

INFORME DE PRACTICAS EL SHOW DE TATO ENTERTAINMENT S.A.S



XILENA MARÍA ROMERO PERDOMO



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2023

INFORME DE PRACTICAS EL SHOW DE TATO ENTERTAINMENT S.A.S

XILENA MARÍA ROMERO PERDOMO

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de profesional en Negocios
Internacionales

Asesor

Mg. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Magister en Desarrollo, instituciones e integración Económica

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2023

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 SIERRA TOBÓN

Secretaria General Seccional Villavicencio

Mg. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano de la Facultad Negocios Internacionales

Dedicatoria

A Dios, fuente de sabiduría, guía y fortaleza en cada paso, por poner a mi disposición los medios y personas necesarias para culminar y llegar con éxito a esta etapa. A mi familia, en especial mis padres, pilares inquebrantables de amor y apoyo, dedico este logro con humildad y gratitud. Su aliento ha sido mi inspiración constante en este camino de crecimiento y aprendizaje, este logro es de ustedes y por ustedes.

Agradecimientos

Agradezco a mi alma mater, Universidad Santo Tomas, por la formación profesional que me brindo a lo largo de la carrera, por inculcar valores, habilidades y herramientas que me han ayudado a crecer no solo como profesional sino como persona; a los docentes y grandes profesionales que me estuvieron acompañando en cada semestre, mil gracias por compartir sus conocimientos y saberes. A mi tutor y un gran ser humano el doctor Javier Trillos por su compromiso, constancia y consejos en el transcurso del informe, y a la profesora Carol Sosa Quintero por su apoyo en el proceso de prácticas.

A la empresa EL SHOW DE TATO en la que labore como practicante, mil gracias por el aporte profesional a mi carrera, la experiencia y conocimientos adquiridos no solo en el área de mercadeo, sino en la industria del entretenimiento, especialmente al gerente general Jorge William Muñoz por esa gran oportunidad laboral y al coordinador del área de producción audiovisual Alejandro Manjarres, por compartir amablemente sus conocimientos, herramientas y tácticas del área en el transcurso de las practicas.

Tabla de contenido

Resumen	11
Abstract.....	12
Glosario.....	13
Introducción.....	14
Justificación	15
1. Objetivos	16
1.1 Objetivo General	16
1.2 Objetivos específicos.....	16
2. Reseña de la empresa	17
2.1 Misión.....	18
2.2 Visión	18
2.3 Organigrama.....	18
2.4 Ubicación geográfica.....	19
2.5 Razón social	19
2.6 Representante legal	19
3. Cargo y funciones.....	20
3.1 Cargo	20
3.2 Funciones del practicante	20
4. Resultado de los objetivos.....	22
4.1. Evaluar el posicionamiento de la marca en el mercado nacional por medio de la matriz DOFA, EFI Y EFE.....	22
4.2. Crear estrategias de posicionamiento que den respuestas a debilidades y amenazas presentes en el mercado nacional del Show de Tato entertainment S.A.S.	25
4.2.1. Test de negocio	25
4.2.2. Gestor de Tareas	26
4.2.3. Elaboración del proceso de propuestas de mercadeo.....	27
4.2.4. Cronograma de contenido	28
4.2.5. Árbol de KPIs, recopilación y análisis de datos.	28
4.2.6. Programación de espectáculo.....	29

4.2.7.	Estrategias para una mayor presencia en línea	29
4.2.8.	Disponibilidad del contenido en el NAS	30
4.2.9.	Seguimiento mensual de las estrategias de marketing.....	31
4.3.	Justificar la creación de la implementación de las estrategia propuestas en el plan de mejora.....	42
4.3.1.	Estructura organizacional.....	42
4.3.2.	Guía de transformación estratégica.....	43
4.3.3.	Optimización y reestructuración del Sistema de almacenamiento empresarial.....	43
5.	Plan de mejora	45
6.	Conclusión.....	46
7.	Referencias	47
8.	Anexos.....	48

Lista de Tablas

Pág.

Tabla 1 <i>Cronograma de Trabajo</i>	44
Tabla 2 <i>Estrategias para el plan de mejora de la empresa El Show de Tato S.A.S</i>	45

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. <i>Estructura Organizacional</i>	18
Figura 2. <i>Ubicación geográfica</i>	19
Figura 3. <i>Evidencia Matriz DOFA</i>	23
Figura 4. <i>Evidencia justificación de cruce de variables de la Matriz DOFA</i>	24
Figura 5. <i>Evidencia Matriz EFI</i>	24
Figura 6. <i>Evidencia Matriz EFE</i>	25
Figura 7. <i>Evidencia de resultados test de negocio</i>	34
Figura 8. <i>Evidencia Gestor de Tareas</i>	35
Figura 9. <i>Evidencia Proceso propuestas de mercadeo</i>	36
Figura 10. <i>Evidencia Cronograma de contenido</i>	37
Figura 11. <i>Evidencia Árbol de KPIs</i>	37
Figura 12. <i>Plantilla rendimiento de estrategias</i>	38
Figura 13. <i>Evidencia programación de espectáculo</i>	38
Figura 14. <i>Evidencia Estrategias para una mayor presencia en línea</i>	39
Figura 15. <i>Pasos para la creación y disponibilidad de elementos visuales en el NAS</i>	40
Figura 16. <i>Seguimiento mensual plan de marketing y publicidad</i>	40
Figura 17. <i>Propuesta plan de contingencia ante cancelación de evento</i>	41
Figura 18. <i>Apoyo y gestión en la producción de eventos</i>	41
Figura 19. <i>Diseño gráfico y multimedia</i>	42

Lista de Anexos

Anexo 1. Organigrama.....	48
Anexo 2. Guía de transformación estratégica	48
Anexo 3. Optimización y Reestructuración del Sistema de Almacenamiento Empresarial (NAS).....	52

Resumen

El presente informe ofrece una síntesis completa de la trayectoria como practicante de mercadeo en la empresa El Show de Tato Entertainment S.A.S, entidad conocida en la industria del entretenimiento. Durante las practicas, se tuvo la oportunidad de crear desde el área asignada, estrategias que incentivaran el posicionamiento e identidad marcaria de la empresa, así mismo, se dio la posibilidad de aportar tácticas de orden organizacional y administrativo, lo le permitió a la empresa no solo tener buenos resultados en las actividades programadas en el cronograma de trabajo para la segunda mitad del año 2023, sino también conocer y comprender como se encontraban posicionados dentro del mercado nacional, cuáles eran sus falencias, amenazas, debilidades, y como podían darles solución oportuna por medio de diferentes estrategias de posicionamiento.

En concordancia con lo anterior, se brindan aportes y avances significativos en temas de eficiencia empresarial desde las funciones asignadas; además se elabora un plan de mejora, el cual obedece a la experiencia, análisis y problemáticas registradas en el periodo de práctica, el objetivo de este plan de acción es la optimización de la gestión empresarial y el asesoramiento para una transformación estratégica eficiente. Finalmente se ha destacar que este período ha representado un proceso de crecimiento tanto a nivel personal como profesional, brindando una comprensión más profunda del entorno laboral y sus dinámicas.

Palabras Clave: Mercadeo y publicidad, estrategias, inserción laboral, prácticas profesionales, Plan de mejora.

Abstract

This report offers a complete synthesis of the trajectory as a marketing intern in the company El Show de Tato Entertainment S.A.S., a well-known entity in the entertainment industry. During the internship, I had the opportunity to create from the assigned area, strategies that encouraged the positioning and brand identity of the company, likewise, it was possible to provide organizational and administrative tactics, which allowed the company not only to have good results in the activities scheduled in the work schedule for the second half of the year 2023, but also to know and understand how they were positioned within the national market, what were their shortcomings, threats, weaknesses, and how they could give them timely solution through different positioning strategies.

In accordance with the above, significant contributions and advances are provided in business efficiency issues from the assigned functions; in addition, an improvement plan is developed, which obeys the experience, analysis and problems recorded in the practice period, the objective of this action plan is the optimization of business management and advice for an efficient strategic transformation. Finally, it should be noted that this period has represented a process of growth both at a personal and professional level, providing a deeper understanding of the work environment and its dynamics.

Key Word: *Marketing and advertising, strategies, job placement, professional practices, improvement plan.*

Glosario

Análisis de mercado: “Proceso de recopilar información necesaria sobre el sector en el que tu empresa participa o al que quiere integrarse” (Santos, 2022)

Diagnóstico de negocio: “Evaluación de la gestión, operatividad y funcionamiento de una empresa que tiene como objetivo detectar sus fortalezas y debilidades para generar estrategias que eleven su bienestar y desempeño” (Rodrigues, 2022)

Diagrama de Gantt: “Herramienta de planificación y gestión de proyectos que te ayudará a visualizar las tareas y principales hitos de una forma práctica” (Martins, 2022)

NAS: Almacenamiento conectado a la red. Dispositivo de almacenamiento de alta capacidad conectado a una red que permite a múltiples usuarios y dispositivos autorizados, acceder, compartir y almacenar datos en una ubicación centralizada. (Hewlett Packard Enterprise, 2023)

Sketch: “Escena breve, normalmente cómica, que con otras de las mismas características se integra en un conjunto teatral, cinematográfico o televisivo”. (Real Academia Española, 2022)

Ventrílocuo: Persona que tiene el arte de modificar su voz de manera que parezca venir de lejos, y que imita las de otras personas o sonidos (RAE, 2022)

Introducción

En un mundo globalizado y altamente competitivo, el profesional en Negocios Internacionales debe tener la capacidad de adaptarse rápidamente en cualquier área que este ejerciendo. Por este motivo, se tomó la decisión de elegir las prácticas empresariales como opción de grado. Esta elección brinda una visión más clara de la realidad laboral y permite evaluar nuestra capacidad de adaptación, desarrollar habilidades esenciales y establecer contactos profesionales.

A lo largo de estas páginas se describe el proceso de práctica empresarial realizado en la empresa El Show de Tato entertainment S.A.S, con el objetivo de fortalecer la identidad marcaria de la empresa en la competitiva industria del entretenimiento. Durante ese periodo se trabajó desde el área de mercadeo y publicidad, en la cual se crean estrategias de posicionamiento previamente aprobadas por el coordinador de área, una vez se llevan a cabo, es necesario dar seguimiento al comportamiento de los clientes (personas naturales o empresas) con relación a la marca.

Así mismo, se encontrará una breve descripción sobre la empresa, su misión, visión, organigrama y ubicación, con el objetivo de dar una imagen general de la estructura organizacional de la misma. Entre los resultados obtenidos se encuentra el análisis de posicionamiento empresarial, la creación de estrategias de mercadeo como respuesta a las falencias evidenciadas y su respectiva justificación.

En concordancia con lo anterior, se presenta una sección con un plan de mejora, donde se divide como propuesta, el organigrama empresarial, la optimización y reestructuración de sistema de almacenamiento en red NAS y una guía de transformación estratégica cuyo objetivo es brindar asesoría personalizada a todo el equipo de trabajo. Finalmente, de acuerdo con la experiencia y resultados obtenidos, se exponen las conclusiones derivadas de las prácticas empresariales.

Justificación

En el dinámico mundo laboral, las prácticas profesionales se convierten en un punto crucial para adquirir conocimientos y habilidades específicas en el área trabajada. En ese sentido, el informe de práctica en la empresa El Show de Tato entertainment S.A.S, se presenta como un valioso recurso para conocer y comprender la industria del entretenimiento y las diferentes estrategias implementadas en la misma, su objetivo es describir y analizar los diferentes procesos y actividades desarrolladas en el transcurso del periodo de práctica, enfocándose en estrategias de posicionamiento empresarial y la creación de identidad marcaria. Así mismo, una faceta clave de este informe es la identificación de oportunidades de mejora para fortalecer los procesos o estrategias actuales de la empresa; se proponen sugerencias y un plan de acción con el fin de contribuir a acciones estratégicas futuras que impulsen el crecimiento y la competitividad de la empresa en el mercado nacional, esto actúa como aporte, transferencia de conocimientos y buenas prácticas, tanto para otros profesionales o futuros practicantes, como para los actores relacionados en el desarrollo del área de mercadeo.

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

Construir la identidad marcaria del Show de Tato entertainment S.A.S, con la edición de piezas gráficas, como resultado de estrategias de mercadeo para el posicionamiento y reconocimiento de esta a nivel nacional.

1.2 Objetivos específicos

- Evaluar el posicionamiento de la marca por medio de la matriz DOFA, EFI Y EFE, a fin de establecer fortalezas y oportunidades del Show de Tato entertainment en el mercado nacional.
- Crear estrategias de posicionamiento que den respuesta a debilidades y amenazas presentes en el mercado nacional del Show de Tato entertainment S.A.S.
- Justificar la creación de la implementación de las estrategia propuestas en el plan de mejora.

2. Reseña de la empresa

El Show de Tato Entertainment S.A.S. destaca como una empresa reconocida en la industria del entretenimiento, con un enfoque especializado en comedia y ventriloquismo, que ha cosechado renombre tanto a nivel nacional como internacional a lo largo de sus más de dos décadas de experiencia. Bajo la dirección de su CEO, Jorge William Muñoz, reconocido como uno de los ventrílocuos más destacados del país, la compañía ha desarrollado una diversa galería de personajes, incluyendo a Tito, Abuelo Tomás, Abuela Tere y Teo, aunque su personaje emblemático y más icónico es Tato, un mico irreverente que ha conquistado al público de todas las edades con su humor distintivo.

El compromiso central de la empresa radica en brindar entretenimiento humorístico de alta calidad a un público diverso, ofreciendo un espectáculo interactivo y memorable. Además de su destacada carrera en el mundo del entretenimiento, Jorge Muñoz fusiona sus habilidades artísticas con su formación en psicología pediátrica para contribuir a la sociedad a través de talleres educativos dirigidos a niños y adolescentes, abordando temas críticos como la prevención del consumo de drogas, educación sexual y prevención del maltrato infantil. Este compromiso se extiende a colaboraciones activas con empresas locales, promoviendo no solo su compromiso social sino también el reconocimiento y apoyo a la región llanera.

En la actualidad, el Show de Tato ha consolidado su presencia a nivel internacional, marcando una exitosa trayectoria de giras en países como Estados Unidos, México y Panamá. Además de su reconocimiento en escenarios internacionales, la compañía ocupa un lugar privilegiado como miembro del elenco del prestigioso programa "Sábados Felices", transmitido por Caracol TV. Asimismo, se destaca la participación de Jorge Muñoz como uno de los presentadores en "Voy pal llano", un innovador magazín producido en los llanos orientales y transmitido en Miami, Estados Unidos, a través de EL COLUSA TV. Estos logros y colaboraciones atestiguan su sólida posición y éxito en la industria del entretenimiento, respaldando su compromiso constante con la excelencia artística y su impacto tanto a nivel nacional como internacional."

2.1 Misión

"Nuestra misión es ofrecer experiencias de entretenimiento excepcionales a través del arte de la ventriloquía y otros espectáculos creativos. Nos esforzamos por sorprender, emocionar y conectar con nuestro público, brindando momentos inolvidables llenos de risas y asombro." (El Show de Tato, 2023)

2.2 Visión

"Nuestra visión es convertirnos en líderes reconocidos en el mundo del entretenimiento y espectáculo, destacando por nuestra innovación y calidad artística. Aspiramos a llevar la ventriloquía y otras formas de entretenimiento a audiencias globales, estableciendo un legado de diversión y creatividad que perdure en el tiempo." (El Show de Tato, 2023)

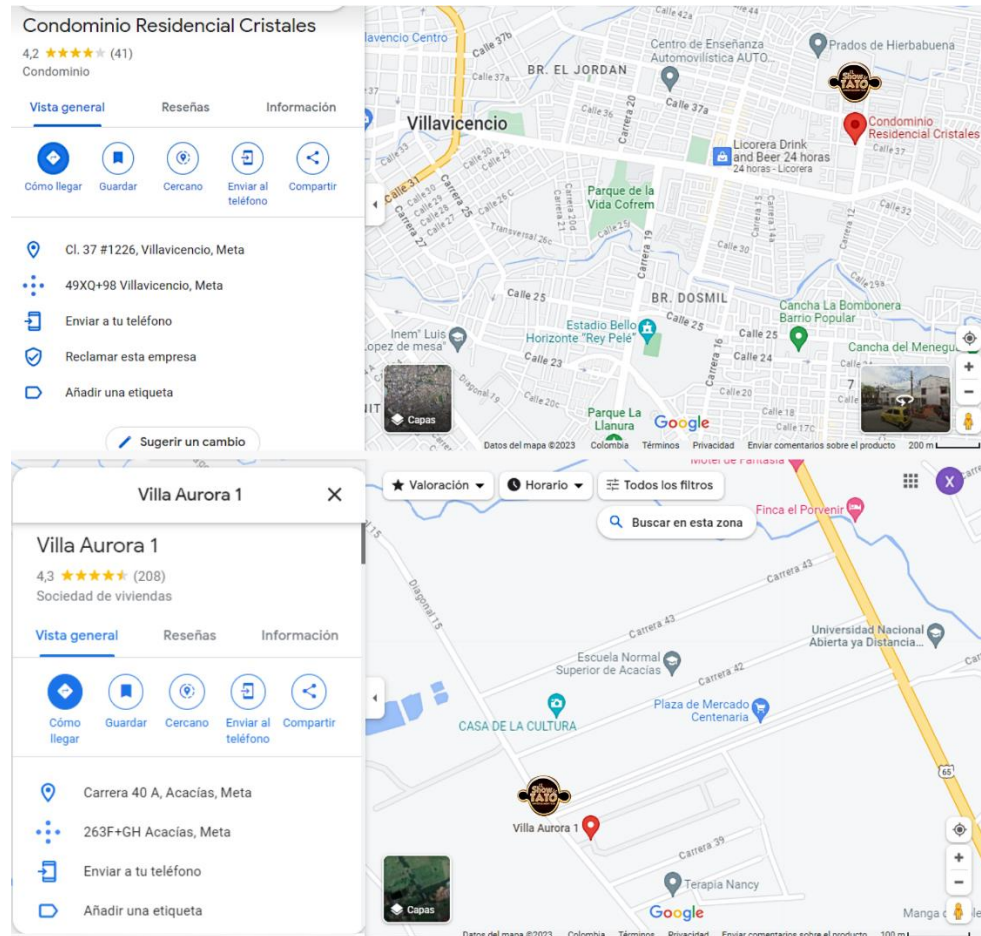
2.3 Organigrama

Figura 1. Estructura Organizacional



2.4 Ubicación geográfica

Figura 2. Ubicación geográfica



Nota. El Show de Tato entertainment S.A.S, cuenta con sede principal en el Condominio residencial Cristales, en la ciudad de Villavicencio; Su segunda sede se encuentra en la ciudad de Acacias, Cra 40, Villa Aurora 1, donde se realiza la producción audiovisual. Adaptado de Google Maps, 2023

2.5 Razón social

EL SHOW DE TATO ENTERTAINMENT SAS

2.6 Representante legal

Jorge William Muñoz Cortes

3. Cargo y funciones

3.1 Cargo

Practicante del área de mercadeo y publicidad

3.2 Funciones del practicante

- **Gestionar y planificar las estrategias de Marketing:**

Apoyar en la elaboración de matrices y estrategias que promuevan la investigación de mercado y el análisis de la competencia. Esto incluye la gestión y planificación de contenido, la ejecución de campañas publicitarias, el análisis de datos y la optimización de redes sociales e interacción con los seguidores, que en algunos casos necesita de una colaboración interdepartamental. Así mismo, es necesario estar al tanto de las últimas tendencias en marketing y presentar informes periódicos sobre el rendimiento de las estrategias implementadas. Este proceso es fundamental para mejorar la visibilidad de la empresa y atraer al público potencial a nivel nacional e internacional.

- **Diseño Gráfico y Multimedia:**

Crear contenido gráfico y multimedia para utilizar en las diferentes estrategias de mercadeo. En este caso hay que tener en cuenta la conceptualización como la audiencia objetivo y el mensaje clave, este se puede implementar en carteles, gráficos para redes sociales, vídeos promocionales, brochure y presentaciones según corresponda cada caso. Así mismo, se debe trabajar en estrecha colaboración con otras áreas para asegurar que el contenido refleje la voz y el estilo humorístico del artista principal, al tiempo que atrae y conecta con la audiencia.

- **Producción de eventos:**

Apoyo en la planificación, organización y ejecución de eventos en vivo. Se debe asegurar de que todos los detalles estén en su lugar, desde la programación del espectáculo hasta la gestión y funcionamiento del equipo audiovisual. Una sólida preproducción es esencial para garantizar que los eventos se desarrollen sin problemas, permitiendo al humorista principal destacar en el escenario y brindar una experiencia memorable a la audiencia.

- **Actualización del NAS:**

La actualización del NAS se lleva a cabo al final de la jornada laboral, el objetivo principal es garantizar la disponibilidad e integridad de los datos utilizados en las estrategias de marketing de cada proyecto. Esta práctica es fundamental para mantener una eficiencia operativa y respaldar la toma de decisiones de las campañas de mercadeo. Además, este proceso se ejecuta de manera segura, ya que solo permite el ingreso de empleados autorizados. Esto garantiza que los recursos digitales estén siempre listos para respaldar las iniciativas de promoción y comunicación con el público, al tiempo que se comparten y respaldan los datos y avances de cada proyecto de manera segura y controlada.

4. Resultado de los objetivos

4.1 Evaluar el posicionamiento de la marca en el mercado nacional por medio de la matriz DOFA, EFI Y EFE.

Para evaluar el posicionamiento de marca y desarrollar propuestas de marketing completas, es esencial, acudir a una serie de matrices, que sirvan como herramientas para la planificación estratégica y la toma de decisiones como primera parte del proceso. Esto permite maximizar el impacto de las actividades, mantenerse alineado con los objetivos y adaptarse a un entorno en constante cambio, como lo es el sector del entrenamiento.

Después de establecer los aspectos a mejorar con base en el diagnóstico realizado a la empresa, nos basamos en el siguiente plan de acción. En primer lugar, la elaboración de la matriz DOFA, la cual es una "herramienta administrativa que permite analizar la situación actual de la empresa con respecto las condiciones internas de la empresa y el contexto externo que la puede afectar" (Gerencie, 2022). Su finalidad es que a través de la información recopilada de la situación empresarial se puedan "tomar las decisiones o cambios organizativos que mejor se adapten a las exigencias del mercado y del entorno económico" (Kiziryan, 2015). Por consiguiente, permite visualizar, comprender y aprovechar las fortalezas y oportunidades que tiene la empresa con relación a su entorno y al mismo tiempo trabajar en las debilidades y mitigar las amenazas. El resultado le proporciona a la empresa una base sólida para tomar decisiones. Como se muestra en la **Figura 3**.

Una vez, se tienen claras las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, se hace cruce de variables, esto con el objetivo de dar respuesta a diferentes problemáticas evidenciadas, y potencializar las fortalezas que se tienen. Como se muestra en la **figura 4**.

Con base a la matriz DOFA, se elaboran las Matrices EFE (Evaluación de Factores Externos) y EFI (Evaluación de Factores Internos). Estas son herramientas esenciales para las empresas en el contexto de la planificación estratégica, puesto que son utilizadas para "resumir la información obtenida de los análisis del entorno externo e interno de la empresa". (Bello, 2022)

Estas matrices ayudan también a evaluar la situación actual de la empresa, proporcionando una visión completa y objetiva de su posición en el mercado y en el entorno empresarial.

La matriz EFI nos ayuda a identificar las fortalezas y debilidades internas de la empresa, lo que ayuda a capitalizar sus ventajas competitivas y abordar las áreas que necesitan mejora. Por otro lado, la matriz EFE identifica “ las principales oportunidades y amenazas externas que están afectando o que podrían afectar a una empresa” (Bello, Matriz EFI y EFE: Por qué debes implementarlo en tu empresa, 2022), lo que permite desarrollar estrategias eficientes como plan de acción.

En efecto, lo que se destaca de estas matrices es que al asignar puntajes de importancia a los factores clave, estas ayudan a priorizar los elementos más relevantes y significativos para la empresa, evitando la dispersión de recursos en áreas menos críticas. También sirven como punto de partida para la formulación de estrategias, alineando las fortalezas con las oportunidades y preparándose para enfrentar amenazas. Estas matrices facilitan la comunicación interna y externa, ayudando al equipo a comprender los desafíos y oportunidades. Finalmente, podríamos decir que eso proporcionan una base sólida para la toma de decisiones, reduciendo el riesgo de decisiones impulsivas o basadas en intuición. Como se muestra en la *figura 5* y *figura 6*.

Figura 3. Evidencia Matriz DOFA

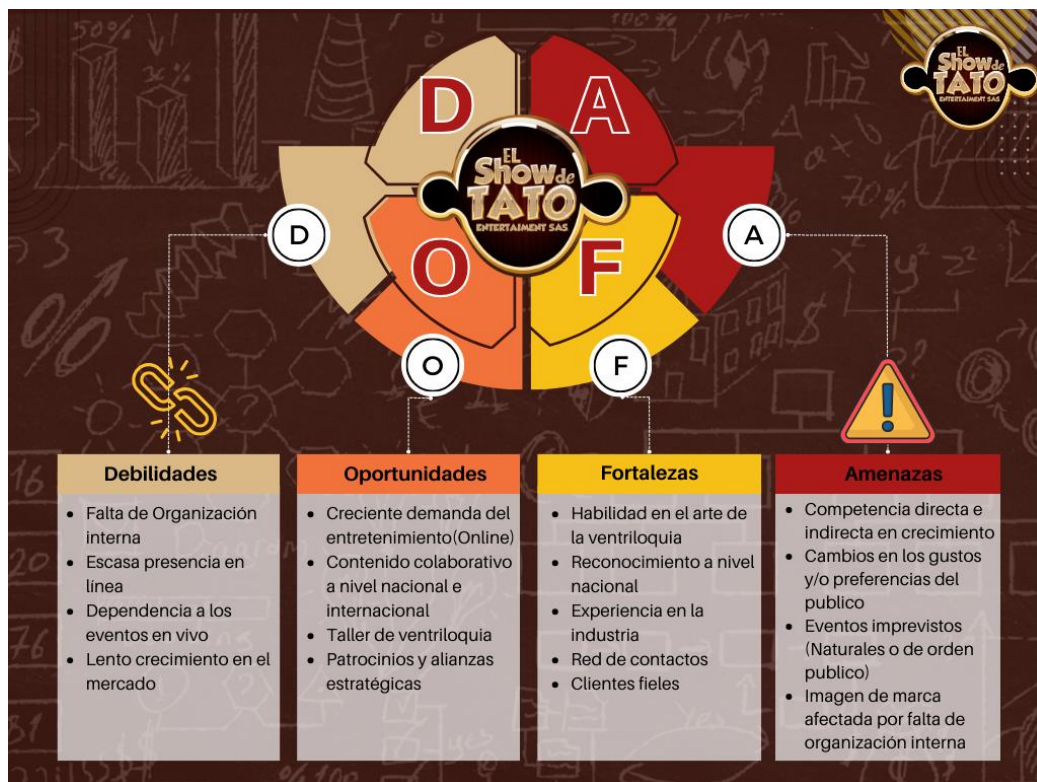


Figura 4. Evidencia justificación de cruce de variables de la Matriz DOFA

CRUCE DE VARIABLES MATRIZ DOFA		ESTRATÉGIAS DA	ESTRATÉGIAS DO
ESTRATÉGIAS FO	ESTRATÉGIAS FA		
Colaboración de Alto perfil: Las colaboraciones pueden aumentar el interés y la atención de la audiencia, lo que resulta en una mayor visibilidad y reconocimiento a nivel mundial para tu marca.		Mejora de la Organización para Competir: Para abordar la competencia directa e indirecta y mejorar la organización interna, implementa sistemas de gestión y planificación interna más efectivos. Esto te permitirá competir de manera más eficiente, tomar decisiones informadas y asegurarte de que tus actuaciones y proyectos se ejecuten de manera más fluida y profesional.	
Contenido en línea y redes sociales: Dado tu experiencia en el entretenimiento en vivo, adapta tu enfoque a las plataformas en línea y las redes sociales. Publica regularmente contenido de calidad en las diferentes redes, para aprovechar el auge del entretenimiento en línea. Esto puede incluir sketches cómicos, actuaciones en vivo en línea y detrás de escena para atraer y mantener a tu audiencia en línea.	Diferenciación y Posicionamiento: Para abordar la competencia directa e indirecta, utiliza el reconocimiento nacional e internacional para destacarte en el mercado. Enfócate en fortalecer tu marca personal y resaltar tu estilo único de comedia y ventriloquismo. Establece una posición sólida como un artista reconocido y diferente de los competidores, lo que puede atraer y retener a tu audiencia.	Mejora presencia en línea, adaptándote las Tendencias: Para abordar los cambiantes gustos y preferencias del público, trabaja en mejorar tu presencia en línea. Crea y promociona contenido en línea que esté alineado con las tendencias actuales. Utiliza plataformas de redes sociales y medios digitales para conectarte con tu audiencia y mantenerte relevante en un mundo en constante cambio.	Presencia en línea mediante colaboraciones: Dado que tienes una escasa presencia en línea, busca colaboraciones con comediantes y artistas que tengan una fuerte presencia en línea. Colabora con ellos en la creación de contenido conjunto te permitirá aprovechar su audiencia en línea para aumentar tu visibilidad y reconocimiento en plataformas digitales tanto a nivel nacional como internacional.
Taller ventriloquismo: Utiliza tu habilidad en el ventriloquismo para lanzar un programa de talleres de ventriloquismo tanto en línea como presenciales. Estos talleres no solo ayudarán a compartir tu experiencia con otros, sino que también crearán una comunidad de entusiastas del ventriloquismo que puedan convertirse en seguidores leales y embajadores de tu marca.	Adaptación Creativa: Ante las cambiantes gustos y preferencias del público, utiliza tu experiencia para adaptar tu contenido y estilo. Mantente al tanto de las tendencias actuales y ajústate creativamente para mantener tu atractivo. La versatilidad y la capacidad de adaptación pueden ayudarte a retener a tu audiencia y atraer a nuevas generaciones de seguidores.	Diversificación de Ofertas y Planificación: Dado el riesgo de eventos imprevistos y la dependencia de eventos en vivo, diversifica tus ofertas. Explora la posibilidad de ofrecer contenido en línea, grabaciones de tus actuaciones en vivo o servicios de entretenimiento virtual. Al mismo tiempo, desarrolla planes de contingencia sólidos para lidiar con cancelaciones de eventos o situaciones de emergencia que puedan afectar tus presentaciones en vivo.	Diversificación de Ingresos en Línea: Diversifica tus fuentes de ingresos aprovechando el auge del entretenimiento en línea. Crea y promociona contenido de ventriloquismo en línea, como actuaciones en vivo por streaming o videos cómicos, para llegar a un público más amplio en plataformas digitales. Esto te ayudará a reducir la dependencia de eventos en vivo y generar ingresos adicionales.
Patrocinios estratégicos: Utiliza tu red de contactos en la industria del entretenimiento para identificar y asegurar patrocinios estratégicos con empresas y marcas relevantes. Aprovecha tus relaciones para desarrollar propuestas de patrocinio convincentes que destaquen los beneficios para los patrocinadores y crea colaboraciones de largo plazo que respalden tus proyectos y espectáculos.	Resiliencia y Planificación: Dado el riesgo de eventos imprevistos, utiliza tu red de contactos para establecer relaciones con profesionales de la industria que puedan brindar apoyo en momentos de crisis. Desarrolla planes de contingencia sólidos para lidiar con situaciones inesperadas, como cancelaciones de eventos o emergencias de salud. La capacidad de respuesta rápida y efectiva puede mitigar el impacto de los eventos imprevistos.	Marketing con Enfoque en la Eficiencia Financiera: Para abordar la falta de estrategia de marketing y desconfianza por falta de organización interna, desarrolla una estrategia de marketing creativa y efectiva que destaque tus fortalezas y atraiga a tu audiencia. Al mismo tiempo, establece un plan de ahorro y resiliencia financiera que te permita navegar con éxito a través de tiempos económicos difíciles y mantener tu carrera en marcha.	

Figura 5. Evidencia Matriz EFI

MATRIZ EFI				
FACTORES INTERNOS	PUNTAJE	VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR
FORTALEZAS				
1. Talento/Habilidad en el ventriloquismo	40	0,16	4	0,64
2. Reconocimiento Nacional e internacional	30	0,12	3	0,36
3. Experiencia	30	0,12	4	0,48
4. Red de contactos	40	0,16	3	0,48
DEBILIDADES				
1. Falta de Organización Interna	30	0,12	2	0,01
2. Escasa presencia en línea	20	0,08	2	0,16
3. Dependencia a eventos en vivo	30	0,12	3	0,36
4. Falta de estrategia de Marketing	30	0,12	2	0,24
TOTAL	250	1		2,73

En este caso, el valor total de 2.73 sugiere una situación interna promedio. Esto significa que la empresa tiene fortalezas que le permiten competir de manera efectiva en ciertas áreas, pero también tiene debilidades que podrían requerir atención y mejora. En general, la empresa tiene un potencial sólido, pero aún hay margen para optimizar su desempeño y abordar las debilidades identificadas, como la falta de organización interna y la escasa presencia en línea.

La clasificación general se basa en la siguiente escala:

4.0 a 3.0: Fuerte.
2.99 a 2.0: Promedio.
1.99 a 1.0: Débil.

Figura 6. Evidencia Matriz EFE

MATRIZ EFE				
FACTORES INTERNOS	PUNTAJE	VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR
OPORTUNIDADES				
1. Industria del entretenimiento en crecimiento (Online)	40	0,17	3	0,52
2. Contenido colaborativo nacional e internacional	20	0,09	2	0,17
3. Taller de ventriloquia	20	0,09	2	0,17
4. Patrocinios y alianzas estratégicas	30	0,13	2	0,26
AMENAZAS				
1. Competencia directa e indirecta en crecimiento	40	0,17	3	0,03
2. Cambios en los gustos y/o preferencias del público	30	0,13	3	0,39
3. Eventos imprevistos (Naturales o de orden público)	20	0,09	2	0,17
4. Imagen de marca afectada por falta de organización interna	40	0,17	3	0,50
TOTAL	240	1		2,15

La clasificación general se basa en la siguiente escala:

4.0 a 3.0: Fuerte.
2.99 a 2.0: Promedio.
1.99 a 1.0: Débil.

Con un valor de 2.15, la empresa está lidiando de manera aceptable con los factores externos (oportunidades y amenazas) sin embargo hay margen para mejorar su capacidad para capitalizar oportunidades y gestionar amenazas de manera más eficaz. La clave está en la adaptabilidad y la capacidad de respuesta a un entorno empresarial en constante cambio.

4.2 Crear estrategias de posicionamiento que den respuestas a debilidades y amenazas presentes en el mercado nacional del Show de Tato Entertainment S.A.S.

Elaborar estrategias de posicionamiento que respondan a debilidades y amenazas en el mercado nacional es esencial para adaptarse, competir eficazmente y mantener la relevancia en un entorno empresarial en constante cambio.

Una organización interna sólida es fundamental para el éxito a largo plazo de una empresa. Proporciona la estructura necesaria para operar eficientemente, adaptarse a cambios y lograr objetivos estratégicos. La falta de organización puede debilitar la capacidad de la organización para competir en el mercado y mantenerse sostenible a lo largo del tiempo. En concordancia con lo anterior, se realizan las siguientes estrategias

4.1.1. Test de negocio

Desde el momento que se empezó el proceso de prácticas, como un ejercicio para conocer el estado actual de la empresa, se evidenció la oportunidad de hacer un diagnóstico de negocio, el cual fue solicitado y realizado a la gerencia; esto le ofrece a la empresa, la oportunidad de evaluar la viabilidad y planificación no solo del área de mercadeo y publicidad, si no de la organización

en general. Los datos recopilados y analizados en esta prueba han sido fundamentales para comprender los aspectos estratégicos, financieros y operativos relacionados con la producción y promoción de contenido; En base a esto se logró identificar puntos relevantes a trabajar desde las diferentes áreas. Así mismo se le aconseja a la empresa, realizar de forma periódica la actualización de esta prueba, con el fin de evidenciar los avances de la organización. Los resultados de esta prueba se evidencian en la **figura 7**.

4.1.2. Gestor de Tareas

Se elabora un gestor de tareas que se adapte a los proyectos y actividades de la empresa. En este caso se optó por dividirlo en áreas, donde el equipo de trabajo se encarga de actualizar de forma diaria el avance de cada estrategia o trabajo asignado, según el proyecto. El gestor tiene en cuenta los siguientes aspectos:

- Periodo de tiempo: Este es determinado, según el proyecto y la duración. Aquí se puede plasmar fecha de inicio y fecha de entrega.
- Días asignados: Esta sección corresponde a la cantidad de tiempo que se tiene presupuestado para realizar cada actividad.
- Porcentaje realizado: Esta casilla es actualizada diariamente, y se basa en los avances semanales que realice cada área, respecto a las actividades asignadas.
- Días trabajados: Hace referencia a la cantidad de días hábiles que se trabajó cada actividad del proyecto.
- Semanas: Después de establecer un periodo de tiempo determinado, el gestor automáticamente crea y plasma diferentes semanas en las que se va a trabajar el proyecto. Esta casilla mostrará ante cualquier modificación, de los numerales anteriores, una barra que permitirá conocer el avance de cada actividad, el color gris representa el trabajo ya realizado, mientras que el azul, lo que hace falta. Así mismo se demarca una selección roja, que detalla el día exacto en el que se encuentran, esto con el fin de relacionar con esta, con la actualización o retraso de cada actividad.

Cabe resaltar que este gestor fue creado para funcionar en gran parte de forma automática, por lo cual facilita el trabajo y manejo de este. Como se muestra en la **figura 8**. Para implementarlo se tuvieron en cuenta una serie de beneficios que aporta a la organización empresarial como:

- **Mejorar la Productividad:** Ayuda a los empleados a mantener un seguimiento de sus responsabilidades y plazos. Esto reduce la probabilidad de olvidar tareas importantes y asegura que se completen de manera oportuna, lo que a su vez aumenta la productividad.
- **Priorización Eficiente:** Permite a los empleados establecer prioridades para las tareas. Esto es crucial para centrarse en las actividades más críticas y evitar la procrastinación.
- **Colaboración Efectiva:** Los miembros del equipo pueden asignarse tareas mutuamente y seguir el progreso de manera conjunta.
- **Seguimiento de Proyectos:** Útil para rastrear el progreso de proyectos más grandes, lo que facilita la identificación de retrasos o problemas potenciales.
- **Mejora la Comunicación:** Al proporcionar una vista clara de las tareas pendientes, los gestores de tareas pueden ayudar a evitar malentendidos y asegurar que todos estén en la misma página.
- **Optimización de Recursos:** Permite una asignación más eficiente de recursos, ya que los gerentes pueden ver quién está sobrecargado y quién tiene capacidad para asumir más responsabilidades.
- **Cumplimiento de Plazos y Objetivos:** Ayuda a asegurar que los plazos y objetivos se cumplan de manera consistente, lo que es fundamental para el éxito a largo plazo de la empresa.

4.1.3. *Elaboración del proceso de propuestas de mercadeo*

Tener un proceso claro para la elaboración de estrategias de mercadeo es crucial en el mundo empresarial. Este enfoque estructurado proporciona organización y claridad, asegurando que todos los miembros del equipo comprendan sus roles y responsabilidades. Además, ayuda a establecer objetivos específicos, alineando así las estrategias con las metas de la empresa para maximizar el impacto del marketing. Al seguir un proceso definido, se facilita la recolección de datos y análisis, permitiendo tomar decisiones fundamentadas y mejorar constantemente las

estrategias. Esto reduce la probabilidad de errores y fomenta la comunicación efectiva entre los equipos, lo que finalmente conduce a resultados más consistentes y alineados con los objetivos empresariales.

En concordancia con lo anterior y como un estrategia de respuesta a varias de las debilidades y amenazas que presento la empresa, como falta de organización, lento crecimiento en el mercado, imagen de marca afectada y escasa presencia en línea, se creó un paso a paso, para la creación de estrategias de mercadeo, desde la concepción de la idea, hasta la medición de los resultados. Como se muestra en la **figura 9**.

4.1.4. Cronograma de contenido

La elaboración de un cronograma de contenido se vio necesaria debido a la falta de compromiso en la elaboración y publicación de contenido de la empresa, parte de esto se debe a la falta de tiempo por parte del gerente general para la creación de contenido, sin embargo, hay que recordar que un cronograma estructurado para la publicación de contenido no solo establece la regularidad en la comunicación con la audiencia, sino que también permite crear estrategias más efectivas. Planificar con anticipación da la oportunidad de ajustar el contenido según eventos relevantes, tendencias emergentes o temporadas específicas, lo que puede incrementar significativamente su impacto y relevancia. Además, al administrar eficientemente el tiempo de Jorge Muñoz, puede dedicar recursos adicionales a la creación de contenido de mayor calidad, lo que potencia el compromiso y la conexión con la comunidad en línea. Un ejemplo de esto se puede evidenciar en la **figura 10**.

4.1.5. Árbol de KPIs, recopilación y análisis de datos.

Evaluar el rendimiento de las estrategias de marketing es esencial para garantizar que nuestras actividades de marketing estén alineadas con nuestros objetivos comerciales y generen resultados efectivos. Es por esto por lo que se propuso la plantilla árbol de KPI. “El diagrama, funciona como herramienta visual que ilustra jerárquicamente los objetivos de una organización” (Miro, 2023). Esto facilita el seguimiento del progreso, enfocándose en métricas relevantes, y

comunicando de manera efectiva la estrategia a diferentes niveles de la empresa. Como se muestra en la **figura 11**.

Una vez se han seleccionado los Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs), procedemos a la recopilación y análisis de datos cuantificables. Estos datos nos permiten evaluar la efectividad de las estrategias implementadas, comparar el desempeño de diversos canales y plataformas de comunicación con el cliente, así como revisar aspectos clave, como el feedback de la audiencia y los benchmarks de la industria. Al culminar este proceso, se recomienda elaborar un informe que refleje los resultados, proporcionando una visión integral de la gestión y el rendimiento de las estrategias de la organización en un período determinado. Como se muestra en la **figura 12**.

4.1.6. Programación de espectáculo

El programa o cronograma de espectáculo, aunque principalmente sea un recurso interno para el artista, personal técnico y organizadores, es esencial para garantizar una ejecución sin inconvenientes, facilitar la comunicación efectiva entre los equipos y permitir ajustes ágiles ante situaciones imprevistas. Además, a pesar de no ser compartido directamente con el público, contribuye a la creación de una experiencia cohesiva y satisfactoria al asegurar que el espectáculo se desarrolle de manera fluida y exitosa. Un ejemplo de esto se puede evidenciar en la **figura 13**.

4.1.7. Estrategias para una mayor presencia en línea

La falta de presencia en línea es un gran obstáculo para el Show de Tato al limitar su visibilidad, restringir la construcción de una audiencia, reducir las oportunidades de colaboración, desconectarlo de las tendencias actuales, dificultar la autopromoción, limitar las opciones de monetización, dejarlo fuera del radar de la industria y disminuir la interacción con la audiencia. En la era digital, una presencia sólida en línea no solo es beneficiosa, sino esencial para el éxito y la relevancia en el mundo del entretenimiento. Para combatir esta debilidad se trabajaron las siguiente estrategias:

- Creación de contenido de calidad: Fundamental para captar la atención de la audiencia. Proporcionar valor a través de tu contenido establece credibilidad y ayuda a construir

relaciones sólidas con los seguidores. Algunos de los resultados se ven plasmados en videos, fotografías, sketch e historias.

- **Interacción y Compromiso:** La interacción con la audiencia muestra la atención y cuidado hacia ellos. Responder a comentarios y mensajes crea una comunidad más comprometida y fomenta la lealtad hacia la marca.
- **Consistencia en las Publicaciones:** Esta estrategia mantiene a la audiencia interesada y comprometida. Esto también mejora la visibilidad al algoritmo de las plataformas.
- **Uso Estratégico de Hashtags:** Los hashtags aumentan la visibilidad del contenido, facilitan que nuevas audiencias encuentren las publicaciones de la empresa.
- **Colaboraciones:** Estas ayudan a llegar a nuevas audiencias y atraer seguidores interesados en el contenido, al mismo tiempo que fortalecen la credibilidad empresarial.
- **Participación en eventos o programas:** Esto aporta visibilidad, credibilidad empresarial, permite alcanzar una audiencia diferente, lo que te permite llegar a nuevos seguidores y clientes potenciales interesados en el humorista; Así mismo el hecho de que sea publicado en redes sociales, permite respaldar la marca y posicionarse mejor en el mercado.
- **Contenido variable:** Esto se hace con el objetivo de que la audiencia mantenga activa y conectado con el humorista, así mismo se tratan temas personales, con los que las personas se pueden sentir involucradas.
- **Videos de interacción personal:** Esta estrategia, se planteó con el objetivo de generar mayor interés, confianza y compromiso con la audiencia, pues al involucrar interacciones personales, el público se siente más identificado con el contenido, se crea una conexión personal y contenido autentico. Como se muestra en la **figura 14**.

4.1.8. Disponibilidad del contenido en el NAS

El proceso de mantener contenido visual actualizado en el NAS (Sistema de Almacenamiento en Red) sigue una serie de pasos cuidadosamente diseñados para garantizar la calidad y relevancia de nuestro material promocional. Este proceso se inicia con una evaluación detallada de las necesidades, que incluye, la campaña específica, dimensiones, formato según corresponda y los objetivos que deseamos lograr. Posterior a esto, se utilizan programas de diseño de Creative Cloud, como Ilustrador, Photoshop y Lightroom para dar vida a cada idea y concepto;

una vez se tenga listo el contenido, este es enviado al coordinador del área para su revisión y aprobación; esta etapa es fundamental para corregir cualquier detalle o realizar ajustes oportunos, asegurando que el contenido esté alineado con los objetivos y estándares de calidad.

Una vez aprobado el contenido se procede a la fase de implementación. El material se descarga y posteriormente, se ingresa al NAS, Se busca la carpeta asignada específicamente para la campaña y se carga el material, asegurando que esté disponible para los miembros del equipo que lo necesiten. Este proceso generalmente se hace diario, garantizando que el contenido visual y documentación esté siempre actualizado y listo para ser utilizado en las campañas de marketing. Como se muestra en la **figura 15**.

4.1.9. Seguimiento mensual de las estrategias de marketing

Otro de los aspectos que se quiso implementar, es el seguimiento mensual de las estrategias de marketing, enfocado en las redes sociales en las que tiene presencia la empresa. Esto se vio como una necesidad a nivel organizacional, pues no hay claridad de estos datos y por consiguiente no se tiene una métrica de efectividad de las estrategias actuales. Se busco implementar algo fácil, practico, pero preciso a la hora de medir el alcance de redes sociales, así que se creó un formato digital, donde mes a mes, se va registrando la interacción y seguidores de cada medio, así mismo se va registrando el crecimiento tanto a nivel porcentual como gráfico. Implementar esta estrategias empresarial, permite lo siguiente:

- **Medición de Resultados Claros:** Al registrar mensualmente el alcance de nuestras redes sociales, obtendremos una métrica sólida y concreta para evaluar el rendimiento de nuestras estrategias. Esto nos permitirá medir el impacto real de nuestras actividades y determinar qué enfoques están funcionando de manera efectiva.
- **Evaluación de Estrategias:** Podremos evaluar la efectividad de nuestras estrategias y contenido en las redes sociales. Con datos concretos en la mano, podremos identificar qué tácticas están generando un mayor compromiso y cuáles necesitan ser ajustadas.
- **Optimización Basada en Datos:** Al contar con información mensual sobre el alcance, estaremos en una posición sólida para tomar decisiones informadas y optimizar nuestras

actividades en línea. Esto nos permitirá centrarnos en lo que funciona y ajustar lo que no está dando resultados.

- **Alineación con Objetivos:** Aseguraremos que nuestras acciones en redes sociales estén alineadas con nuestros objetivos comerciales. Esto garantizará que nuestras estrategias estén trabajando en pro de nuestros intereses.
- **Comunicación Transparente:** La implementación del registro mensual promoverá la transparencia en la comunicación interna y externa. Podremos proporcionar a los interesados y al equipo de marketing una visión clara de nuestro desempeño en las redes sociales.
- **Tomar Decisiones Fundadas:** Finalmente, esta propuesta nos permitirá tomar decisiones basadas en datos y evidencia en lugar de suposiciones. Esto evitará el riesgo de implementar estrategias basadas en intuiciones y promoverá una planificación más precisa.

Esta medida es esencial para mantener a la empresa competitiva en el ámbito digital y asegurar que nuestras estrategias de marketing sean efectivas y estén en línea con nuestros objetivos. Como se muestra en la **figura 16**.

4.1.10. Plan de contingencia ante cancelación de eventos.

El plan de contingencia se creó con el objetivo, no solo de ayudar a proteger la continuidad operativa y la reputación de la empresa, sino también fortalecer la confianza de los stakeholders o partes interesadas al demostrar una capacidad de respuesta efectiva ante adversidades inesperadas. Esta estrategia es esencial para las organizaciones, puesto que les permite anticipar y establecer respuestas estratégicas a eventos imprevistos, lo que permite mitigar riesgos potenciales y reducir el impacto adverso en el negocio. Igualmente cabe aclarar, que eventos con gran audiencia, el cumplimiento normativo requiere de estos planes, lo que asegura que la organización esté en conformidad con las regulaciones vigentes; esto garantiza su operatividad y protege su reputación.

En conjunto, este plan actúa como un salvaguarda estratégico, protegiendo los intereses, la estabilidad y la imagen de la organización frente a situaciones imprevistas. Un ejemplo de esto se puede evidenciar en la **figura 17**, la cual fue creada para un evento internacional en la ciudad de Panamá, ante posibles inconvenientes de orden público.

4.1.11. Apoyo en la gestión y producción de eventos

Cuando nos referimos a eventos en vivo, tenemos que considerar varios aspectos en la planificación y ejecución del espectáculo. La producción y preproducción de un evento en vivo requieren de una gestión integral que abarque desde la concepción hasta la evaluación post-evento, a fin de optimizar cada faceta y lograr el mejor resultado.

En la planificación hay que tener en cuenta el lugar para adaptar el espectáculo a la capacidad, disponibilidad, tamaño, servicios y adecuaciones técnicas proporcionadas. Por su parte el área de mercadeo se dedica a concebir estrategias promocionales que atraigan específicamente a la audiencia deseada. Esto se logra mediante la implementación de campañas tanto en plataformas de redes sociales como a través de la distribución de material promocional, asegurando así una cobertura integral y una óptima difusión del evento.

Por otra parte, se desarrolla un cronograma detallado del espectáculo, lo cual constituye una herramienta esencial para garantizar la sincronización perfecta entre los técnicos audiovisuales, el asistente y el artista. Este enfoque permite que todos los involucrados comprendan a la perfección el flujo de la presentación y operen en completa armonía. Además, el productor audiovisual se encarga de la preparación y equipamiento de los artistas y el equipo técnico, proporcionando micrófonos, audífonos y demás implementos necesarios para una comunicación fluida durante todo el desarrollo de la presentación. Cuando se trabaja como asistente de espectáculo, se debe seguir rigurosamente el cronograma, haciendo las transiciones entre diferentes personajes, cambios de vestuario e instrucciones previas a los voluntarios del público que participan en el escenario. Como se muestra en la **figura 18**.

Finalmente, después de la presentación, se implementa un proceso metódico de evaluación que involucra la recopilación sistemática de la satisfacción de la audiencia, en colaboración con nuestra asistente de producción, a través de entrevistas en tiempo real. Posteriormente, se lleva a cabo una reunión estratégica con el equipo para analizar a fondo el rendimiento del evento, destacando los aspectos exitosos, las áreas de mejora y las posibles modificaciones necesarias. Durante este análisis, extraemos lecciones valiosas a partir de la experiencia.

4.1.12. Diseño gráfico y multimedia

El diseño gráfico y multimedia, al ser parte esencial de la estrategia de posicionamiento, no solo construye una identidad visual única y coherente para la marca, sino que también ejerce un papel crucial al transmitir mensajes de manera clara y efectiva. Además, tiene la capacidad de capturar y mantener la atención del público objetivo, establecer vínculos emocionales con los consumidores, diferenciar la marca de la competencia, garantizar la consistencia visual en todos los puntos de contacto, influir en la experiencia y satisfacción del usuario, y proyectar una imagen moderna, innovadora y relevante en un mercado competitivo y en constante evolución. Como se muestra en la **figura 19**.

Figura 7. Evidencia de resultados test de negocio



Nota. Primera imagen, resultados 31 de Julio, segunda gráfica, actualización 27 de octubre del 2023.

[illegible]

Figura 9. Evidencia Proceso propuestas de mercadeo



Figura 10. Evidencia Cronograma de contenido

DIA	HORA	PROPUESTA	MEDIO	DESCRIPCIÓN
02 LUN	12 - 2 pm 7 - 9 pm.	Material Original		Comparte un fragmento de una actuación en vivo o un chiste original.
03 MAR	9 - 10 am 1 - 3 pm	Día de Interacción		Participa en conversaciones populares o responde a comentarios de seguidores.
04 MIÉ	2 - 4 pm 8 - 10 pm	Humor Visual		Crea contenido visual humorístico, como sketches cortos o animaciones
05 JUE	11 am - 1 pm 4 - 6 pm	TBT		Comparte un recuerdo gracioso, un video antiguo o anécdotas divertidas.
06 VIE	11 am - 1 pm 3 - 5 pm	Preguntas y respuestas		Realiza una sesión en vivo para responder preguntas de tus seguidores y compartir historias divertidas.
07 SÁB	12 - 2 pm 3 - 7 pm.	Colaboración		Colabora con otro comediante o creador de contenido en un video humorístico.
08 DOM	2 - 4 pm 7 - 9 pm	Detras de camaras		Muestra un detrás de cámaras de tu proceso creativo o comparte momentos divertidos fuera del escenario.

Figura 11. Evidencia Árbol de KPIs

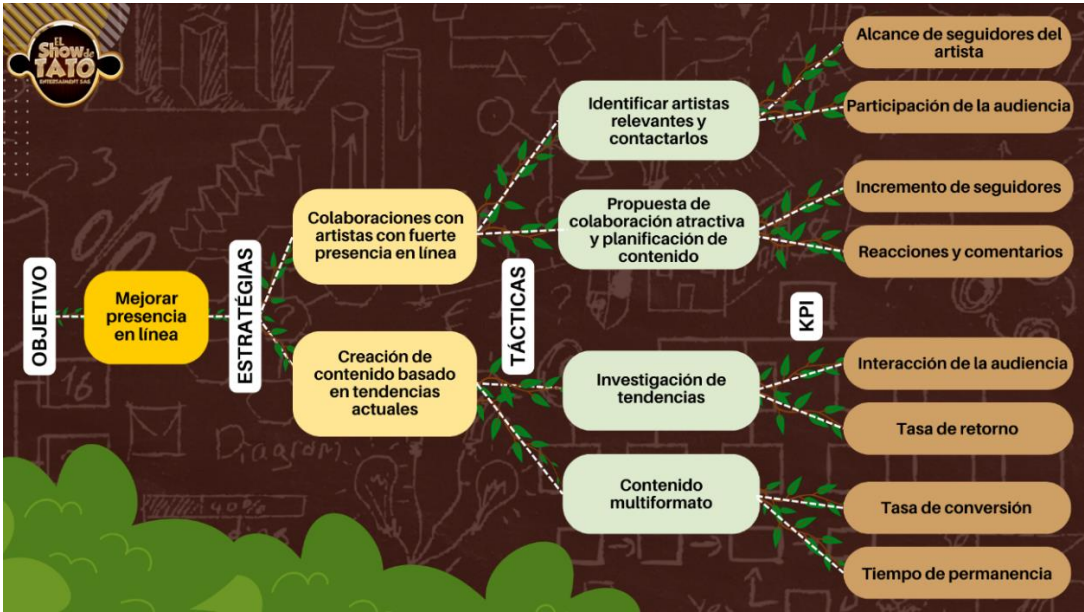


Figura 12. Plantilla rendimiento de estrategias

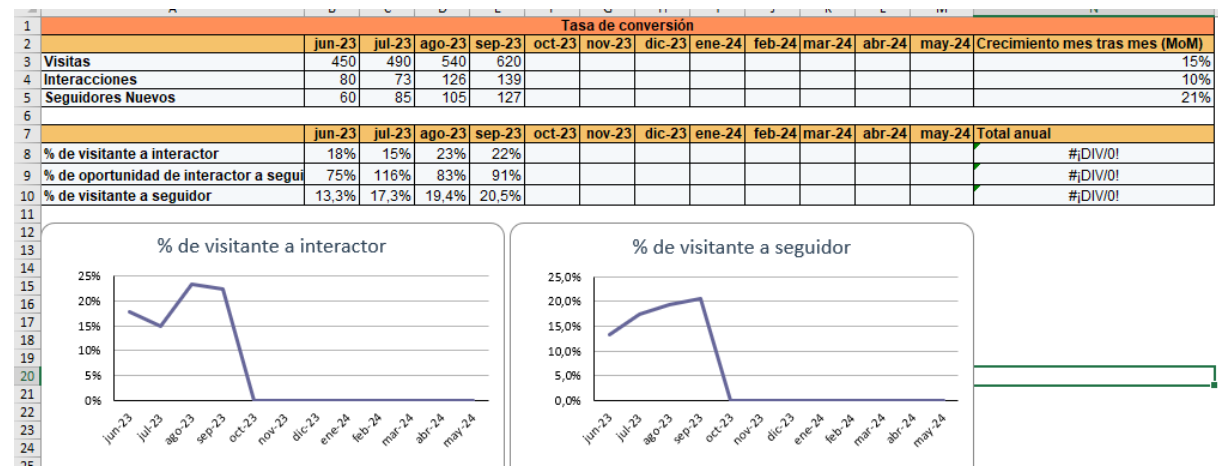


Figura 13. Evidencia programación de espectáculo



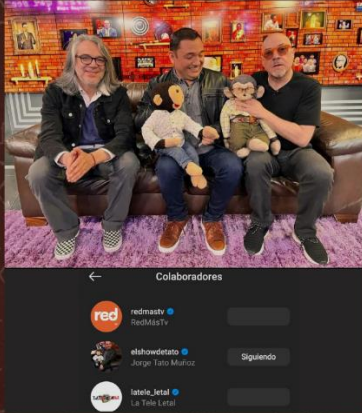
Figura 14. Evidencia Estrategias para una mayor presencia en línea

PARTICIPACIÓN EN EVENTOS/PROGRAMAS

Aporta:

- Visibilidad
- Credibilidad empresarial
- Permite alcanzar una audiencia diferente y potencial

Así mismo el hecho de que sea publicado en redes sociales, permite respaldar la marca y posicionarse mejor en el mercado.



Participación en el programa La Tele Letal del canal RedMasTV



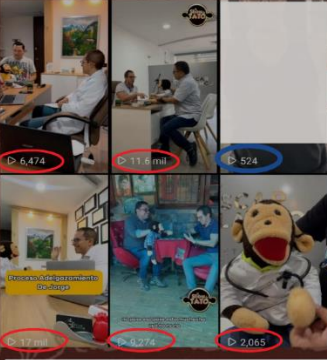
Participación en la celebración del día de las Mercedes en la Establecimiento Penitenciario y Carcelario de Villavicencio. Fue resaltado en la transmisión de noticias canal Caracol

INTERACCIÓN PERSONAL



Genera mayor interés, confianza y compromiso con la audiencia. El público se siente más identificado con el contenido.

COLABORACIONES



Colaboración con el Doctor Osca Blanco aporta a la empresa conexión e interacción con el contenido, mientras que al Doctor le aporta visualizaciones y seguidores, como muestra la imagen.

HASHTAGS

#diciembre #navidad #abuelotomas #elshowdetato #sabadosfelices

#humor #elshowdetato #ventriloquia #triplemito #tato

Nota. Datos recopilados del perfil oficial de Instagram El Show de Tato

Figura 15. Pasos para la creación y disponibilidad de elementos visuales en el NAS



Figura 16. Seguimiento mensual plan de marketing y publicidad

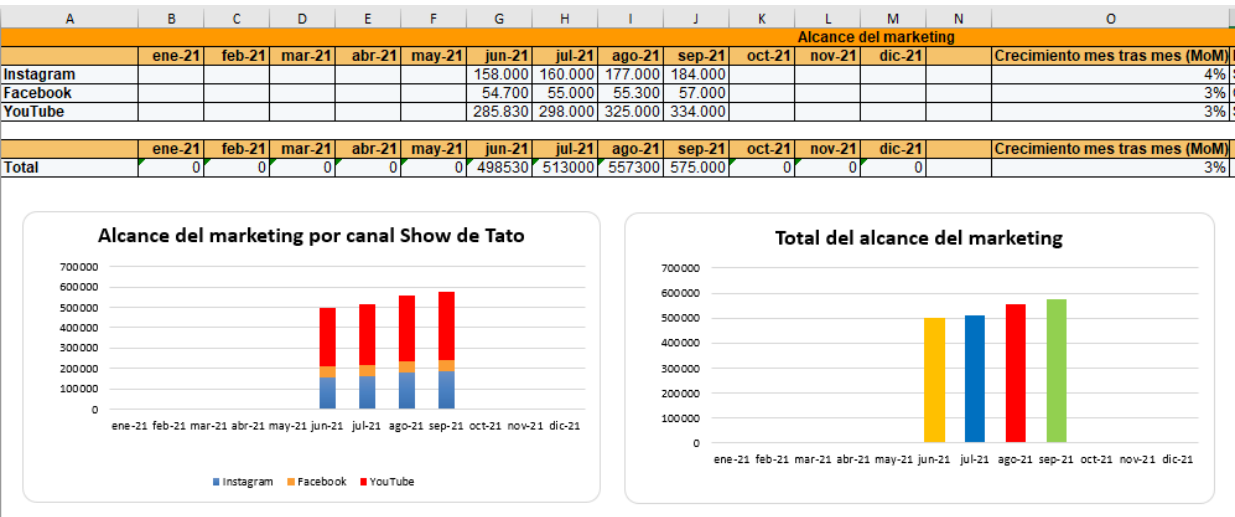


Figura 17. Propuesta plan de contingencia ante cancelación de evento.

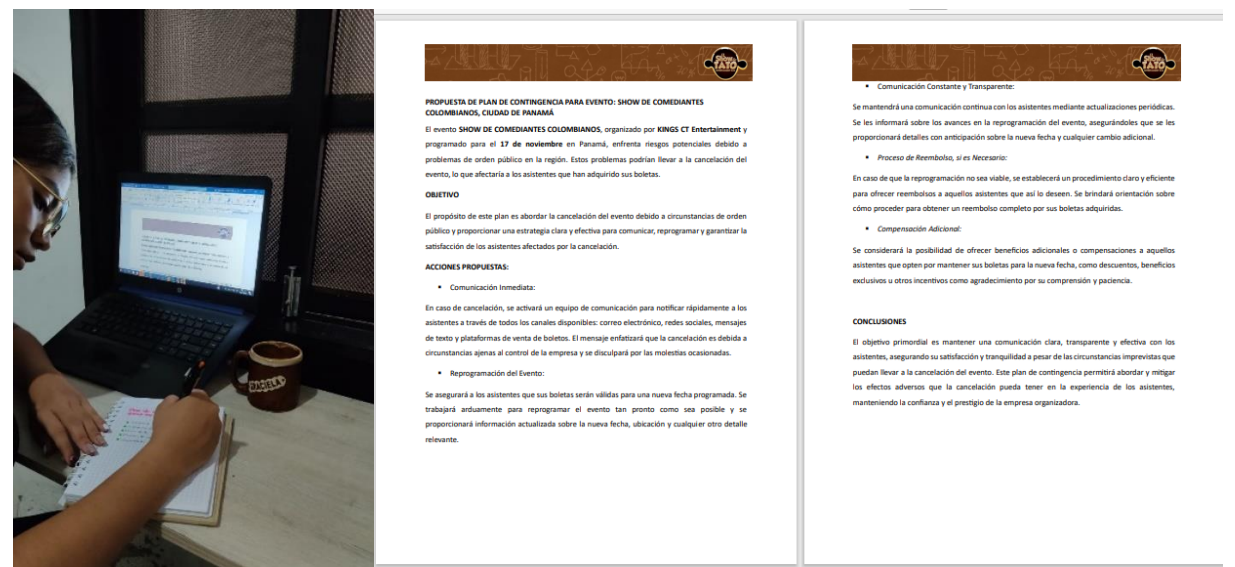


Figura 18. Apoyo y gestión en la producción de eventos.



Figura 19. *Diseño gráfico y multimedia.*



4.3 Justificar la creación de la implementación de las estrategia propuestas en el plan de mejora.

4.1.13. Estructura organizacional

Se evidencio la necesidad de crear y plasmar una estructura organizativa que fuera a fin con los proyectos de la empresa; En este caso se realizó una estructura funcional por los siguientes beneficios que esta aporta:

- Toma de Decisiones: Define las líneas de autoridad y toma de decisiones. Esto asegura que las decisiones se tomen de manera eficiente y que la empresa se mueva en una dirección coherente.
- Comunicación: Una estructura organizativa proporciona canales claros de comunicación. Esto asegura que la información fluya adecuadamente dentro de la empresa y que los mensajes clave se transmitan de manera efectiva.
- Evaluación de Desempeño: Facilita la evaluación del desempeño de los empleados. Con roles definidos, es más fácil medir y mejorar el rendimiento de cada miembro del equipo.
- Crecimiento y Escalabilidad: Una estructura organizativa sólida permite a la empresa crecer y adaptarse al cambio. Puede acomodar nuevas unidades, departamentos o equipos a medida que la organización se expande.

- **Profesionalismo:** Da una imagen más profesional a la empresa, lo que puede ser importante para clientes, inversores y socios comerciales.

Con esta mejora se busca brindar claridad, orden y coherencia a la empresa, lo que es fundamental para un buen funcionamiento y éxito a largo plazo. Como se muestra en el **anexo 1**.

4.1.14. Guía de transformación estratégica

La decisión de elaborar una guía de transformación estratégica para la empresa se fundamenta en la necesidad de adaptación al entorno empresarial actual, marcado por la creciente importancia de las redes sociales y la transición de lo presencial a lo virtual. Se reconoce que el mundo digital ofrece innumerables oportunidades para la expansión de nuestra presencia y el alcance del público. Por lo tanto, la guía tiene como objetivo proporcionar un enfoque claro y estructurado para navegar por este nuevo paradigma. Se abordarán temas cruciales como la optimización de la gestión empresarial, expansión en el mundo digital, manejo de redes sociales y la monetización de contenido online. Esta guía servirá como un faro hacia una transformación estratégica exitosa, permitiendo aprovechar al máximo las ventajas del mundo digital y posicionando mejor a la empresa en el sector. Como se muestra en los **anexos 2 y 3**.

4.1.15. Optimización y reestructuración del Sistema de almacenamiento empresarial

La decisión de optimizar y reestructurar el Sistema de Almacenamiento Empresarial se basa en la necesidad de ordenar la documentación de la empresa dentro del sistema de almacenamiento en red NAS. Se identificó que gran parte de la información almacenada era obsoleta o estaba ubicada incorrectamente en carpetas inapropiadas, lo que generaba dificultades para acceder a la información necesaria y obstaculizaba la comunicación entre las diferentes áreas de la empresa. Esta estrategia de reorganización busca no solo facilitar la búsqueda y obtención de información relevante, sino también aprovechar estas ventajas para mejorar la eficiencia general de la empresa, potenciar la toma de decisiones, fortalecer la comunicación y el cumplimiento normativo. El **anexo 4**, proporciona un ejemplo concreto de esta reestructuración y cómo contribuye al ordenamiento y mejor flujo de la información en la empresa.

[illegible]

5. Plan de mejora

Tabla 2 Estrategias para el plan de mejora de la empresa El Show de Tato Entertainment S.A.S

Estándar	Criterio	Acciones		Responsable implementación	Plazo Implementación	Responsable de seguimiento	Avance	Medio de verificación	Necesidad técnica
		Nombre Actividad propuesta	Descripción acciones						
Estructura organizacional	3	Coordinación estratégica para la gestión integral	Identificar responsabilidades, establecer jerarquías, facilitar la comunicación y coordinar actividades.	Gerencia general y practicante de mercadeo (Xilena Romero)	Julio-Agosto 2023	Gerencia general (Jorge Muñoz - Yolanda González)	100 %	Documento NAS empresarial	No aplica
Guía de Ruta Estratégica	2	Elaboración de la Guía de Transformación estratégica	Identificar falencias de la empresa para desarrollar una guía detallada de propuestas y consejos estratégicas para la eficiencia empresarial	Practicante de mercadeo (Xilena Romero)	Septiembre-Octubre 2023	Coordinador de comunicaciones (Alejandro Manjarres)	100 %	Guía de transformación estratégica en el NAS empresarial	Conocimientos básicos de mercadeo y gestión
Actualización y organización del NAS	1	Optimización y Reestructuración del Sistema de Almacenamiento Empresarial (NAS)	Revisión de carpetas del NAS, actualización y clasificación	Practicante de mercadeo (Xilena Romero)	Septiembre-Octubre 2023	Gerencia general y Coordinador de comunicaciones (Alejandro Manjarres)		Sistema de Almacenamiento Empresarial en Red (NAS)	Conocimientos en almacenamiento en red y acceso al mismo

Nota. Esta matriz presenta las diferentes estrategias para el plan de mejora por parte del estudiante a la empresa.

6. Conclusión

La decisión de optar por las prácticas empresariales en el Show de Tato Entertainment S.A.S como parte de mi formación académica demostró ser acertada, proporcionando un valioso crecimiento a nivel personal y profesional. Se logró alcanzar y superar con éxito todos los objetivos planteados al inicio de este periodo, enfrentando desafíos con determinación y aprovechando cada error como una oportunidad para aprender y mejorar continuamente; se crearon diferentes estrategias de mercadeo que le permitieron mejorar el posicionamiento e identidad marcaria a la empresa a nivel nacional, gracias al análisis eficiente durante el proceso de prácticas; así mismo se tuvo la oportunidad de participar en la gestión y planificación de eventos, para identificar finalmente desarrollar un plan de mejora, como respuesta y solución oportuna a las falencias evidenciadas. Sin lugar a duda, recomendaría la realización de prácticas empresariales a otros estudiantes. Esta vivencia brinda una oportunidad invaluable para sumergirse en el entorno laboral real y aplicar los conocimientos adquiridos durante la formación académica.

7. Referencias

- Bello, E. (29 de Julio de 2022). *Matriz EFI y EFE: Por qué debes implementarlo en tu empresa*. IEBS. <https://www.iebschool.com/blog/matriz-efe-y-efi-management/>
- EL Show de Tato Entertainment S.A.S. (2023). *Catalogo El Show de Tato*. Whatsapp. <https://wa.me/p/6009225549121428/573114470700>
- El Show de Tato Entertainment S.A.S. (2023). *El Show de Tito*. Whatsapp. <https://wa.me/p/5794228037364082/573114470700>
- Gerencie. (11 de Marzo de 2022). *Matriz DOFA*. gerencie.com. <https://www.gerencie.com/para-que-sirve-la-matriz-dofa.html>
- Hewlett Packard Enterprise. (2023). *Almacenamiento conectado a la red*. HPE.: <https://www.hpe.com/lamerica/es/what-is/nas.html>
- Kiziryan, M. (27 de Mayo de 2015). *Análisis FODA*. economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/analisis-dafo.html>
- Martins, J. (12 de Septiembre de 2022). *Diagrama de Gantt: qué es y cómo crear uno con ejemplos*. asana.com. <https://asana.com/es/resources/gantt-chart-basics>
- Miro. (Octubre de 2023). *KPI Tree Template*. miro.com. <https://miro.com/es/plantillas/arbol-kpi/>
- Real Academia Española. (2022). *Definición Sketch*. Diccionario de la Lengua Española. <https://dle.rae.es/sketch>
- Rodrigues, N. (10 de Octubre de 2022). *Qué es un diagnóstico empresarial, sus tipos y cómo hacerlo*. blog.hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/sales/diagnostico-empresarial>
- Santander Universidades. (Agosto de 2021). *Estrategias de posicionamiento: cómo sacarle partido a tu empresa*. becas-santander.com. <https://www.becas-santander.com/es/blog/estrategias-de-posicionamiento.html>
- Santos, D. (Agosto de 2022). *Qué es un análisis de mercado, cómo se hace y ejemplos*. blog.hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/marketing/como-hacer-analisis-mercado>

8. Anexos

Anexo 1. Organigrama



Anexo 2. Guía de transformación estratégica.





CONTENIDO

HUDSON

SEC

- OPTIMIZACIÓN DE LA GESTIÓN INTERNA.....1
- EXPANSIÓN EN EL MUNDO DIGITAL.....2
- IMPULSA TU PRESENCIA ONLINE.....3
- MONETIZACIÓN DEL CONTENIDO DIGITAL.....4

**1**

EL SHOW DE TATO ENTERTAINMENT S.A.S

OPTIMIZACIÓN DE LA GESTIÓN INTERNA

FACTOR CLAVE EN LA BÚSQUEDA
CONSTANTE DE EFICIENCIA Y ÉXITO.

En esta sección, exploramos cómo mejorar la gestión interna y la estructura organizativa para lograr una mayor eficiencia en la planificación y ejecución de eventos en vivo y en la producción de contenido digital.



**2**

EL SHOW DE TATO ENTERTAINMENT S.A.S

EXPANSIÓN EN EL MUNDO DIGITAL

"QUIEN NO SE SUMERGE EN LA ERA DIGITAL HOY EN DÍA, SE ARRIESGA A DESAPARECER".

Esta sentencia cobra cada vez más relevancia en un mundo donde la presencia en línea es esencial para llegar a una audiencia diversa y global. Esta guía explora cómo desarrollar y ejecutar una estrategia efectiva de contenido digital en redes sociales y otras plataformas, permitiéndote ampliar el alcance y la interacción con el público en el panorama digital actual.

REDES SOCIALES



● EL SHOW DE TATO ENTERTAINMENT S.A.S

IMPULSA TU PRESENCIA ONLINE
ESTRATEGIAS DE REDES SOCIALES

Las redes sociales son esenciales para destacar en el mundo digital. En esta sección explora cómo estas plataformas pueden potenciar tu alcance, interactuar con tu audiencia y fortalecer tu marca.

DESCUBRE POR QUÉ ES ESENCIAL APROVECHAR AL MÁXIMO LAS REDES SOCIALES EN ESTA ERA DIGITAL EN CONSTANTE EVOLUCIÓN.



● EL SHOW DE TATO ENTERTAINMENT S.A.S

MONETIZACIÓN DEL CONTENIDO DIGITAL

En esta la sección, descubre cómo convertir tu creatividad en ingresos. Exploraremos estrategias para generar ganancias a partir de tu contenido digital, incluyendo suscripciones, ventas en línea y colaboraciones con marcas.



Anexo 3. Optimización y Reestructuración del Sistema de Almacenamiento Empresarial (NAS)