. Nombre del cargo	19
3.2. Funciones desempeñadas	19
3.3. Actividades realizadas.....	20
3.3.1 Proceso de acompañamiento en reuniones de planeación y analítica de datos	20
3.3.2 Análisis de métricas de Meta Business Suite	20
3.4. Evidencias sobre las actividades realizadas	21
4. Análisis DOFA y PESTEL de Upstrategy	22
4.1 Matriz DOFA	22
4.2 Análisis matriz DOFA	23
4.3 Matriz PESTEL	26
4.4 Análisis matriz PESTEL	27
5. Plan de mejora	30
5.1 Problemática identificada	31
5.1.1 Nombre de la actividad propuesta.....	31

5.1.2	Descripción de acciones de mejora	31
5.1.3	Plazo de implementación	32
5.1.4	Responsable de seguimiento o evaluación	32
Conclusiones		33
Referencias bibliográficas		34
Anexos		36

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1 Matriz DOFA	22
Tabla 2 Matriz DOFA CRUZADA.....	25
Tabla 3 Análisis Pestel	26
Tabla 4 Plan de mejora.....	30

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1 Logo de Upstrategy	17
Figura 2 <i>Ubicación geográfica de Upstrategy</i>	18
Figura 3 <i>Organigrama Upstrategy</i>	19
Figura 4 <i>Acompañamiento a juntas laborales.</i>	21
Figura 5 <i>Análisis de métricas a Google.</i>	21

Lista de Anexos

	Pág.
Anexo 1 Portada de la guía de creación de contenido digital.	36
Anexo 2 Cronograma de planificación semanal.	37
Anexo 3 Pieza publicitaria para campaña en Epson	38
Anexo 4 Pieza publicitaria para campaña en Kiut	38

Resumen

Este documento tiene por finalidad destacar las vivencias y los aprendizajes adquiridos por la persona en Upstrategy, una empresa de marketing digital y desarrollo web. La pasantía fue realizada bajo la remisión de Parque Soft Meta y Orinoquia para la ejecución de la práctica empresarial. Durante este periodo, se desempeñó el rol de diseño de estrategias digitales y community manager. Entre las actividades realizadas se incluyen la creación de estrategias de contenido digital, la redacción de textos para campañas publicitarias, el diseño de piezas gráficas para las empresas asignadas, la elaboración de informes detallados sobre las juntas empresariales y el análisis de métricas y datos.

Además de las funciones mencionadas, en la práctica empresarial se tuvo la oportunidad de conocer y desempeñar otro aspecto clave para el funcionamiento de la empresa, el cual es el desarrollo web, un aspecto crucial para la empresa junto con el marketing digital. Esta experiencia permitió comprender la integración de diferentes áreas para optimizar la eficiencia y proporcionar mayor valor agregado y una experiencia mejorada a los clientes.

Para concluir, se presentarán recomendaciones basadas en un plan de mejora desarrollado a partir de una matriz DOFA, donde se evaluaron las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de Upstrategy. Con base en este análisis, se diseñaron estrategias para el plan de mejora, las cuales se implementarán mediante una guía de creación de contenido. El objetivo de estas acciones es contribuir al continuo progreso de la empresa.

Palabras Clave: Marketing digital, publicidad, contenido, empresa, upstrategy, desarrollo web.

Abstract

This document aims to highlight the experiences and lessons learned in Up strategy, a digital marketing and web development company, to which I was referred by Parque Soft Meta and Orinoquia for my internship. I worked in the role of digital strategy designer and community manager. Among the activities performed were the creation of digital content strategies, copywriting for advertising campaigns, design of graphic pieces for assigned companies, preparation of detailed reports on business boards and analysis of metrics and data.

In addition to the functions mentioned above, I had the opportunity to learn and perform in another key aspect for the operation of the company: web development. This area is a fundamental pillar in the company along with digital marketing, which allowed me to understand that different aspects can be merged in a company to make it more efficient and thus provide added value and a better customer experience.

Finally, recommendations will be provided from an improvement plan that was developed based on the realization of a SWOT matrix, where the weaknesses, opportunities, strengths and threats of Upstrategy were analyzed. Based on this analysis, strategies were developed for the improvement plan, which will be applied through a content creation guide, whose objective is to contribute to the continuous improvement of the company.

Keywords-: Digital marketing, Advertising, Content, Company, Upstrategy, web development

Glosario

Marketing: Conjunto de estrategias empleadas para la comercialización de un producto y para estimular su demanda. (Real Academia Española, 2023)

Desarrollo web: Es el proceso de creación y mantenimiento de sitios web y se conforma de una amplia variedad de acciones que van desde la creación de códigos y diseño, hasta la administración de los contenidos y del servidor. (Ortega, 2024)

Empresario: La ley comercial aplica el concepto de empresario a quien se dedica en forma habitual y profesional a la actividad de la industria, al comercio o a la prestación de servicios, mediante la realización de los denominados actos de comercio o actos mercantiles. (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f)

SEO: Es la sigla para Search Engine Optimization, que significa "optimización para motores de búsqueda". Consiste en una serie de técnicas, disciplinas y estrategias de optimización que se implementan en las páginas de un sitio web o blog para mejorar su posicionamiento en los buscadores. (Mousinho, 2020)

Landing page: Una Landing Page es un tipo de página que tiene como objetivo generar leads. Es decir, busca que los usuarios realicen la acción de aceptar la política de privacidad y entregar sus datos a una empresa. Rellenar ese lead implica que el usuario está interesado en el servicio o producto y que, por lo tanto, el negocio online está un paso más cerca de conseguir su objetivo. (Instituto Europeo de Posgrado (IEP), 2019)

E-commerce: Según el documento CONPES 4012 de 2020 (Política Nacional de Comercio Electrónico) y tomando la definición de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) el comercio electrónico "es la venta o la compra de bienes o servicios, realizadas mediante redes informáticas a través de métodos específicamente diseñados con el propósito de recibir o procesar pedidos, independientemente de si el pago y la entrega de los bienes o servicios ocurren en línea" (Departamento Nacional de Planeación (DNP), 2020; Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, s.f)

Google Analytics: Google Analytics es una plataforma que recoge datos de sus sitios web y aplicaciones para crear informes que proporcionan estadísticas sobre su empresa.

Te proporciona, de forma gratuita, las herramientas que necesitas para conocer el recorrido que siguen los clientes y mejorar el retorno de la inversión que obtienes de tu estrategia de marketing. (Google, s.f)

Lead: Un *lead* es un posible consumidor de un producto o servicio que ofrece sus datos a través de un canal de comunicación determinado. Hablamos, por tanto, de un cliente potencial convertido en un registro que atravesará diferentes etapas y que, por lo general, suele obtener algo a cambio de su información personal, ya sea una participación en un concurso, un descuento o un recurso descargable. (Molina, 2023)

Networking: El networking es un modelo comercial que se basa en crear una red de distribuidores para hacer crecer un negocio. Por lo general, implica el uso de tres tipos básicos de modelos de rentabilidad, a saber: generación de clientes potenciales, reclutamiento y creación y administración. (Inbound Marketing, 2021)

Análisis de datos: El análisis de datos es el estudio exhaustivo de un conjunto de información cuyo objetivo es obtener conclusiones que permitan a una empresa o entidad tomar una decisión. (Westreicher, 2024)

Campaña Publicitaria: Un conjunto de acciones creadas con el objetivo de difundir una marca o promocionar un producto/servicio. (Universidad, 2024)

Community manager: Profesional responsable de construir y administrar la comunidad online y gestionar la identidad y la imagen de marca, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans en internet. (Fuente, 2023)

Seguridad Cibernética: Es la práctica de proteger equipos, redes, aplicaciones de software, sistemas críticos y datos de posibles amenazas digitales. Las organizaciones tienen la responsabilidad de proteger los datos para mantener la confianza del cliente y cumplir la normativa. (*¿Qué Es La Ciberseguridad? - Explicación De La Ciberseguridad - AWS*, n.d.)

Redes sociales: Son una herramienta de comunicación que posibilita el intercambio de ideas, e información a través de la web. Están fundamentadas en Internet y brindan a los usuarios la posibilidad de interactuar y compartir contenido como información personal, documentos, videos e imágenes. (Del Campo Fernández-Paniagua, 2022)

Tendencias: Son un patrón social que el marketing analiza para sacar parámetros que aplicar a los nuevos productos; garantizando de esta forma que la empresa para la que trabajan vaya acorde con las necesidades, gustos y preferencias en general de la sociedad del momento. (Euroinnova Business School, 2023)

Introducción

Este informe se encontrará la experiencia adquirida durante la práctica empresarial en Upstrategy, una reconocida empresa de marketing digital y desarrollo web con más de 10 años de trayectoria en Bogotá. Upstrategy se ha destacado por ofrecer diversos servicios que incluyen la creación de páginas web, gestión de redes sociales, desarrollo de estrategias SEO, producción de videos, gráficos y otros materiales visuales.

Durante la práctica, se centró en el diseño y seguimiento de estrategias de marketing de contenidos en Upstrategy. Esta experiencia permitió aplicar los conocimientos adquiridos durante su formación académica y enfrentar desafíos específicos del sector del marketing digital. Upstrategy presta sus servicios a una variedad de clientes, tanto nacionales como internacionales, proporcionando servicios especializados en marketing digital, con un enfoque particular en el desarrollo web.

A lo largo del periodo desempeñado en la empresa, se desarrollaron habilidades prácticas significativas para obtener una comprensión integral del funcionamiento de una agencia de marketing digital. Además, la participación en la implementación de estrategias de análisis de datos, utilizando herramientas analíticas como Meta Business Suite para evaluar el rendimiento de campañas de marketing digital y la retención de leads. Esta experiencia permitió comprender los comportamientos de los usuarios y colaborar en el desarrollo de estrategias efectivas con el equipo de trabajo, con el objetivo de mejorar la experiencia de los clientes.

1. Objetivos

1.1. Objetivo general

Desarrollar estrategias integrales de marketing digital para la empresa Upstrategy que aumenten la visibilidad, el compromiso y la interacción del público objetivo para optimizar el rendimiento de las campañas publicitarias y generar leads de calidad.

1.2 *Objetivos específicos*

- Desarrollar y ejecutar campañas publicitarias, utilizando piezas gráficas de mi autoría para desarrollar en diferentes plataformas digitales, con el objetivo de aumentar la visibilidad y el compromiso del público objetivo.
- Redacción de textos atractivos para publicaciones en redes sociales de los clientes de Upstrategy mediante marketing de contenidos, con el fin de aumentar la interacción y la participación del público.
- Analizar datos y métricas de campañas publicitarias identificando áreas de mejora y proponiendo recomendaciones para optimizar el rendimiento futuro.
- Implementar estrategias para generar leads para los clientes de Upstrategy, utilizando tácticas como formularios de contacto, suscripciones, y campañas de correo electrónico.
- Desarrollar una guía de marketing digital en donde se incluye estrategias, técnicas SEO, consejos útiles para creación de contenido para Upstrategy con el objetivo de brindar un plan de mejora a la empresa.
- Creación de un calendario de contenido detallado para organizar las actividades de marketing y publicidad de la empresa, asegurando una planificación eficiente y una ejecución oportuna de las tareas.

2. Perfil de la empresa

Figura 1 Logo de Upstrategy



Nota. Adaptado de (Upstrategy, 2024)

A través de esta imagen se puede evidenciar el logo de la empresa Upstrategy de marketing digital en Colombia. La cual se dedica a impulsar la marca de sus clientes hacia el éxito online mediante servicios como diseño de páginas web, SEO y gestión de redes sociales, generando resultados efectivos.

2.1. Misión

Upstrategy es una empresa dedicada a conectar servicios de consultoría con herramientas digitales, con el objetivo de desarrollar estrategias de marketing digital que fortalezcan el modelo de negocio de sus clientes. La misión de Upstrategy se centra en la creación e implementación de soluciones efectivas en áreas como el marketing en buscadores (SEM), la optimización para motores de búsqueda (SEO), el análisis de datos (Analytics), el marketing de contenidos y la consultoría especializada. A través de estos servicios, Upstrategy busca potenciar el crecimiento y éxito de sus clientes en un entorno digital cada vez más competitivo. (Upstrategy, 2024)

2.2. Visión

Upstrategy es una empresa líder en soluciones de marketing digital, comprometida con impulsar el éxito de sus clientes mediante estrategias innovadoras y efectivas. Con un enfoque integral que abarca desde la consultoría especializada hasta el uso de herramientas digitales avanzadas, Upstrategy se dedica a optimizar el rendimiento y crecimiento de los negocios en el competitivo entorno digital actual.

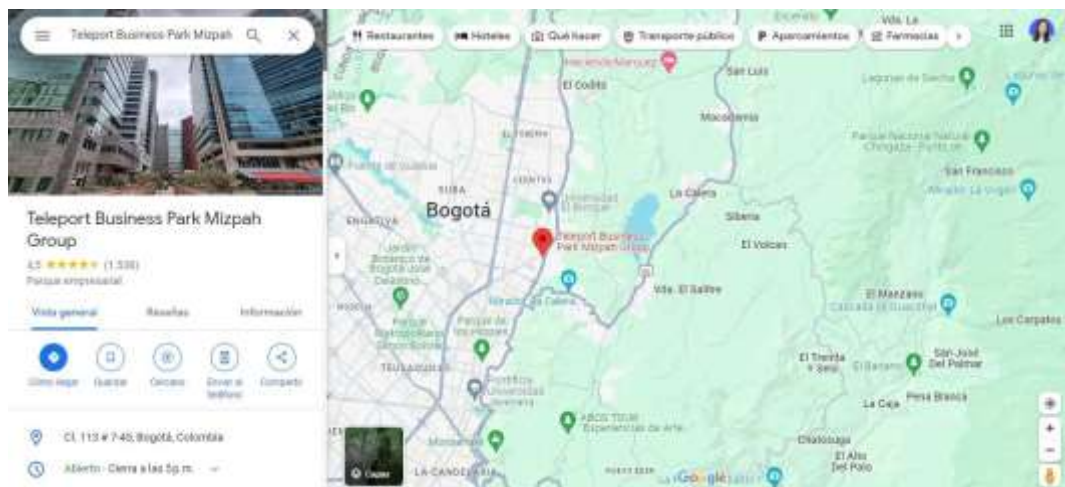
De esta manera en el 2030 Upstrategy será reconocida por apoyar a las compañías en el desarrollo empresarial e innovación a través del marketing digital, fortaleciendo el ecosistema de base tecnológica web. (Upstrategy, 2024)

2.3. Ubicación

A continuación se puede evidenciar en detalle de la ubicación de la empresa Upstrategy la cual cuenta con oficinas en la calle 113#7-45 en Bogotá, Colombia , en la siguiente ubicación.

<https://www.google.com/maps/place/Teleport+Business+Park+Mizpah+Group/@4.6917972,-74.035116,15z/data=!4m2!3m1!1s0x0:0xf670b8dd9c1151b5?sa=X&ved=1t:2428&ictx=111>

Figura 2 Ubicación geográfica de Upstrategy



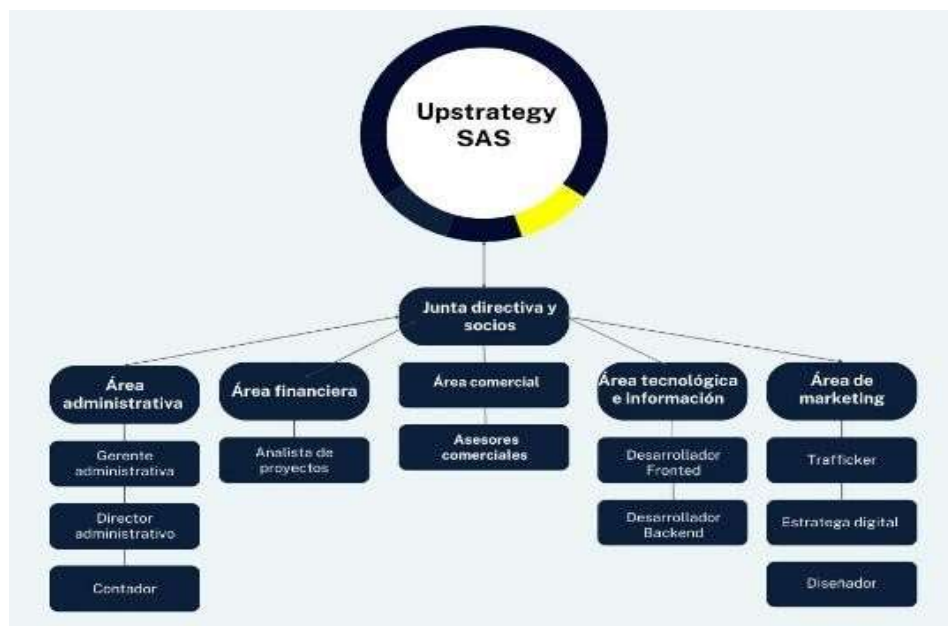
Nota. Captura de pantalla de la ubicación geográfica de la oficina de Upstrategy, tomada desde la página web.

2.4. Estructura organizacional

A continuación, se presenta la estructura organizacional de Upstrategy mediante un organigrama que representa los departamentos por los cuales está compuesto la empresa.

La autora de este documento se encuentra ubicada en el área de marketing, la cual está compuesta por el trafficker, estrategia digital y el diseñador.

Figura 3 Organigrama Upstrategy



Nota. Tomado de la empresa Upstrategy S.A.S

3. Cargo desempeñado y funciones asignadas

3.1. Nombre del cargo

Diseñadora de estrategias digitales y Community manager

3.2. Funciones desempeñadas

- Creación de estrategias de contenido digital
- Capacidad de sintetizar ideas y crear mensajes originales adaptados a diferentes audiencias

- Asistir y participar en las reuniones virtuales de planeación y entrega de resultados con el equipo de trabajo
- Asistir y participar en las reuniones en que se requiera presentar contenidos o recibir retroalimentación con los clientes asignados por el supervisor del contrato.
- Redacción de textos atractivos para redes sociales
- Diseño de piezas gráficas para la realización de campañas publicitarias.

3.3. Actividades realizadas

En el transcurso de la práctica empresarial, la practicante se desempeñó en varias actividades en Upstrategy como diseñadora de estrategias y community manager, las cuales le permitieron adquirir responsabilidad y conocimiento en diferentes áreas laborales. Principalmente se destacó en el acompañamiento a las empresas para la optimización de estrategias digitales, de las cuales surgieron reuniones, planeaciones estratégicas, redacción de informes y concursos para la audiencia.

3.3.1 Proceso de acompañamiento en reuniones de planeación y analítica de datos

En función del rol como practicante se realizó un proceso de acompañamiento a las reuniones con los clientes de Upstrategy, en las cuales es requisito diligenciar un acta acerca de acciones concretas que surjan en el transcurso de la reunión.

3.3.2 Análisis de métricas de Meta Business Suite

Mediante los procesos de acompañamiento a las empresas, se realizan análisis a las métricas suministradas por la aplicación Meta Business Suite, las cuales son un referente importante sobre las campañas publicitarias realizadas por la empresa, ya que de esta forma se puede saber con certeza cuáles son las preferencias del consumidor y que tipo de contenido genera un enganche.

3.4. Evidencias sobre las actividades realizadas.

Figura 4 *Acompañamiento a juntas laborales.*



Nota. Tomada durante la práctica empresarial.

Figura 5 *Análisis de métricas a Google.*



Nota. Tomada durante la práctica empresarial.

4. Análisis DOFA y PESTEL de Upstrategy

4.1 Matriz DOFA

Tabla 1 Matriz DOFA

FACTORES POSITIVOS		FACTORES NEGATIVOS	
FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES	
	1. Proceso de diferenciación de marca en redes sociales, respecto a la unión del marketing digital y el desarrollo web en la empresa. 2. Soluciones de software y desarrollo web personalizadas, de acuerdo con la necesidad de página web en cada empresa(cliente). 3. Experiencia de marketing y programación. 4. Personalización en paquetes para cada marca, desde manejo completo de redes sociales hasta creación o restructuración de página web. 5. Atención personalizada al usuario/ cliente 6. Motivación al personal y creación de sentido de pertenencia por la empresa 7. Comprensión del mundo digital y su aplicación	1. Dependencia de clientes en la empresa para la implementación de nuevas estrategias en la empresa. 2. Incremento en la competencia en el mercado laboral, ya que el marketing digital es un servicio en tendencia con gran oferta de compañías similares. 3. Necesidad de capacitación continua a los trabajadores debido al cambio repentino de los algoritmos y tendencias digitales. 4. El porcentaje más elevado de la fuerza laboral en la empresa está compuesto por practicantes. 5. Falta de planeación semanal o mensual en las tareas de la empresa 6. Mala comunicación interna para el suministro de la información o los cambios a los empleados 7. Alta rotación de empleados	
FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	
	1. Inversión en investigación y desarrollo tecnológico para generar estrategias innovadoras en la empresa. 2. Crear un proceso de retroalimentación para suministrar eficientemente la información entre los empleados. 3. Espacios de motivación al personal laboral donde se abarquen temáticas para mejorar el rendimiento laboral y el estado de ánimo. 4. Aprovechamiento de la inteligencia artificial para adquirir ideas de contenido interactivo en línea y mejorar la adaptación a las tendencias tecnológicas. 5. Crear una comunidad en línea para obtener mayor visibilidad y alcance de nuevos clientes potenciales. 6. Aumento del interés e inversión en marketing digital por parte de empresas en Bogotá. 7. Suministrar cursos cortos o talleres en línea para la capacitación constante del personal.	1. Ataques de ciberseguridad a las plataformas de la empresa 2. Cambios en los algoritmos de las redes sociales 3. Cambios en las preferencias de las de los consumidores debido a las nuevas tendencias en línea. 4. Dependencia en los proveedores de software y tecnología 5. Pérdida de empleados por parte de la competencia 6. El mercado del marketing digital y el desarrollo web está saturado de contenido, lo que puede dificultar que una empresa se destaque y sea notada por los clientes potenciales. 7. Regulaciones comerciales y barreras culturales al intentar expandirse a mercados internacionales, lo que podría dificultar la adaptación de sus estrategias y posicionamiento de la empresa en los mercados internacionales.	

4.2 Análisis matriz DOFA

Mediante la realización de la matriz DOFA, se pudo evaluar eficazmente a la empresa Upstrategy y a partir de su análisis se ejecutó un plan de mejora para mitigar las debilidades y amenazas de la compañía y de igual modo aprovechar las oportunidades y fortalezas.

En primera instancia, se empezarán a analizar las fortalezas con las que cuenta Upstrategy, entre las principales se encuentra el proceso de diferenciación de marca en redes sociales, el cual se basa en las estrategias genéricas de Michael Porter, ya que la empresa no solamente ofrece servicios de marketing a sus clientes, sino que cuenta con un factor diferenciador que es el desarrollo web, siendo esto un potencial significativo porque de esta manera ofrece diferentes servicios a todo tipo de empresas.

Otra principal fortaleza encontrada en la matriz DOFA es la comprensión del mundo digital, al adaptarse rápidamente a las tendencias digitales en los consumidores, siendo este uno de los principales desafíos con los que cuentan actualmente las empresas, ya que actualmente generar afinidad con la audiencia es cada vez más difícil. Esto se da al analizar detalladamente a sus consumidores y a la competencia mediante un proceso de Benchmarking para así conocer los comportamientos de cada individuo.

En segunda instancia se analizarán las debilidades encontradas por la empresa, una de las más importantes es la falta de planeación semanal o mensual en las tareas de la empresa, razón por la cual surge un entregable en el plan de mejora, que es la creación de un cronograma semanal y mensual donde de manera estratégica se planifique con anticipación el contenido digital para publicación en redes sociales.

El incremento de la competencia en el mercado laboral es otra debilidad significativa en la empresa, ya que el marketing digital es un sector que ha crecido significativamente en los últimos años, con gran variedad de empresas que prestan servicios similares a los de la compañía, y en muchos casos con estrategias más definidas de captación de clientes como lo son la reducción de precios y factores de diferenciación para destacarse en el mercado.

La necesidad de capacitación continua a los trabajadores es un factor significativo en las debilidades de la empresa, debido a los frecuentes cambios en los algoritmos de las redes sociales y así mismo las tendencias de consumo que se dan internacionalmente. Esto se convierte en un desafío significativo en cuestión de recursos y de tiempo, al tener que implementar constantemente

programas de capacitación que le permitan a los empleados estar actualizados sin afectar su productividad, rendimiento, estado anímico por falta de ideas y estrategias innovadoras para atrapar a su audiencia.

En tercera instancia se analizarán las oportunidades evidenciadas en la empresa, en donde encontramos la inversión en investigación y desarrollo tecnológico, siendo un pilar clave para capacitar y cualificar continuamente a los trabajadores de la empresa en diversos software y aplicaciones y de esta manera ofrecer un mejor servicio a los clientes de Upstrategy.

De igual manera el aprovechamiento de la inteligencia artificial es una fuente importante de evolución digital en la empresa, ya que las tendencias de consumo y las preferencias en los consumidores son cada vez mayores. Por otro lado, el community manager al verse en la necesidad de generar contenido de valor frecuentemente puede verse estancado y ahí es donde la inteligencia artificial puede ayudar para inspirar y darle ideas para hacer más eficiente su trabajo.

En última instancia la identificación de las amenazas es un factor de suma importancia para mantener el rendimiento de una compañía actualmente, al analizar con detalle cuales son los desafíos o riesgos para mejorar. Una de las amenazas principales son los ataques de ciberseguridad a las plataformas de la empresa, al poder comprometer datos de importancia y afectar la parte operativa de la compañía, al grado de dañar el good will de la empresa. Por otro lado, se identificaron otras amenazas representativas para la compañía, de las cuales surge un entregable para el plan de mejora, el cual es una guía de creación de contenido para generar ideas de contenido de valor.

Para finalizar, basado en el análisis de la DOFA, podemos evidenciar que Upstrategy es una empresa con grandes fortalezas y oportunidades, que se destaca por su factor diferenciador, al punto de tener clientes internacionales por sus diversas estrategias. Pero que, de otra manera, también cuenta con debilidades y amenazas, las cuales si se analizan rigurosamente pueden convertirse en un factor positivo para la compañía, ya que en muchos casos de los desafíos se pueden obtener los mejores resultados.

4.3 Matriz DOFA CRUZADA

		Factores externos	
		Oportunidades	Amenazas
DOFA MATRIZ		1. Inversión en investigación y desarrollo tecnológico para generar estrategias innovadoras en la empresa. 2. Crear un proceso de retroalimentación para suministrar eficientemente la información entre los empleados. 3. Espacios de motivación al personal laboral donde se abarquen temáticas para mejorar el rendimiento laboral y el estado de ánimo. 4. Aprovechamiento de la inteligencia artificial para adquirir ideas de contenido interactivo en línea y mejorar la adaptación a las tendencias tecnológicas. 5. Crear una comunidad en línea para obtener mayor visibilidad y alcance de nuevos clientes potenciales. 6. Aumento del interés e inversión en marketing digital por parte de empresas en Bogotá. 7. Suministrar cursos cortos o talleres en línea para la capacitación constante del personal.	1. Ataques de ciberseguridad a las plataformas de la empresa 2. Cambios en los algoritmos de las redes sociales debido a las nuevas tendencias en línea. 3. Cambios en las preferencias de las de los consumidores debido a las nuevas tendencias en línea. 4. Dependencia en los proveedores de software y tecnología 5. Pérdida de empleados por parte de la competencia 6. El mercado del marketing digital y el desarrollo web está saturado de contenido, lo que puede dificultar que una empresa se destaque y sea notada por los clientes potenciales. 7. Regulaciones comerciales y barreras culturales al intentar expandirse a mercados internacionales, lo que podría dificultar la adaptación de sus estrategias y posicionamiento de la empresa en los mercados internacionales.
Factores internos	Fortalezas	FO 1. Inversión en investigación y desarrollo para fortalecer el proceso de diferenciación de marca en redes sociales. 2. Utilizar las soluciones de software y desarrollo web personalizadas para crear un sistema de retroalimentación eficiente que mejore la comunicación entre los empleados 3. Aprovechar la experiencia en marketing y programación para desarrollar talleres y cursos que motiven al personal y mejoren su rendimiento laboral 4. Aprovechamiento de la inteligencia artificial para mejorar la personalización de paquetes para cada marca 5. Utilizar la comunidad en línea para generar leads y convertirlos en clientes 6. Posicionar a la empresa como líder en marketing digital en Bogotá 7. Ofrecer oportunidades de aprendizaje continuo para que el personal se mantenga actualizado en el cambiante panorama digital	FA 1. Desarrollar un plan de respuesta a incidentes para minimizar el impacto de los ataques cibernéticos 2. Adaptarse rápidamente a los cambios en algoritmos de redes sociales mediante soluciones de software personalizadas 3. Realizar investigaciones de mercado para comprender las preferencias cambiantes de los consumidores 4. Desarrollar soluciones de software internas para reducir la dependencia de proveedores externos 5. Reconocer y recompensar a los empleados por su desempeño y contribución 6. Motivar al personal y fortalecer el sentido de pertenencia para destacarse en un mercado saturado de marketing digital y desarrollo web 7. Adaptar las estrategias de marketing y las soluciones de software y desarrollo web a las necesidades específicas de cada mercado.
	Debilidades	DO 1. Utilizar la investigación y el desarrollo tecnológico para crear nuevas soluciones que satisfagan las necesidades de los clientes y les brinden una ventaja competitiva. 2. Crear un proceso de retroalimentación para mejorar la competitividad en el mercado laboral 3. Incorporar la capacitación continua en los espacios de motivación para que los empleados puedan aprender y desarrollarse mientras se divierten. 4. Ofrecer a las practicantes oportunidades para trabajar en proyectos que utilicen inteligencia artificial y otras tecnologías emergentes. 5. Utilizar la comunidad en línea para recopilar comentarios de los clientes y mejorar la planificación de las tareas 6. Utilizar el aumento del interés en marketing digital para crear talleres y cursos en línea para los empleados. 7. Suministrar cursos cortos o talleres en línea para reducir la alta rotación de empleados.	DA 1. Reducir la dependencia de clientes desarrollando estrategias internas ante amenazas de ciberseguridad 2. Desarrollar un programa de capacitación interna para mantener a los empleados actualizados sobre las últimas tendencias y tecnologías 3. Capacitar continuamente al personal para adaptarse a las nuevas tendencias de los consumidores. 4. Reducir la dependencia de practicantes desarrollando soluciones internas para mitigar la dependencia de proveedores de software y tecnología. 5. Mejorar la planeación para retener empleados y evitar que sean captados por la competencia. 6. Establecer canales de comunicación claros y efectivos para mantener a los empleados informados 7. Implementar programas de retención de empleados y adaptación cultural para enfrentar la alta rotación y las barreras internacionales.

4.4 Matriz PESTEL

Tabla 2 *Análisis Pestel*

PESTEL ANALYSIS		(Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal)								
Upstrategy										
Aspectos		IP	Implicación e importancia				O	A	p(x)	Impacto
TIPO	DESCRIPCION		t	T	I	Ir				
POLITICO										
1	Políticas de protección de datos (Ley 1581 de 2012)	3	MP	-	>	3		x	1	3
2	Regulaciones de publicidad	3	MP	-	>	2	x		0,6	1,5
3	Regulaciones en comercio electrónico	3	MP	-	=	1	x		0,3	0,6
ECONOMICO										
1	Tasa de Inflación en Colombia	3	CP	-	>	3		X	0,9	2,7
2	Poder adquisitivo de los clientes	2	MP	-	>	1		x	0,3	0,75
3	Inversión en tecnología	1	LP	+	<	2	0		0,6	0,9
SOCIAL										
1	Preferencias del consumidor	3	CP	+	>	3	x		1	3
2	Tendencias en redes sociales	3	CP	-	<	1		x	0,3	0,6
3	Estilo de vida de los consumidores	1	MP	+	>	2	x		0,6	0,9
TECNOLOGICO										
1	Avances en desarrollo web	3	LP	+	>	3	x		0,9	2,7
2	Seguridad cibernética	2	MP	+	<	1	x		0,3	0,45
3	Inteligencia artificial	3	CP	-	>	2		x	0,6	1,5
ECOLOGICO										
1	Responsabilidad ambiental	3	MP	+	>	3	x		0,9	2,7
2	Huella ambiental	3	CP	+	<	1	x		0,6	1,2
3	Uso de materiales sostenibles o reciclables	2	LP	+	<	2	x		0,3	0,6
LEGAL										
1	Derechos de autor	1	CP	-	<	1		x	0,3	0,3
2	Protección al consumidor en línea	2	MP	+	<	2	x		0,6	1,2
3	Legislación laboral	3	CP	+	>	3	x		1	3

Nota. Adaptado de (Alvarado Cervantes, 2015)

4.5 Análisis matriz PESTEL

Para comprender a fondo la operatividad de la empresa y los diversos factores en los que se ve inmersa la empresa, es importante desarrollar una matriz PESTEL para evidenciar cuales son los elementos que impactan positiva o negativamente a la empresa. A continuación, se presentará un análisis detallado del factor *político* donde el factor más representativo son las políticas de protección de datos, (Ley 1581 de 2012) la cual “Reconoce y protege el derecho que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos que sean susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada”(Política De Protección De Datos Personales -, 2024), siendo ubicado como amenaza, ya que al ser Upstrategy una empresa de marketing y desarrollo web, cuenta con varias bases de datos sobre sus clientes específicos y potenciales, y al verse amenazado mediante ataques cibernéticos puede verse afectada su política de protección de datos al consumidor.

Como otros factores representativos están las regulaciones de publicidad y las regulaciones en comercio electrónico; inicialmente las regulaciones en publicidad pueden afectar la forma en la que Upstrategy presta sus servicios y promociona las empresas con las que trabaja, ya que las restricciones en publicidad varían de acuerdo a las leyes de cada país, generando que la empresa deba adaptarse continuamente para así cumplir las normativas vigentes y de esta manera evitar multas y daños en el good will de la compañía.

Respecto a las regulaciones en el comercio electrónico es necesario trabajar en aspectos como la protección del consumidor, la tributación y la seguridad de las transacciones en línea. Al ser Upstrategy una empresa que trabaja internacionalmente, debe garantizar que su plataforma cumpla con los requisitos en cada localidad. Este factor es una oportunidad ya que al cumplir con las regulaciones específicas de cada localidad puede ofrecer oportunidades para expandirse a nuevos mercados al garantizarle seguridad y confianza a sus clientes.

Con respecto al factor *económico* se analizan factores como los precios más bajos de la competencia, el poder adquisitivo de los clientes y la inversión en tecnología; como factor con un índice de relevancia más alto está el aumento o disminución de la tasa de inflación, ya que influye económicamente en los consumidores, un aumento representa en las empresas costos más altos, generando una reducción en sus ganancias, además la inflación alta crea un ambiente de

incertidumbre en el mercado, haciendo que exista una disminución en el consumo. Por otro lado, la disminución de la tasa de inflación genera una activación en el consumo y estimula positivamente el mercado. De igual manera, este factor tiene relación con el otro factor para analizar que es el poder adquisitivo de los clientes, ya que la economía mundial no se encuentra en un equilibrio financiero y las personas tratan de ahorrar cada vez más su dinero.

Como siguiente tenemos el factor *social* en donde se analizan las preferencias del consumidor, las tendencias en redes sociales y el estilo de vida de los consumidores. Respecto al factor de tendencias en redes sociales podemos evidenciar que las redes sociales tienen un factor significativo en los comportamientos de los consumidores, ya que los productos o servicios que se encuentran virales en línea son los más apetecidos por la audiencia. De esta manera el siguiente factor tiene gran relación ya que las preferencias del consumidor surgen por las tendencias digitales en redes sociales y por el estilo de vida que manejen, actualmente la tecnología posee un alto uso, siendo muy influyente en la interacción social y para la realización de compras de productos y servicios, a su vez el estilo de vida se ve direccionado por la parte cultural de cada consumidor, destacando sus tradiciones y preferencias, como por ejemplo: la moda y estilo siendo uno de los principales factores que se evidencian en el día a día de los consumidores.

El siguiente factor es el *tecnológico*, uno de los principales para una empresa de marketing y desarrollo web, como ítems se tienen avances en desarrollo web, seguridad cibernética e inteligencia artificial, los cuales son oportunidades de crecimiento para la empresa, ya que al trabajar en ellos se puede ofrecer una experiencia al usuario de más valor y así generar satisfacción a los clientes. Por el lado de la seguridad cibernética representa una oportunidad al proteger las bases de datos y la información de importancia para los clientes, la cual está protegida por sistemas de seguridad avanzados de la empresa.

El factor *ecológico* también es de gran importancia en la estrategia de diferenciación de Upstrategy, en el marco actual donde internacionalmente la sostenibilidad y el cuidado por el medio ambiente se encuentra en incremento. Se analizaron como ítems la responsabilidad ambiental, la huella ambiental y el uso de materiales reciclables, dados como oportunidad, ya que al emplear estos factores correctamente la empresa puede reducir la huella ambiental y contribuir a la conservación del medio ambiente.

Por último, analizaremos el factor *legal* el cual es representativo en la empresa, en él se analizaron los ítems de derechos de autor, protección al consumidor en línea y legislación laboral.

Empezando por la protección en los derechos de autor, se deben citar los textos cuidadosamente y así mismo registrar la propiedad intelectual de la empresa; el siguiente aspecto es la protección de datos al consumidor en línea, teniendo en cuenta las regulaciones existentes, en la cual se debe suministrar la información adecuada al consumidor, proteger los datos personales y cumplir con las normativas correspondientes.

5. Plan de mejora

Tras unos meses de practica se pudo evidenciar algunas falencias en la empresa Upstrategy, sobre la planificación del contenido digital y sobre la escasez de ideas innovadoras para la creación de piezas y contenido publicitario. De esta manera el objetivo de este plan de mejora es diseñar estrategias innovadoras para generar mayor eficiencia en la operatividad de la empresa, las cuales estarán plasmadas a través de dos cronogramas semanal y mensual, para la planificación del contenido en la empresa y de otra manera, la creación de una guía de creación de contenido interactivo para redes sociales, y de esta manera generar ideas dinámicas para los diseñadores y el community manager.

Tabla 3 Plan de mejora

Plan de mejora					
Problemática Identificada	Estándar	N.º Criterio	Acciones		Responsable(s) seguimiento/evaluación
			Nombre de la actividad propuesta	Descripción acciones de mejora	
Falta de planificación en la elaboración de piezas publicitarias (reels , post , stories , blogs) durante la semana y el mes.	Documentos , archivos en Excel y piezas de contenido digital.	Cronograma semanal y mensual de elaboración y publicación de contenido digital .	Agenda planificada de contenido digital para redes sociales.	Se implementará un cronograma semanal y mensual de manera estratégica , con el propósito de planificar con anticipación y crear contenido efectivo para su publicación en redes sociales.	Juan Andrés Triana Urazan y Sara Patricia Urazan Prieto.
Disminución en la interacción en redes sociales por parte de los consumidores , debido a el constante cambio en las tendencias tecnológicas en el mundo digital.	Documentos , archivos en Excel y piezas de contenido digital.	Guía de creación de contenido interactivo para redes sociales.	Estrategias de creación de contenido digital.	Se desarrollará una guía completa de creación de contenido digital para la empresa de marketing digital, con el objetivo de proporcionar herramientas y estrategias efectivas que impulsen la visibilidad de las marcas y aumenten la interacción con el público objetivo.	Juan Andrés Triana Urazan y Sara Patricia Urazan Prieto.

5.5 Problemática identificada

- La primera problemática encontrada en la empresa fue la falta de planificación por parte del equipo se trabajó sobre la elaboración y publicación de las piezas publicitarias (Reels, post, stories y blogs), ya que todos los días se publicaba entre 4 y 5 veces por cliente, generando confusión por tener tanto material de trabajo.
- La segunda problemática encontrada fue la disminución en la interacción por parte de los seguidores en las cuentas de las empresas que eran nuestros clientes, debido a cambios en el algoritmo de Instagram y las frecuentes tendencias en redes sociales.

5.1.1 *Nombre de la actividad propuesta*

- Agenda planificada de contenido digital para redes sociales
- Estrategias de contenido digital

5.1.2 *Descripción de acciones de mejora*

- Se implementarán dos cronogramas semanal y mensual para la empresa Upstrategy, como opción de mejora a las falencias en la planificación del contenido que afectan la productividad del contenido digital.
- Realización de una guía de creación de contenido digital teniendo en cuenta las estrategias y conocimientos adquiridos en la universidad acerca de marketing, con el objetivo de brindar herramientas a la empresa para generar contenido de valor y así crear comunidades en línea, redactar textos atractivos y conocer los mejores horarios para realizar post en Instagram.
- Se creó una guía de creación de contenido de marketing y un cronograma de planificación de contenidos basados en KPIs específicos y tareas detalladas. Los KPIs incluyen el número de visualizaciones, la tasa de engagement, el tiempo de permanencia en la página, el alcance orgánico y pagado en redes sociales, así como la posición en los resultados de búsqueda y el tráfico orgánico generado. Los KPIs de efectividad del contenido abarcan la cantidad de visualizaciones, la tasa de engagement y el tiempo de permanencia en la página.

Los KPIs de SEO incluyen el tráfico orgánico, la posición en los resultados de búsqueda y el número de palabras clave en las que el contenido se clasifica. El cronograma mensual se estructuró con actividades semanales como la investigación de palabras clave, la redacción y revisión de borradores, el diseño e integración de elementos visuales y la programación de publicaciones semanales y mensuales. Esta guía y cronograma aseguran una estrategia de contenido efectiva y alineada con los objetivos de marketing.

5.1.3 Plazo de implementación

El plan de mejora se dio entre la fecha del 7 de noviembre al 8 de marzo, el cual es el periodo de los 4 meses en donde se realizó la práctica empresarial en Upstrategy

5.1.4 Responsable de seguimiento o evaluación

Las personas encargadas de aprobar el seguimiento de las prácticas fueron Sara Patricia Urazán Prieto y Juan Andrés Triana Urazán, quienes son los socios de Upstrategy y mis respectivos jefes.

Conclusiones

Durante la pasantía en Upstrategy, la autora del documento ha logrado contribuir de manera significativa al desarrollo y ejecución de diversas iniciativas de marketing digital, cumpliendo con los objetivos planteados inicialmente. Ha creado y ejecutado campañas publicitarias utilizando piezas gráficas de su autoría en diferentes plataformas digitales, lo que ha resultado en un aumento notable de la visibilidad y el compromiso del público objetivo.

A través del marketing de contenidos, ha redactado textos atractivos para las publicaciones en redes sociales de los clientes de Upstrategy, incrementando la interacción y la participación del público, logrando un mayor engagement y fidelización de la audiencia. Ha analizado datos y métricas de diversas campañas publicitarias, identificando áreas de mejora y proponiendo recomendaciones que han optimizado el rendimiento de las futuras campañas, asegurando un uso más eficiente de los recursos. Implementó estrategias efectivas para generar leads para los clientes de Upstrategy, utilizando tácticas como formularios de contacto, suscripciones y campañas de correo electrónico, lo que ha aumentado la base de datos de potenciales clientes. Elaboró una guía comprensiva de marketing digital que incluye estrategias, técnicas SEO y consejos útiles para la creación de contenido, sirviendo como un plan de mejora para la empresa. Además, desarrolló un calendario de contenido detallado que organiza las actividades de marketing y publicidad de la empresa, mejorando la coordinación y la productividad del equipo.

En resumen, la pasantía en Upstrategy ha sido una experiencia enriquecedora en la que la pasante ha podido aplicar sus conocimientos y habilidades para contribuir al éxito de la empresa, generando resultados tangibles que mejoran la visibilidad, el engagement y la eficiencia de las campañas de sus clientes, fortaleciendo la capacidad de coordinar esfuerzos y de liderar iniciativas digitales.

Referencias bibliográficas

- Alvarado Cervantes, O. (2015). *Administración Estratégica: Análisis PEST*. es.scribd.com: <https://es.scribd.com/document/403254209/Analisis-de-La-Situacion-Externa-Pest>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (s.f). *Información general comercial desde la CCB*. ccb.org.co: <https://www.ccb.org.co/>
- Departamento Nacional de Planeación (DNP). (12 de junio de 2020). Borrados Conpes: Política Nacional de comercio electrónico. Consejo Nacional de Política Económica y Social. https://www.uexnado.edu.co/wp-content/uploads/2020/07/2020-06-12-Documento-CONPES-Comercio-electro%CC%81nico_VBorrador.pdf
- Google. (s.f). *Consulta estadísticas esenciales sobre los clientes*. Google Marketing Platform. <https://marketingplatform.google.com/intl/es/about/analytics/#:~:text=Google%20Analytics%20te%20proporciona%2C%20de,de%20tu%20estrategia%20de%20marketing>
- Inbound Marketing. (2021). ¿Qué es el network marketing y qué empresas trabajan con él? ESIC Business & Marketing School. <https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/network-marketing-que-es-y-empresas>
- Instituto Europeo de Posgrado (IEP). (17 de abril de 2019). *¿Qué es una Landing Page y cómo crearla?* iep.edu.es: <https://iep.edu.es/que-es-una-landing-page-y-como-crearla/>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (s.f). ABC del eCommerce. Observatorio Ecommerce. <https://observatorioecommerce.mintic.gov.co/797/w3-propertyvalue-377737.html>
- Molina, D. (5 de septiembre de 2023). Qué es un lead y qué tipos existen. IEBS Business School. <https://www.iebschool.com/blog/conseguir-leads-inbound-marketing/>
- Mousinho, A. (3 de junio de 2020). *¿Qué es SEO (Search Engine Optimization)?* rockcontent.com: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-seo/#:~:text=SEO%20es%20la%20sigla%20para,su%20posicionamiento%20en%20los%20buscadores>
- Ortega, K. (29 de mayo de 2024). *¿Qué es el desarrollo de páginas web?* <https://worldcampus.saintleo.edu/noticias/que-es-el-desarrollo-de-paginas-web-que-hace-un-desarrollador-web>

Política de Protección de Datos Personales -. (2024, March 13). <https://www.minambiente.gov.co/politica-de-proteccion-de-datos-personales/#:~:text=Ley%20de%20Protecci%C3%B3n%20de%20Datos,de%20naturaleza%20p%C3%ABblica%20o%20privada>.

Real Academia Española. (2023). *definición de Marketing* (Edición tricentenario ed.). Asociación de Academias de la Lengua Española. dle.rae.es: <https://dle.rae.es/diccionario>

UPStrategy. (3 de abril de 2024). *Diseño Web en Bogotá: ¿Por qué deberías confiar en una agencia de Marketing Digital?* upstrategy.com.co: <https://upstrategy.com.co/disenio-web-en-bogota/>

Anexos

Anexo 1 *Portada de la guía de creación de contenido digital.*



Anexo 2 Cronograma de planificación semanal.

PLANIFICACIÓN SEMANAL

Semana del: mayo 6

UPSTRATEGY

	06/05	07/05	08/05	09/05	10/05	11/05	12/05
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
06:00							
07:00							
08:00							
09:00							
10:00							
11:00							
12:00							
13:00							
14:00							
15:00							
16:00							
17:00							
18:00							
19:00							
20:00							
21:00							
22:00							
23:00							
00:00							

NOTAS

TAREAS

Anexo 3 *Pieza publicitaria para campaña en Epson***Anexo 4** *Pieza publicitaria para campaña en Kiut*