

Automatización de la Validación de Tiques en el Backoffice de Pro.agency

Presentado por:

Ashly Daniela Castellanos Cabieles

Trabajo presentado para optar el título de

Profesional en Negocios Internacionales

Dirigido por:

Ernesto Arguello Pirazan

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá D.C

2024

PARTE I:

Resumen

El siguiente plan de mejora se desarrolló en la empresa Pro.agency, en el área de marketing digital, donde se participó en diversas áreas clave, incluyendo la mecánica de campañas publicitarias internacionales, la gestión de backoffice y el marketing digital. Las actividades desarrolladas incluyeron la colaboración en campañas para clientes como Calsberg y Damm, así como la creación de contenido y el análisis de datos en proyectos para Unilever. Estas tareas contribuyeron a la adquisición de habilidades fundamentales para los negocios internacionales y al fortalecimiento del desempeño de la agencia.

El eje central del informe se enfoca en la propuesta de mejora, la cual consiste en la automatización del proceso de validación de tiques en el área de backoffice. Este procedimiento, actualmente realizado de forma manual, representa una oportunidad significativa para optimizar tiempos, reducir errores humanos y liberar recursos que puedan ser destinados a actividades estratégicas.

El plan de mejora detalla la implementación de un sistema automatizado, desde la identificación de herramientas tecnológicas hasta su integración, pruebas y capacitación del personal, asegurando una transición eficiente. Los beneficios esperados incluyen una mejora en la precisión operativa, una reducción del tiempo invertido en las validaciones y un impacto positivo en la capacidad de respuesta de la agencia frente a las demandas de clientes internacionales.

Este informe no solo resume las actividades realizadas durante el periodo de prácticas, sino que también analiza los logros, aprendizajes y recomendaciones que buscan contribuir al crecimiento sostenible de Pro.agency, consolidando su posición como un referente innovador en el mercado global.

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas y organizaciones que hicieron posible esta experiencia tan significativa en Pro.agency. En primer lugar, a mi familia, quienes con su amor incondicional, apoyo constante y palabras de aliento me han dado la fuerza para alcanzar este sueño. A mi novio, por estar a mi lado en cada paso, brindándome su comprensión, motivación y compañía, incluso en los momentos más desafiantes.

Agradezco profundamente a la Universidad Santo Tomás y a la Universidad de Vic - Universidad Central de Catalunya por la oportunidad de vivir esta experiencia única de intercambio y prácticas internacionales. Gracias por su guía, formación y el respaldo académico que han sido fundamentales en mi desarrollo personal y profesional.

Finalmente, mi gratitud a Pro.agency y a todo su equipo por recibirme con los brazos abiertos, Especialmente a Sara Tramúns, por darme la oportunidad de explotar mis habilidades y por guiarme en el maravilloso mundo del marketing y la vida corporativa. Sin duda alguna, tuve la fortuna de crecer de la mano de una excelente líder.

Esta vivencia ha dejado una huella imborrable en mi camino y me ha permitido crecer tanto profesional como personalmente.

A todos ustedes, gracias de corazón por ser parte de esta etapa tan importante de mi vida.

Introducción

El siguiente plan de mejora se realiza para obtener el título de Negocios Internacionales, bajo la modalidad de prácticas profesionales desarrolladas en Pro.agency. (España).

Estas prácticas fueron realizadas en el departamento de marketing, combinando la gestión de backoffice, la mecánica de campañas publicitarias internacionales y el marketing digital, incluyendo actividades como SEO, creación de contenido y gestión de cuentas clave.

El plan de mejora propuesto se centra en la automatización del proceso de validación de tiques en el área de backoffice, un aspecto crítico para optimizar la eficiencia operativa de la empresa. Esta automatización busca agilizar los procesos internos, garantizar la precisión en las operaciones y permitir que Pro.agency dedique más recursos a actividades estratégicas y creativas, esenciales para su crecimiento en mercados internacionales.

La conexión entre el plan de mejora y los negocios internacionales radica en cómo la automatización del proceso de validación de tiques puede mejorar la eficiencia operativa, agilizar los tiempos de respuesta y minimizar los errores, lo cual es crucial para las empresas que operan en mercados internacionales altamente competitivos.

En los negocios internacionales, las empresas deben estar preparadas para responder rápidamente a las demandas de clientes globales, adaptarse a diferentes mercados y gestionar procesos de manera eficiente a gran escala.

El presente documento detalla los aspectos generales de la empresa, las actividades realizadas durante las prácticas, los logros obtenidos y las recomendaciones específicas para implementar el plan de mejora. Además, aborda cómo estas mejoras impactan directamente en el fortalecimiento de la posición estratégica de Pro.agency en el mercado global, consolidándola como una agencia innovadora y eficiente.

PARTE I:	2
Resumen	2
Agradecimientos	3
Introducción	4
PARTE II: LA EMPRESA	6
1.1 Aspectos Generales	6
1.1.1 Misión, Visión y Valores	7
1.1.2 Ubicación geográfica	8
1.1.3 Estructura organizativa	8
1.1.4 Unidad o Departamento de desarrollo de la práctica	9
1.1.4 Análisis DOFA	10
PARTE III	12
PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES	12
2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales	12
2.2 importancia limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales.	12
2.3 Objetivo General	14
2.3.1 Objetivos Específicos	14
PARTE IV	14
CONTENIDO PLAN DE MEJORA	14
3.1 Propuesta de Mejora	14
3.2 Conclusión	17
3.3 Bibliografía	17
3.4Anexos	18
3.1 Programación de actividades realizadas en la organización, de acuerdo a las prácticas profesionales	21
3.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes (ciclo 1 al ciclo 3, fecha, actividades desarrolladas, logros y dificultades enfrentadas).	21
3.1.1.1. Ciclo I	21
3.1.1.2. Ciclo 2	22
3.1.1.3. Ciclo 3	23

PARTE II: LA EMPRESA

1.1 Aspectos Generales

Pro.agency es una agencia de comunicación y marketing con más de 30 años de experiencia, consolidándose como un actor clave en el sector publicitario. Nació con el objetivo de combinar creatividad y estrategia para ofrecer soluciones integrales a las marcas, ayudándolas a conectar con sus audiencias de manera auténtica y efectiva. Desde sus inicios, Pro.agency ha evolucionado para adaptarse a los cambios del mercado y aprovechar las oportunidades que brindan las nuevas tecnologías y plataformas digitales.

En sus primeros años, la agencia centró sus esfuerzos en la gestión de proyectos locales, trabajando con marcas emergentes en el ámbito español. Con el tiempo, y gracias a su capacidad para ofrecer resultados excepcionales, fue ganando reconocimiento, lo que le permitió ampliar su cartera de clientes a nivel nacional e internacional.

La expansión digital llegó como un punto de inflexión en la historia de Pro.agency. La agencia adoptó rápidamente herramientas tecnológicas avanzadas, como estrategias de SEO, análisis de datos y campañas omnicanal, que le permitieron posicionarse como un referente en el mundo del marketing digital. Desde entonces, ha liderado campañas globales para gigantes como Grupo Damm, Unilever, Nike y muchas otras marcas reconocidas.

Hoy en día, Pro.agency no solo se distingue por sus proyectos creativos, sino también por su enfoque estratégico en el análisis de datos, la segmentación precisa y la optimización del rendimiento de las campañas. Esto le permite ofrecer un enfoque integral que combina creatividad, tecnología y resultados medibles.

1.1.1 Misión, Visión y Valores

Misión:

Ayudar a las marcas a destacar en un entorno global, ofreciendo soluciones creativas y personalizadas que potencien su identidad, conecten emocionalmente con sus audiencias y generen resultados medibles a través de estrategias digitales innovadoras.

Visión:

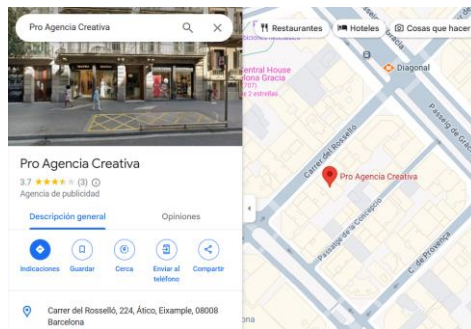
Convertirse en un líder global en marketing digital y publicidad, reconocida por su capacidad de innovar, adaptarse a los cambios del mercado y ofrecer resultados que superen las expectativas de sus clientes.

Valores:

1. Creatividad: Sorprender con ideas frescas y únicas que se alineen con la identidad de cada marca.
2. Estrategia: Diseñar enfoques dirigidos a conectar con las audiencias y generar impacto.
3. Pragmatismo: Ofrecer soluciones que sean eficientes y efectivas.
4. Proactividad: Adelantarse a las necesidades del mercado y los clientes.
5. Responsabilidad: Trabajar con honestidad y compromiso en cada proyecto.
6. Trabajo en equipo: Fomentar la colaboración como clave para el éxito

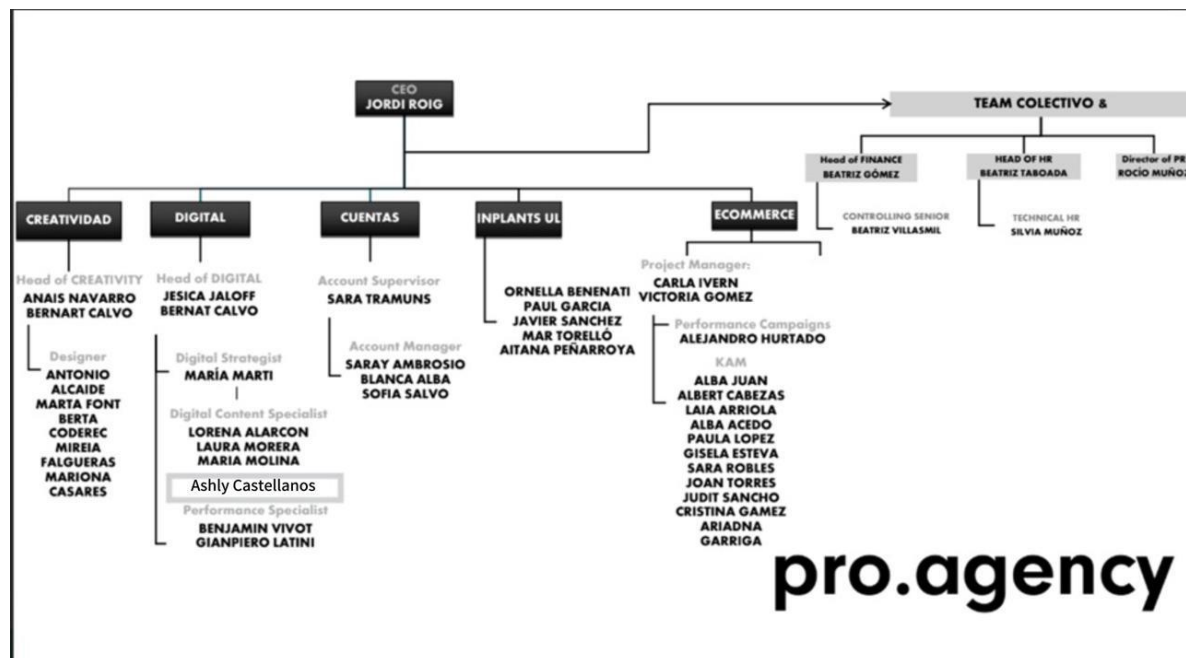
1.1.2 Ubicación geográfica

Pro.agency tiene una sede en Barcelona, España, una ciudad estratégica para el desarrollo de campañas de marketing con impacto global.



Carrer del Rosselló, 224, Ático · 932 72 16 20, Barcelona, España

1.1.3 Estructura organizativa



1.1.4 Unidad o Departamento de desarrollo de la práctica

Durante las prácticas internacionales en Pro.agency, se desempeñó un rol multifacético en el área de Marketing, combinando diversas funciones clave:

- **Gestor de Desarrollo de Plataforma:** Participó en la optimización y validación de procesos en el backoffice, específicamente en la gestión y automatización de la validación de tiques.
- **Marketing Digital:** Ejecutó estrategias de SEO, creación de landings, análisis de palabras clave y generación de contenido atractivo para mejorar la visibilidad de las campañas en plataformas digitales.
- **Gestión de Cuentas y Contenido:** Colaboró en la organización y supervisión de campañas internacionales, como las de Calsberg y Damm, asegurando la coherencia del mensaje y el cumplimiento de objetivos con los clientes.

Este rol integral permitió interactuar con diferentes áreas de la agencia, brindándole una perspectiva completa sobre el funcionamiento de Pro.agency en el ámbito del marketing y la publicidad en mercados internacionales.

1.1.4 Análisis DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
1. Procesos internos manuales: La dependencia de métodos manuales en el backoffice, como la validación de tiques, genera ineficiencias operativas y mayor riesgo de errores humanos. 2. Capacitación técnica limitada: Algunos equipos necesitan formación adicional en herramientas digitales avanzadas para optimizar los resultados y adaptarse a las demandas tecnológicas actuales. 3. Comunicación interdepartamental: Si bien es efectiva, la integración entre áreas podría fortalecerse para agilizar flujos de trabajo y mejorar la colaboración.	1. Auge del Marketing Digital: Crecimiento continuo de las plataformas digitales como canales clave para el marketing y la publicidad. 2. Expansión Internacional: Posibilidad de captar nuevos clientes en mercados emergentes o ampliar la base de operaciones en mercados consolidados. 3. Demanda de Innovación en Publicidad: Mayor interés de las marcas por estrategias personalizadas e innovadoras que conecten con audiencias específicas.

FORTALEZAS	AMENAZAS
1. Trayectoria y Experiencia: Más de 35 años en el mercado publicitario, consolidando una reputación como agencia confiable y efectiva. 2. Portafolio de Clientes Reconocidos: Trabajo con marcas de renombre como Calsberg, Damm y Unilever, lo que refuerza su posicionamiento en el sector. 3. Equipo Multidisciplinario: Profesionales con diversas habilidades que permiten abordar proyectos de manera integral. 4. Modelo de Trabajo Híbrido: Combina flexibilidad y productividad, fomentando un ambiente laboral eficiente y adaptado a las necesidades actuales.	1. Competencia en el sector: La industria publicitaria es altamente competitiva, con agencias que buscan constantemente innovar y destacarse. 2. Cambios en tendencias digitales: Las tecnologías y demandas de los clientes evolucionan rápidamente, requiriendo una actualización constante de estrategias y herramientas. 3. Presión de costos en proyectos internacionales: Las grandes campañas con marcas globales pueden requerir altos niveles de inversión inicial, lo que afecta los márgenes operativos.

PARTE III

PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA RESPECTO A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

2.1 Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

Durante la experiencia de practica en Pro.agency, se identificó que una de las principales debilidades de la empresa era la dependencia de procesos manuales en el área de backoffice, específicamente en la validación de tiques. Este procedimiento, aunque efectivo, consumía tiempo y recursos que podían haber sido optimizados mediante herramientas tecnológicas de automatización. Esta situación afectaba la eficiencia operativa y limitaba la capacidad de respuesta de la agencia ante los requerimientos de campañas internacionales.

Además, las amenazas externas, como la intensa competencia en el sector publicitario y los rápidos cambios en las tendencias digitales, incrementaban la necesidad de que Pro.agency fortaleciera su capacidad de innovación y adoptara tecnologías que impulsaran su competitividad. En este contexto, la automatización de procesos internos se presentó como una solución crucial para optimizar tiempos, reducir errores y liberar recursos, los cuales podrían ser destinados a actividades de mayor valor estratégico, como el análisis de datos y la personalización de campañas.

2.2 importancia limitaciones y alcances del trabajo de prácticas profesionales.

El trabajo realizado durante las prácticas profesionales en Pro.agency fue fundamental para abordar una de las debilidades clave identificadas: la dependencia de procesos manuales en el área de validación de tiques. La implementación de un sistema automatizado no solo

optimizó el tiempo y los recursos utilizados, sino que también permitió a la empresa enfocarse en actividades estratégicas de mayor valor, como el análisis de métricas de campañas y la mejora continua en marketing digital.

Esta mejora tuvo una importancia directa en el contexto de los negocios internacionales, ya que incrementó la capacidad de respuesta y adaptabilidad de la empresa frente a las exigencias de clientes globales y la dinámica cambiante de los mercados. Al mejorar la eficiencia operativa, Pro.agency pudo ofrecer servicios más ágiles y competitivos, fortaleciendo su posición en el sector publicitario internacional.

A pesar de la relevancia del planteamiento, existieron ciertas limitaciones inherentes al proceso de implementación. El costo inicial de la adopción de nuevas herramientas o plataformas tecnológicas requirió una inversión económica significativa, lo que representó un desafío en el corto plazo.

El alcance de este trabajo incluyó tanto los resultados inmediatos como los beneficios a largo plazo que la implementación de estas mejoras trajo:

Resultados inmediatos: Reducción del tiempo empleado en la validación de tiques, minimización de errores operativos y un aumento en la eficiencia del área de backoffice.

Impacto a largo plazo: Creación de una estructura interna más ágil y moderna que permitió a Pro.agency adaptarse rápidamente a las exigencias del mercado global, mejorando así su competitividad y reputación en la industria publicitaria.

Repercusión en otras áreas: Este modelo de automatización sirvió como base para optimizar otros procesos internos, fomentando una cultura organizacional orientada hacia la innovación y la mejora continua.

2.3 Objetivo General

Automatizar el proceso de validación de tiques en el área de backoffice de Pro.agency para mejorar la eficiencia, reducir errores y optimizar recursos.

2.3.1 Objetivos Específicos

1. Analizar herramientas tecnológicas para automatizar la validación de tiques en el backoffice.
2. Diseñar un plan de implementación para la automatización del proceso.
3. Evaluar los beneficios operativos y estratégicos de la automatización.

PARTE IV

CONTENIDO PLAN DE MEJORA

3. Propuesta de Mejora

3.1: Automatización del Proceso de Validación de Tiques

La propuesta de mejora consiste en la automatización del proceso de validación de tiques en el área de backoffice de Pro.agency. Actualmente, este proceso se realiza de forma manual, lo que genera una ineficiencia operativa considerable, con una alta demanda de tiempo y recursos humanos. Este tipo de operación manual también aumenta los riesgos de errores humanos, afectando la precisión de los datos procesados y generando retrasos en los tiempos de respuesta a los clientes.

La automatización de este proceso se logrará mediante la implementación de una herramienta tecnológica (como software de gestión documental o un sistema ERP), que permitirá optimizar las validaciones, haciéndolas más rápidas, precisas y fácilmente

auditables. Con la automatización, se espera reducir en un 40% el tiempo invertido en la validación de tiques, lo que se traduce en una mayor eficiencia operativa y un ahorro de aproximadamente 200 horas al mes que podrán ser reorientadas a actividades de mayor valor estratégico, como la optimización de campañas publicitarias y la atención al cliente.

3.2. Mejora en la Precisión y Reducción de Errores

La implementación del sistema automatizado no solo optimiza el tiempo, sino que también mejora significativamente la precisión de las validaciones, minimizando los errores comunes que ocurren en los procesos manuales. Se estima que, con la automatización, los errores asociados a la validación de tiques disminuirán en un 90%, lo que aumentará la fiabilidad de los datos procesados.

Esta mejora también tendrá un impacto directo en la calidad del servicio ofrecido por Pro.agency, al garantizar que los datos sean más precisos y estén disponibles en tiempo real para la toma de decisiones estratégicas. El sistema automatizado también contribuirá a optimizar la respuesta frente a las demandas de los clientes internacionales, mejorando la capacidad de adaptación de la agencia a las dinámicas cambiantes del mercado global.

3.3. Optimización de Recursos y Enfoque en Actividades Estratégicas

La automatización liberará recursos en el área de backoffice, lo que permitirá a los colaboradores enfocarse en tareas más estratégicas y de mayor valor, como el análisis de métricas de campañas, la optimización de SEO y el desarrollo de contenido para clientes internacionales. Se prevé que el tiempo liberado sea utilizado para mejorar la personalización de campañas y la implementación de estrategias de marketing digital, lo que incrementará la efectividad de las campañas publicitarias.

Con esta mejora, Pro.agency será capaz de redirigir hasta un 30% de los recursos humanos actualmente dedicados a tareas manuales hacia funciones que aporten un mayor valor agregado. Esto incrementará la productividad y permitirá a la agencia responder con mayor agilidad a las exigencias de los mercados internacionales, lo que fortalecerá su posición competitiva en el sector publicitario.

3.4. Conclusiones: Impacto del Plan de Mejora en la Empresa

Si Pro.agency implementa este plan de mejora, se espera un impacto significativo tanto en la eficiencia interna como en la competitividad global. La automatización del proceso de validación de tiques permitirá a la agencia:

- Reducir en un 40% el tiempo empleado en la validación de tiques, lo que representa un ahorro de 200 horas al mes.
- Disminuir los errores operativos en un 90%, mejorando la precisión y confiabilidad de los datos procesados.
- Liberar hasta un 30% de los recursos humanos, que serán redirigidos a tareas estratégicas y de mayor valor, como la mejora de campañas y la atención a clientes internacionales.

A largo plazo, esta mejora no solo optimizará los procesos internos, sino que también fortalecerá la competitividad de Pro.agency en un mercado global altamente dinámico. La agencia será capaz de ofrecer un servicio más ágil y eficaz, consolidando su reputación como una empresa innovadora y altamente eficiente, capaz de adaptarse rápidamente a las demandas cambiantes de los clientes internacionales.

3.2 Conclusión

A lo largo de este periodo, se enfrentó retos significativos, como la necesidad de integrar herramientas tecnológicas en un entorno dinámico y de mantener una comunicación efectiva en un modelo de trabajo híbrido. sin embargo, estos desafíos permitieron el desarrollo de habilidades esenciales como la adaptabilidad, la resolución de problemas y la colaboración interdisciplinaria.

En conclusión, la estancia en pro.agency no solo contribuyó al crecimiento profesional, sino que también reforzó la comprensión de la importancia de los procesos internos en la competitividad internacional de una empresa. la propuesta de automatización presentada no solo respondió a una necesidad específica, sino que también sentó las bases para futuras optimizaciones en otras áreas de la empresa, contribuyendo al fortalecimiento de su estructura operativa y su capacidad de innovación en un mercado global.

3.3 Bibliografía

1. Pro. agencia creativa. (s. f.). <https://www.pro.agency/es/>
2. Plc, U. (2024, 22 agosto). *Accesibilidad*. Unilever.
<https://notices.unilever.com/general/es/accessibility/>
3. Web, E. (2023, 17 abril). *Análisis de métricas clave en Google Analytics 2023 - Especialistas Web*. Especialistas Web. <https://especialistasweb.es/analisis-de-metricas-clave-en-google-analytics-2023/>
4. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education. - *References - Scientific Research Publishing*. (s. f.).
<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3155681>

5. Laudon, *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*, 16th Global Edition. (s. f.). https://www.pearson.com/nl/en_NL/higher-education/subject-catalogue/information-systems/Laudon-management-information-systems-digital-firm-16e.html

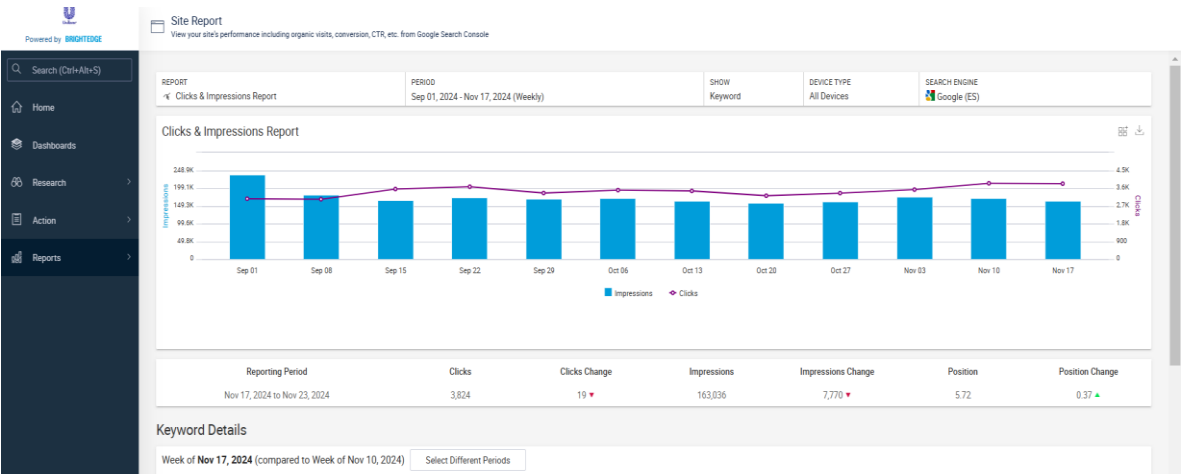
3.4 Anexos

Anexo 1: Capturas de Pantalla de Campañas Publicitarias



Visualización de los anuncios de display y banners utilizados en la campaña de Damm y Carlsberg, que reflejan el enfoque creativo y los KPIs alcanzados.

Anexo 3: Ejemplos de Contenido Digital Desarrollado



Selected Keywords		+ Add Keywords											
Show 33 entries													
☐	Keyword	Monthly Search Volume	Blended Rank Nov 24, 2024	Blended Rank Change	Page Number	PLP Assigned	Page URL						
☐	coliflor	18,100	1	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/ideas-menu/al-punto/cest						
☐	bovini	8,100	3	1 ▼	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/informacion-producto/kno						
☐	tarta de queso vasca	1,900	1	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/receta/tarta-de-queso-vas						
☐	salsa bourbon	1,900	4	1 ▼	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/receta/salsa-barbacoa-de						
☐	salsa bovini	1,300	1	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/ideas-menu/menu-del-dia						
☐	ensaladilla de marisco	1,300	68	26 ▲	7	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/receta/ensaladilla-de-mari						
☐	propiedades coliflor	1,000	2	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/ideas-menu/al-punto/cest						
☐	coliflor propiedades	1,000	2	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/ideas-menu/al-punto/cest						
☐	propiedades de la coliflor	880	2	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/ideas-menu/al-punto/cest						
☐	room service	880	3	2 ▲	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/ideas-menu/especial-hote						
☐	beneficios de la coliflor	590	2	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/ideas-menu/al-punto/cest						
☐	beneficios coliflor	390	2	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/ideas-menu/al-punto/cest						
☐	beneficios del coliflor	390	2	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/ideas-menu/al-punto/cest						
☐	bovini es sano	390	3	1 ▼	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/ideas-menu/menu-del-dia						
☐	marmitako de pescado	320	1	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/informacion-producto/kno-bovini-cabo-co						
☐	coliflor beneficios	320	2	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/receta/marmitako-de-pesc						
☐	arroz meloso con gambas y calamares	260	1	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/ideas-menu/al-punto/cest						
☐	hamburguesa con aguacate	210	1	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/receta/arroz-meloso-de-gi						
☐	unilever food solutions	210	1	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/receta/hamburguesa-de-ta						
☐	alitas teriyaki	140	7	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/						
☐	sopa de cebolla con huevo	90	2	4 ▲	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/receta/alitas-de-pollo-al-hi						
☐	propiedades del coliflor	50	2	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/receta/sopa-de-cebolla-tra						
☐	receta estandar	10	1	No Change	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/ideas-menu/al-punto/cest						
☐	esterilizaci3n de alimentos	0	2	1 ▲	1	☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/ideas-menu/protege-tus-b						
☐						☒	https://www.unileverfoodsolutions.es/ideas-menu/especial-hote						

Captura de landing page optimizada para la campaña de Unilever, mostrando los resultados de tráfico generado y la mejora en la conversión a través de SEO y contenido atractivo.

Anexo 4: Reportes de Análisis de SEO

Keyword	Clicks	Impressions	CTR	Position	Monthly Search Volume
propiedades de la coliflor	32	417	7.67%	2.68	0.36
bovill	31	1,551	2.00%	1.80	0.01
salva bovill	25	247	10.12%	1.01	No Change
recetas de menús diarios para restaurantes	22	38	57.89%	1.05	0.11
coliflor propiedades	18	286	6.29%	2.61	0.32
vinagreta para ensalada de burrata	18	158	11.39%	2.90	0.14
tarta de queso vasca	16	300	5.33%	2.02	0.44
croquetas sin gluten	16	322	4.97%	2.22	0.46
crema de bogavante	16	169	9.47%	2.22	0.12
sopa de coliflor y huevo	14	92	15.22%	2.00	0.53
panacota de papaya	13	79	N/A	1.06	N/A
coliflor	12	257	4.67%	4.76	1.34
arroz mar y montaña	12	83	14.46%	1.29	0.16
mayonesa de huevo frito	12	126	9.52%	1.14	0.02
alergenos	12	297	4.04%	2.53	0.11
propiedades coliflor	11	179	6.15%	2.60	0.62
beneficios de la coliflor	11	216	5.09%	2.65	0.40
unilever food solutions	10	50	20.00%	1.02	No Change
14 alergenos	9	187	4.81%	2.30	0.12
tarta queso vasca	8	50	16.00%	1.40	0.57
maizena express	8	32	25.00%	1.06	0.06
sandwich club receta	8	97	8.25%	2.86	3.21
los 14 alergenos	8	42	19.05%	2.76	0.24
lentejas con oreja	8	67	11.94%	1.10	0.12
bovill salva	7	68	10.29%	1.00	No Change

Reportes de Análisis de SEO

Detalles sobre las estrategias de SEO implementadas durante las prácticas, como:

- **Análisis de palabras clave:** Principales términos utilizados en las campañas de SEO.
- **Resultados obtenidos:** Incremento del tráfico orgánico y análisis del rendimiento de las landing pages.
- **Métricas clave:** Posicionamiento, CTR (Click-Through Rate) y tasa de conversión.

PARTE V

SEGUIMIENTO PRACTICA PROFESIONAL

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

Durante las prácticas profesionales en Pro.agency, se desarrolló una amplia variedad de actividades relacionadas con las áreas de marketing, gestión de cuentas y operaciones en backoffice. A continuación, se enumeran las principales tareas realizadas:

- **Gestión de Desarrollo de Plataforma:** Supervisión y validación de tiques relacionados con campañas publicitarias de clientes como Calsberg y Damm.
- **Gestión de Cuentas y Contenidos:** Coordinación con los equipos creativos y de clientes para garantizar el cumplimiento de los objetivos de las campañas, como las de Unilever.
- **Propuesta de Mejora:** Diseño de un sistema automatizado para la validación de tiques en el área de backoffice, enfocado en reducir tiempos y minimizar errores.

3.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes (ciclo 1 al ciclo 3, fecha, actividades desarrolladas, logros y dificultades enfrentadas).

3.1.1.1. Ciclo I

Fecha: 01 de octubre 2024.

Actividades Desarrolladas:

1. Inducción al funcionamiento interno de Pro.agency, su cultura organizacional y valores.

2. Capacitación inicial en herramientas y procesos relacionados con la validación de tiques en el backoffice.
3. Participación activa en la validación de tiques y gestión de compras para campañas de clientes clave, como Calsberg y Damm.
4. Familiarización con la metodología de trabajo híbrido.

Logros:

1. Adquisición de conocimientos básicos sobre los procesos internos.
2. Adaptación exitosa al entorno laboral y asignación de primeras tareas.

Dificultades:

1. Comprensión inicial de los sistemas y flujos operativos específicos de la agencia.

3.1.1.2. Ciclo 2

Fecha: 01 de noviembre 2024.

Actividades Desarrolladas:

1. Colaboración activa en la validación de tiques y compras relacionadas con campañas de clientes como Calsberg y Damm.
2. Apoyo en la organización de bases de datos y seguimiento de procesos en el área de backoffice.
3. Implementación de estrategias SEO para landings de campañas publicitarias.

Logros:

1. Mejora en la velocidad de validación de tiques mediante ajustes manuales en el proceso.
2. Contribución en la optimización del contenido digital, incrementando la visibilidad en campañas específicas.

Dificultades:

1. Gestión del tiempo en tareas concurrentes debido a la alta demanda operativo.

3.1.1.3. Ciclo 3

4. Fecha: 22 de noviembre 2024.

Actividades Desarrolladas:

1. Desarrollo de contenido creativo y estratégico para las campañas digitales de Unilever, alineado con su identidad de marca y objetivos de comunicación.
2. Gestión de cuentas clave, colaborando con el equipo de Unilever para garantizar la coherencia del mensaje y el cumplimiento de los plazos y resultados esperados.
3. Supervisión de piezas creativas y su implementación en las plataformas digitales, ajustándolas según las necesidades del cliente y las métricas de rendimiento.

Logros:

1. Creación de contenido impactante que incrementó la interacción y el alcance de las campañas de Unilever.

Dificultades: Adaptación de mensajes específicos a distintos formatos y canales digitales dentro de plazos ajustados.