

PASANTÍA EN EL CONSULTORIO DE MARKETING Y NEGOCIOS
PRÁCTICA PROFESIONAL
FENALCO - META



HEYDY JURAINY MONCADA AVENDAÑO



UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
PROGRAMA NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2022

PASANTÍA EN EL CONSULTORIO DE MARKETING Y NEGOCIOS

PASANTÍA EN EL CONSULTORIO DE MARKETING Y NEGOCIOS
PRÁCTICA PROFESIONAL
FENALCO - META

HEYDY JURAINY MONCADA AVENDAÑO

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

Asesor
Oscar Mauricio Cepeda Rosas
Ingeniero Industrial

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2022

Autoridades Académicas

P. JOSÉ GABRIEL MESA ANGULO, O.P

Rector General

P. EDUARDO GONZALES GIL, O.P

Vicerrector Académico General

P. José Antonio BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. RODRIGO GARCIA JARA, O.P

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Adm. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Dr. ERNESTO JOSÉ CAMARGO HERNANDEZ

Decano Facultad de Negocios Internacionales

Dedicatoria

A la memoria de mi padre Luis Eduardo Moncada Andrade que siempre deseó que fuera profesional.

Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios por darme la oportunidad de estudiar y a mi hermana Paola Santana por creer en mí y darme el apoyo necesario para que tomara este camino y no desfallecer en el proceso. De la misma forma agradezco a mi madre Nelly Avendaño que siempre estuvo dispuesta a ayudarme en estos 4 años, haciendo sacrificios para que nunca faltara a mis clases y alivianándome tareas del hogar para que yo me enfocara sólo en estudiar.

Igualmente agradezco a los demás miembros de mi familia y a mis amigos más cercanos al aportar su granito de arena, siempre brindándome sus buenos deseos y creyendo que estoy hecha para grandes cosas. Finalmente, agradezco a la vida que me presentó obstáculos porque de estos aprendí y obtuve experiencia para que hoy pueda estar más cerca de obtener mi título como profesional.

Contenido

	Pág.
Lista de figuras.....	8
Glosario.....	9
Resumen.....	11
Abstract.....	12
Introducción.....	13
1. Objetivos.....	14
1.1 Objetivo general.....	14
1.2 Objetivos específicos.....	14
2. Información de la empresa.....	15
2.1 Reseña histórica.....	15
2.2 Misión.....	16
2.3 Visión.....	16
2.4 Objetivos.....	16
2.5 Organigrama.....	17
2.6 Principios y valores.....	17
3. Área de trabajo.....	18
4. Objetivo de la práctica.....	19
4.1 Nombre del cargo.....	19
4.2 Objetivos del cargo.....	19
4.3 Actividades realizadas.....	20
4.3.1 Creación de contenido para el consultorio Marketing y Negocios.....	20
4.3.1.1 Plan de comunicación digital.....	21
4.3.1.2 Establecimiento de términos y condiciones.....	21
4.3.1.3 Guía interna para entrevistas.....	21
4.3.1.4 Encuesta de satisfacción.....	22
4.3.1.5 Calendario de Redes Sociales.....	22
4.3.2 Contenido para Fenalco en emergencia global SARS COVID 19.....	23
4.3.2.1 Base de datos de las empresas que siguen a Fenalco Meta en Instagram.....	23
4.3.2.2 Información para Directorio de Villavo a domicilio.....	24
4.3.2.3 ABC de aislamiento inteligente.....	25

4.4	Cambio de actividades como consecuencia de la Pandemia.	25
4.4.1	Community manager (Cine Multiplex y C.C. Villacentro)	25
4.4.1.1	Funciones asignadas al Community Manager.....	25
4.4.1.2	Habilidades del Community Manager.....	26
4.4.1.3	Actividades en Cine Multiplex Villacentro.....	26
4.4.1.4	Actividades en C.C. Villacentro.....	27
4.4.2	Proyecto de hotelería y turismo	29
5.	Impactos del cargo	31
	Conclusiones	32
	Referencias bibliográficas.....	33
	Anexos	34

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Organigrama de la Federación Nacional de Comerciantes y Empresarios Fenalco.....	17
Figura 2 Lanzamiento virtual del consultorio Marketing y Negocios	18
Figura 3 Logotipo oficial del Consultorio de Marketing y Negocios.....	20
Figura 4 Calendario de redes sociales.....	22
Figura 5 Bases de datos de empresas que siguen a Fenalco Meta	23
Figura 6 Presentación de Directorio.	24
Figura 7 Concurso Cine Multiplex	26
Figura 8 Cortometraje publicado en Cine Múltiplex.	27
Figura 9 Información de bioseguridad.....	28
Figura 10 Semana de descuentos.	28
Figura 11 Grupo de WhatsApp integrado por locales comerciales	29
Figura 12 Accesos de perfiles digitales del proyecto hotelero.	30
Figura 13 Check list de actividades con proyecto hotelero.	30

Glosario

Branding: Es un proceso integrativo, que busca construir marcas poderosas, es decir, marcas ampliamente conocidas, asociadas a elementos positivos, deseadas y compradas por una base amplia de consumidores. (Hoyos, 2016)

CM: Community manager, es la persona que se encarga de gestionar las conversaciones sociales de una marca con los usuarios que frecuentan las redes sociales en las que tiene presencia. (Selman, 2017)

Copy: (Copywriting) Es el proceso mental creativo de producir materiales de marketing escrito. El producto de este proceso se llama copia. Las copias tienen el propósito de convencer a la gente de realizar una determinada acción. (Pérez, 2017)

FODA: (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta clave para hacer una evaluación pormenorizada de la situación actual de una organización o persona sobre la base de sus debilidades y fortalezas, y en las oportunidades y amenazas que ofrece su entorno. (Huerta, 2020)

Gremial: Las asociaciones gremiales son personas jurídicas de derecho privado, conformadas por una pluralidad de personas que reúnen sus esfuerzos y actividades para una finalidad no lucrativa, sino de orden espiritual o intelectual o deportivo o recreativo. (PricewaterhouseCoopers Servicios Legales y Tributarios Ltda, 2019)

Marketing digital: Consiste en todas las estrategias de mercadeo que realizamos en la web para que un usuario de nuestro sitio concrete su visita tomando una acción que nosotros hemos planeado de antemano. (Selman, 2017)

Optimización de redes sociales: Se refiere a los cambios en un sitio a fin de optimizarlo para que sea más fácil difundirlo a través de redes sociales. (Diego, 2008)

Plan de comunicación digital: (PDC) Es una herramienta que permitirá definir y administrar todo el esfuerzo hacia la meta que deseas alcanzar en función de tácticas y objetivos. (SocialGest, 2019)

Resumen

El presente documento es un informe final de práctica profesional realizado en la federación nacional de comerciantes capítulo Meta, entidad en la que se desempeñó el cargo de Pasante en el consultorio de Marketing y Negocios donde se realizaron ciertas actividades tales como: generar contenidos para la atracción de clientes potenciales, gestión de perfiles empresariales, creación de contenido para el consultorio y redes sociales, redactar copys, subir información en formato video e imagen, entre otras que se explican a lo largo del trabajo.

Por temas de pandemia SARS-Covid 19, las actividades asignadas para el consultorio de Marketing finalizaron ya que no se pudo continuar con el proyecto debido a que las capacitaciones no se podían realizar de forma presencial. En consecuencia, se cambiaron las actividades y se asignaron nuevas funciones que abordaron el cargo de Community manager en su mayor medida a marcas afiliadas a Fenalco Meta. Estas nuevas funciones continuaron con la misma mecánica, que es la generación de contenidos, publicación de información, realización de actividades, con el fin de atraer nuevos clientes y fidelizar los ya existentes. Estas tareas tuvieron un control mediante un calendario de redes sociales que se manejó donde semanalmente se planificaban el contenido que se iba a publicar.

El trabajo está sustentado en capturas de pantalla y anexos en virtud de que la pasantía fue modo virtual debido a la pandemia mundial por SARS-Covid 19. Terminando el informe, donde se relata las actividades principales como Community manager se llegó a una serie de conclusiones donde resalta su importancia en el mundo digital.

Palabras clave: Contenido, Clientes, Actividades, Marketing, Community manager, Redes sociales.

Abstract

The present work focuses on the professional practice done at Fenalco Meta, in which the position of Intern is granted in the Marketing and Business office where certain activities were carried out such as: generate content for the attraction of potential customers, Management of business profiles, creation of content for the office and social networks, writing copys, upload information in video and image format, among others that are explained throughout the work.

Due to the SARS-Covid 19 pandemic, the activities assigned to the Marketing Office ended as the project could not be continued because the trainings could not be carried out in person. As a result, the activities were changed and new functions were assigned that addressed the position of Community manager to a greater extent to brands affiliated with Fenalco Meta. These new functions continued with the same mechanics, which is the generation of content, publication of information, carrying out activities, in order to attract new customers and loyalty to existing ones. These tasks were monitored through a social media calendar that was managed where weekly content was planned to be published.

The work is supported by screenshots and annexes because the internship was virtual mode due to the global pandemic by SARS-Covid 19. Concluding the report, which recounts the main activities as Community manager, a series of conclusions were reached where it highlights its importance in the digital world.

Keywords: Content, Clients, Activities, Marketing, Community manager, Social networks.

Introducción

El trabajo propone exponer sobre la pasantía en Fenalco Meta (Federación Nacional de Comerciantes, Seccional Meta), donde se tuvo la iniciativa de hacer apertura del Consultorio de Marketing y Negocios como una herramienta para el fortalecimiento empresarial, un espacio que busca apoyar el emprendimiento, la innovación y el talento llanero.

En este documento se consigna la experiencia en el cargo de Pasante en el Consultorio de Marketing y Negocios, así como también la información general de Fenalco Meta, misión, visión, objetivos y como opera internamente. En el cuerpo del trabajo, se desarrollan las funciones laborales que se realizaron en modo virtual debido a la pandemia mundial generada por SARS-Covid 19, por ende, se anexan capturas de pantalla del trabajo desarrollado desde casa.

El documento finaliza con el impacto que tuvo el cargo al realizar las prácticas profesionales en medio de la pandemia mencionada anteriormente y las conclusiones de la importancia de las actividades realizadas.

1. Objetivos

1.1 Objetivo general

Desempeñar la función como Community Manager para el consultorio de Marketing y Negocios y empresas afiliadas a la organización Fenalco Meta, capítulo Villavicencio.

1.2 Objetivos específicos

- ✓ Generar el plan de comunicación digital para el consultorio de Marketing y Negocios.
- ✓ Proponer un calendario de actividades semanales para empresas asignadas que están afiliadas a Fenalco, Meta.
- ✓ Gestionar las redes sociales de las empresas asignadas que están afiliadas a Fenalco, Meta.

2. Información de la empresa

La Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) es una entidad gremial, de carácter permanente, sin ánimo de lucro, encargada de fomentar el desarrollo del comercio y de orientar, representar y proteger sus intereses, dentro de un criterio de bienestar y progreso del país. (Federación Nacional de Comerciantes y Empresarios Fenalco, 2020)

2.1 Reseña histórica

En 1945 nace Fenalco y desde su inicio su misión ha sido expandirse e incluir a todo el territorio nacional para transformarlos en prospectos de riqueza y desarrollo, sobre la base del apoyo de todo el gremio. Con estos principios la Federación pretende sembrar su esfuerzo y filosofía empresarial concibiendo el buen aprovechamiento y servicios de sus agremiados.

El 27 de julio de 1973 en la ciudad de Villavicencio, se creó La Federación Nacional de Comerciantes Seccional Meta y Llanos Orientales, éste nació ante la necesidad de representar, guiar y proteger los intereses de los comerciantes llaneros en todas las áreas, impulsando su desarrollo, progreso y bienestar, transformándose así en el principal canal de comunicación entre el sector productivo y las entidades gubernamentales. La iniciativa de tener representación de la Federación Nacional de comerciantes en la ciudad de Villavicencio, surgió de los señores Alfonso Ochoa, Froilán Carranza y Cesar Echeverri, citaron a varias personas donde asistieron doce gerentes de varios sectores de la economía, éstos acogieron la idea y eligieron como director al señor Carlos Ortiz Perdomo, de profesión abogado, quien tuvo como misión la reglamentación de la forma en que la federación operaría, también se encargó en el año de 1973 de reglamentar el funcionamiento teniendo como sede el edificio Burgos en el centro de Villavicencio. En julio de 1974 se conformó el capítulo Meta con la colaboración de Guillermo Gómez - director de la seccional Cundinamarca. (Federación Nacional de Comerciantes y Empresarios Fenalco, 2019)

Fenalco Meta es un gremio democrático, participativo y abierto que promueve la solidaridad entre los distintos sectores económicos y la fidelidad entre comerciantes del Meta. Programas de capacitación, asesoría jurídica, cobro de cartera, actividades comerciales y avales para créditos son algunos de los beneficios que la seccional ofrece a sus partidarios. Otro proyecto de interés social que promueve la entidad es Fenaltiendas, donde se busca mejorar la calidad de

vida de los pequeños comerciantes. El gremio es identificado como guía de los valores que enaltecen al hombre y como autentico vocero de la sociedad. (Federación Nacional de Comerciantes y Empresarios Fenalco, 2019)

2.2 Misión

Representamos al sector comercio y servicios y trabajamos para su desarrollo sostenible, los intereses generales del país y el fortalecimiento de la iniciativa privada y de las instituciones. Proveemos productos y servicios líderes e innovadores que impulsan la competitividad empresarial y somos un foro de pensamiento y reflexión sobre los retos del país. (Federación Nacional de Comerciantes y Empresarios Fenalco, 2020)

2.3 Visión

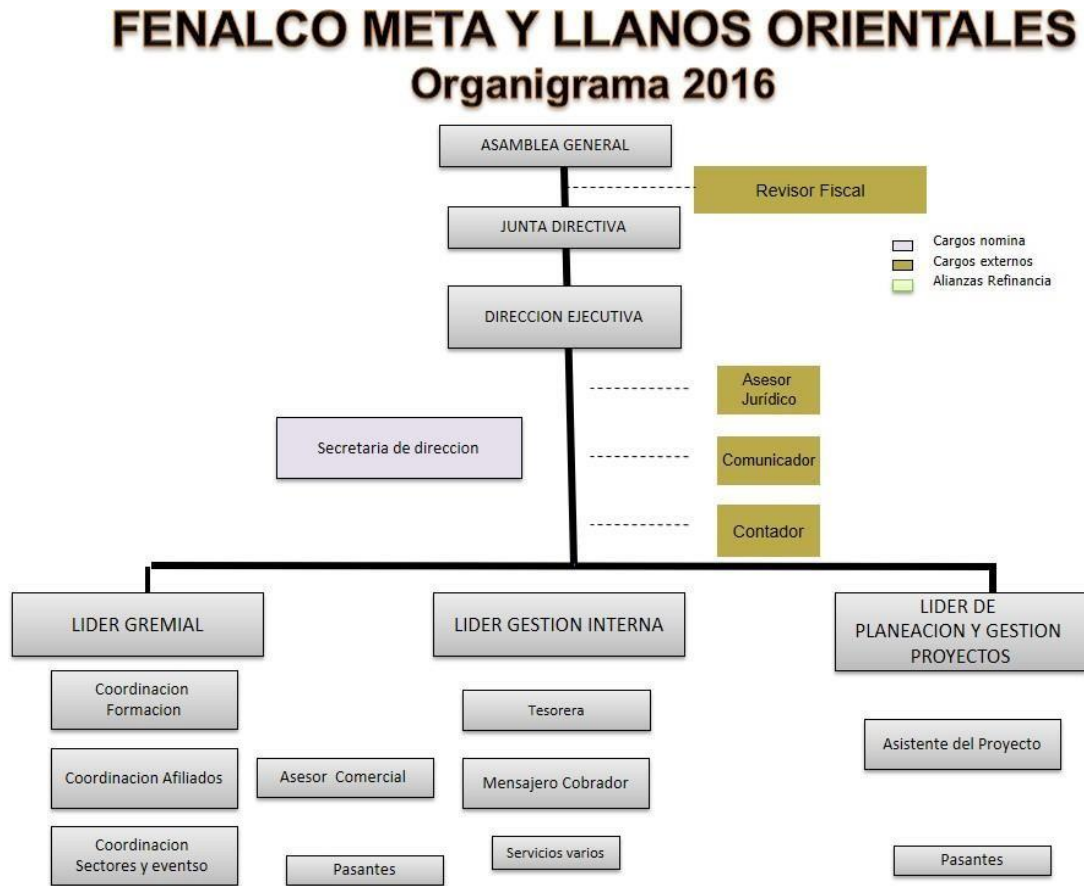
Estaremos posicionados, consolidados y fortalecidos como el gremio líder en la representación del sector comercio y servicios; aumentaremos el número de agremiados en un 20% anual; duplicaremos los índices de fidelización y seremos autosostenibles. (Federación Nacional de Comerciantes y Empresarios Fenalco, 2020)

2.4 Objetivos

- ✓ Contribuir al progreso del país mediante su gestión.
 - ✓ Defender y representar los intereses de los afiliados como grupo social reconocido.
 - ✓ Consolidar y optimizar la relación con las seccionales y capítulos para fortalecer el Gremio.
 - ✓ Tener unidades de negocio que suplan las necesidades de los clientes.
- (Federación Nacional de Comerciantes y Empresarios Fenalco, 2020)

2.5 Organigrama

Figura 1. Organigrama de la Federación Nacional de Comerciantes y Empresarios Fenalco



Nota: Adaptado del organigrama según las funciones de la entidad, citado por (Federación Nacional de Comerciantes y Empresarios Fenalco, 2020)

2.6 Principios y valores

Según el grupo Fenalco (2019), Los principios y valores gremiales son:

1. Respeto
2. Innovación.
3. Calidad.
4. Asociatividad.

3. Área de trabajo

El 27 de julio de 1973 en la ciudad de Villavicencio, se creó Fenalco Meta y Llanos Orientales con el fin de representar, orientar y proteger en todas sus áreas los intereses de los comerciantes de la ciudad, fomentando su crecimiento, progreso y bienestar; y además desarrolló un puente de comunicación entre las entidades gubernamentales y el sector productivo. La seccional de Fenalco Meta y Leo Bravo Consultores tuvieron la iniciativa de crear un consultorio de marketing teniendo en cuenta que el único existente es el jurídico, por lo tanto, surge la iniciativa como una estrategia de fortalecimiento empresarial, un espacio que busca apoyar el emprendimiento, la innovación y el talento llanero.

Figura 2 Lanzamiento virtual del consultorio Marketing y Negocios



Nota: Transmisión en vivo de la conferencia explicando la dinámica que se va a manejar en el consultorio Marketing y Negocios.

4. Objetivo de la práctica

1. Diseño de planes estratégicos, manuales, procesos y recursos de trabajo en las áreas de marketing y negocios según el cliente.
2. Gestión de perfiles empresariales en plataformas digitales
3. Auditoría y reportes de marketing en medios digitales, campañas, anuncios, entre otros, por cliente y por mes.
4. Generar contenidos para la atracción de clientes potenciales, plataformas digitales, campañas publicitarias, entre otros.
5. Automatización de procesos internos y externos para captación y gestión de clientes del área asignada.
6. Las demás que resulten según el cliente dentro de la agencia dentro de las líneas de marketing, publicidad, branding, estrategia y social media.
7. Realizar actividades para generar interacción en las redes sociales dependiendo la marca asignada, tales como, concursos, publicaciones de cortometrajes, entre otros que resulten.
8. Publicar información que soliciten las marcas en las diferentes redes sociales y si es necesario la creación de grupos en WhatsApp para extender la información semanal a los clientes.

4.1 Nombre del cargo

Pasante en la unidad del Consultorio de Marketing y Negocios.

4.2 Objetivos del cargo

1. Apoyar el consultorio de marketing generando contenido para el servicio de consultoría.
2. Emplear las plataformas digitales y demás herramientas para una buena gestión de perfiles empresariales.
3. Suscitar contenido para la atracción de clientes potenciales a través de plataformas digitales.
4. Generar ideas y estrategias para la creación de contenido fresco para la satisfacción de las empresas.

5. Reunir y organizar contenido en calendarios de redes sociales para la función de Community manager.

No se desarrolló un cronograma específico, pero si se realizó una lista de tareas controladas bajo una tabla de Excel, en donde se relacionó cada una de las labores que se iba realizando (véase anexo 1).

4.3 Actividades realizadas

Con base en la iniciativa de Fenalco Meta se estableció el Consultorio de Marketing y Negocios, el cual tuvo como propósito el fortalecimiento de marca de las empresas afiliadas a la seccional. Por consiguiente, se desarrollaron las siguientes actividades:

Figura 3 Logotipo oficial del Consultorio de Marketing y Negocios



Nota: Logotipo de la iniciativa de Fenalco para el emprendimiento adaptado (Facebook, 2021)

4.3.1 Creación de contenido para el consultorio Marketing y Negocios

El trabajo consiste en crear el contenido digital para redes sociales ya que al ser una herramienta que inicia desde cero se deben establecer ítems como el plan de comunicación digital, encuestas, textos, entre otros; todo esto de acuerdo a los propósitos establecidos para el cargo de practicante, la finalidad es la creación de los contenidos que se van colocar en las redes sociales del consultorio.

4.3.1.1 Plan de comunicación digital. Al ser una herramienta reciente y sin antecedentes de contenido, se debía establecer cuál es la forma de comunicación digital para publicar el contenido ya destinado para el público objetivo establecido, es decir, se instauró la manera de comunicar cierta información al público en las diferentes redes sociales. Este plan de comunicación, se realizó bajo un modelo de cuatro pasos: el análisis de la marca, las variables demográficas, geográficas, psicográficas y socioeconómicas, los pilares de contenido y por último la promoción en las redes sociales. Todo esto con el propósito de materializar una estrategia que recoja cual es el mensaje correcto que se debe entregar al público correcto (véase anexo 2).

4.3.1.2 Establecimiento de términos y condiciones. Con el propósito de establecer las responsabilidades de la sección de términos y condiciones, es necesario establecer los parámetros de funcionamiento del consultorio, forma de operación: virtual o presencial, entre otros parámetros que se definirán a continuación: el agendamiento será únicamente por celular, redes sociales o a través del correo electrónico, el consultorio no se hace responsable por las decisiones tomadas por la empresa que solicita el servicio y la consultoría será de forma virtual mediante el Decreto 457 de 2020, donde se decreta el aislamiento preventivo obligatorio de todas las personas habitantes de la República de Colombia.

4.3.1.3 Guía interna para entrevistas. Otro documento que se necesitó crear para dar inicio a las consultorías fue la guía interna donde se tiene el primer contacto con el cliente potencial, el cual en este caso son los afiliados a la organización Fenalco Meta.

La guía contiene cinco secciones, la primera es destinada para la presentación del equipo, la explicación del proyecto y la dinámica de la consultoría, el segundo espacio en la guía es para que los clientes expliquen de qué trata su empresa, el tercer espacio es para el briefing donde se les realiza una serie de preguntas las cuales deben responder, por ejemplo, cuál es el presupuesto, qué resultados espera, cuál es el objetivo, etc. Las últimas dos secciones en la guía son para las dudas del cliente, dando paso a la consultoría.

4.3.1.4 Encuesta de satisfacción. Una vez surtido el servicio de consultoría, se requiere efectuar una encuesta de satisfacción, esta encuesta fue diseñada de la siguiente manera: En primer lugar, se les agradece por participar en el servicio de consultoría, después inician las preguntas, donde el cliente califica el nivel de satisfacción con la gestión que hace el consultorio, cómo considera el nivel de atención del cliente por parte del consultor, cuál es la probabilidad de que recomienden el servicio a demás empresas y al final se deja un espacio donde el cliente deje sus comentarios. La encuesta de satisfacción son la forma más frecuente de encuesta ya que tiene como objetivo conocer el grado de satisfacción de un cliente con un producto o servicio. (Doncel, 2007)

4.3.1.5 Calendario de Redes Sociales. Para la elaboración del calendario de redes sociales, es necesario iniciar con la recolección de la información adecuada para cada línea de contenido y proceder a ubicarla en diferentes fechas, asignarle una descripción y su respectivo texto para la publicación. Igualmente, se decide en cuáles redes será publicada, la hora y si es necesario agregar los comentarios. Realizar el calendario de contenidos es importante ya que es muy útil para planificar, programar y organizar el contenido para las redes sociales.

Figura 4 Calendario de redes sociales

Mes:	Abril	CALENDARIO DE CONTENIDOS DIGITALES									
Semana:	1										
	Línea de contenido	Descripción	Copy (texto del post)	Red social				Tipo publicación			Comentarios
				Facebook	Hora	Instagram	Hora	Imagen	Video	En Vivo	
1-abr	Rrss para empresa	Importancia de las RRSS para las empresas	¿Por qué tener redes sociales como	x	8:00am	x		x			Las redes sociales ofrecen a tu empresa presencia en la red. Es un canal
2-abr	Cuarentena	Covid-19	¿Te has sentido	x	8:00am	x		x			1. Entender que no es un castigo: Es el caso del coronavirus
3-abr	Keywords	Diseñar imágenes con palabras	¿Sabías que es una landing page?	x	10:00am	x		x			Landing page DEFINICIÓN: Es una página web diseñada específicamente para
4-abr	Keywords	Diseñar imágenes con palabras	¿Sabes que es SEO?	x	9:00am	x		x			SEO DEFINICIÓN: son las siglas de "Search Engine Optimization", es decir,
7-abr	Rrss para empresa	La importancia del copywriter	¿Qué es un copywriter? Es un redactor publicitario	x	9:00am	x		x			Básicamente, un copywriter hace tres cosas: 1. Convierte un producto o servicio en la solución de
8-abr	Cuarentena	Covid-19	Marcas que están	x	8:00am	x		x			Audi, Telefónica y Coca-Cola han modificado sus
9-abr	Rrss para empresa	Perfil de facebook para	8 beneficios que aporta una	x	10:00am	x		x			1). Branding: Como herramienta para gestionar
10-abr	Cuarentena	Cuidados de la cuarentena	Recuerda los cuidados	x	9:00am	x			x		1. Lava frecuentemente tus manos 2. Al toser ten

Nota: Calendario semanal donde se planifica el contenido que se va a publicar en las redes sociales. Elaboración propia.

4.3.2 Contenido para Fenalco en emergencia global SARS COVID 19

El contenido consiste en la creación de una base de datos que fue obtenida del perfil de Instagram de Fenalco, el cual permitió ser la base para crear un directorio con información útil para tiempos de pandemia generada por el SARS COVID 19.

4.3.2.1 Base de datos de las empresas que siguen a Fenalco Meta en Instagram. Para Fenalco Meta es importante tener un registro de las empresas que están al tanto de la entidad, por lo tanto, a través del perfil de Instagram de la entidad, se estableció un número superior a 300 empresas vinculadas con Fenalco con sus respectivos usuarios, categoría, teléfono, dirección, página web y correo. Esto con el fin de realizar un directorio, información importante para ser consultada por los diferentes usuarios de las redes sociales de la entidad, así como también, información de consulta para los asociados a Fenalco, es importante señalar que debido a la pandemia generada por el SARS COVID 19, el aislamiento preventivo no permite la aglomeración de personas en sitios públicos, el acceso a esta información vía digital, permite a Fenalco conservar los protocolos de bioseguridad en términos de la pandemia.

Figura 5 Bases de datos de empresas que siguen a Fenalco Meta

Base de datos Fenalco (INSTAGRAM)						
Nombre de la em	Cuenta de Inst	Categoría	Telefono	Dirección	Página web	Correo
Oro Laminado villav	@naturalprin	Bolsos/equipa	3014820100			divinityshop@hotmail
Rosas Villavicencio	@rosas.villavicer	Salud/belleza	3052330790	C.C. Unicentro V	www.droguer	villavicencio@drogue
Tienda de ropa IBIZA	@ibiza_store_21	Compras	3213650831	C.C Marandua pi		lorenitare1@hotmail
Transportes FG	@transportes.fg	Transporte y fl	3102023894			fabiangarcia102@gma
Max Campo Agrovet	@maxcampoagrc	Veterinario	3105721018	Calle 35 # 27-113	www.faceboo	seragrosas@hotmail.
LACOCÓ	@lacoco_dujour	Diseño y moda	3504174615	Cra 30a # 39-60 C		ambrojas27@gmail.co
FUNDACION INT FID	@fundacionfidec	Centro médico		Cra 45B No 90-11	www.fidecips	infodefidecips@gmail.c
Fundación Manos de	@fmanosdebonc	Organización s	+1 809-665-	Calle 2 Lotificaci		fmanosdebondad@g
Lounge & Restoran	@eljardin_rest	Restaurante		Cl. 41 #29 80		restaurantebareljardi
Miss Mufit Meta	@miss_mufit_m	Producto/servi	3204888099			leidygazon013@gma
LOIS Consulting Gro	@loiscomco	Agencia consultora		Calle 79B No 7-8	lois.com.co/	info@lois.com.co
LIPOBLUE Y ULTRAZX	@naturalprin	Salud/belleza	3014820100			naturalprin@hotmail
Restaurante La Güer	@la_guerita_rest	Restaurante m	3123427849	Carrera 32 # 43-5	www.laguerita	info@laguerita.com
Banda de Marcha Es	@centaurosmarc	Músico	3138091226	Cr 10 # 17- 28 Ric		centauros marchingba
Hechos & Opiniones	@hechosyopinio	Medio de com				humbertobh59@hotr
Llano Siete Dias	@llano7dias	Medio de com	3153566970		llanosietedias	llanosietediasmasllar

Nota: Formato de bases de datos recolectadas de personas que siguen la cuenta de Fenalco en Instagram. Elaboración propia.

4.3.2.2 Información para Directorio de Villavo a domicilio. El directorio de Villavo a domicilio fue una iniciativa de Fenalco que tuvo como fin ayudar y facilitar algunas labores a las personas que continuaban en casa cumpliendo con las medidas de aislamiento, este directorio tuvo como cimiento la base de datos de seguidores de Fenalco Meta y demás información se recopiló como los horarios de atención de entidades bancarias, así como también, información de diferentes negocios en el área urbana de Villavicencio, y de esta manera construir una guía de servicios para el uso de los ciudadanos de Villavicencio que requieran productos y servicios a domicilio y cuya accesibilidad sea difícil dada la cuarentena preventiva obligatoria decretada por el gobierno nacional de Colombia.

Figura 6 Presentación de Directorio.



Nota: Portada de documento emitido en Facebook por la entidad, citado por (Facebook, 2021)

4.3.2.3 ABC de aislamiento inteligente. Para dar una información más desglosada al público, se reunió información específica, concentrada en los puntos más importantes del área metropolitana de Villavicencio, esto con el propósito de concentrar esfuerzos para extraer las ideas principales de las medidas de aislamiento decretadas por el gobierno nacional de Colombia, facilitando así la comprensión de estas. Algunas de estas ideas se mencionarán a continuación: las actividades autorizadas para la reapertura gradual deben cumplir con estrictos protocolos de bioseguridad expedidos por el Ministerio de Salud y para transitar, será obligatorio el uso del tapabocas en la calle. Quien no lo use será multado. Además, deberán mantenerse las distancias de por lo menos un metro entre personas; entre otros temas de interés.

4.4 Cambio de actividades como consecuencia de la Pandemia.

Después de finalizar las actividades explicadas anteriormente en el consultorio de Marketing y Negocios, se decidió entrar en reposo y se aplazaron las tareas debido a que las capacitaciones no se podían realizar de forma presencial por temas de pandemia SARS-Covid 19. Por lo tanto, se asignaron nuevas funciones: ser Community manager en dos marcas afiliadas a Fenalco Meta: Cine multiplex Villacentro y Centro Comercial Villacentro.

4.4.1 *Community manager (Cine Multiplex y C.C. Villacentro)*

Al ser Cine Multiplex y C.C. Villacentro empresas afiliadas a Fenalco Meta, se designó la responsabilidad de gestionar la voz de las empresas en internet. Por lo tanto, las tareas diarias fueron para dos redes sociales: Instagram y Facebook. Semanalmente se manejó un calendario donde se programó el contenido que se iba a publicar y donde se planificaban las actividades futuras.

4.4.1.1 Funciones asignadas al Community Manager.

1. Crear su propio calendario de contenidos de acuerdo al plan de comunicación digital definido.
2. Publicar o programar los contenidos de su calendario a través de los diferentes tipos de publicaciones seleccionados.

3. Responder a los mensajes, comentarios, opiniones y recomendaciones recibidos.
4. Redactar los copys de las publicaciones.

4.4.1.2 Habilidades del Community Manager.

1. Redacción.
2. Ortografía.
3. Organización.
4. Proactividad.
5. Pensamiento estratégico.
6. Análisis de información.

4.4.1.3 Actividades en Cine Multiplex Villacentro. En el tiempo que se manejaron las redes sociales de Cine Multiplex se proporcionaron tareas como: realizar concursos (ver imagen 7), crear los copys para los cortometrajes semanales (ver imagen 8), organizar la parrilla social media en el calendario de redes sociales, programar publicaciones en formato imagen y video, actualizar diariamente las historias de Facebook e Instagram promocionando los combos de cine, entre otras tareas que se le atribuyen al Community manager. Esto con el propósito de generar más interacción, generar más confianza en la marca y atraer más seguidores para tener un mejor posicionamiento de marca.

Figura 7 Concurso Cine Multiplex



Nota: Concurso Cine Multiplex por medio de la plataforma digital Instagram citado por (Cine Multiplex Villacentro, 2020)

Figura 8 Cortometraje publicado en Cine Múltiplex.



Nota: Cortometraje publicado en Cine Múltiplex (Cine Multiplex Villacentro, 2020)

4.4.1.4 Actividades en C.C. Villacentro. Después de administrar las redes del cine, se prosiguió a manejar las redes sociales del Centro Comercial Villacentro, aquí se realizaron actividades tales como: publicaciones donde se expresa las medidas de bioseguridad en el centro comercial y publicaciones genéricas informativas, crear grupos de WhatsApp por categorías para que los locales comerciales envíen los contenidos de las marcas para publicarlas en Instagram, actualización diaria de historias en Facebook e Instagram, responder mensajes, etc.

Figura 9 Información de bioseguridad



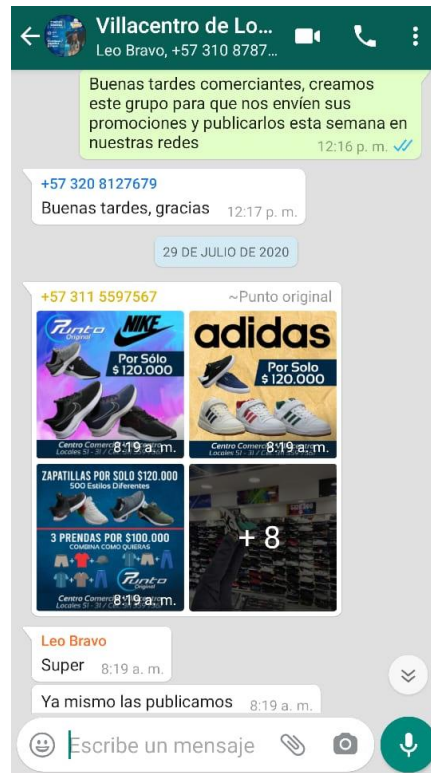
Nota: Pieza publicada por parte de la entidad en la red social Instagram (Villacentro, 2020)

Figura 10 Semana de descuentos.



Nota: Pieza publicada por Villacentro, citado por (Villacentro, 2020)

Figura 11 Grupo de WhatsApp integrado por locales comerciales



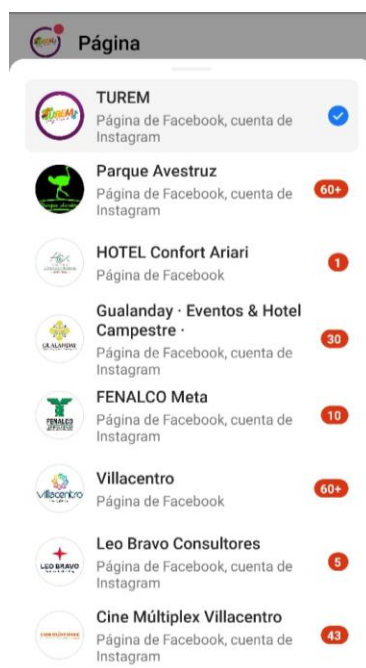
Nota: Grupo creado para solicitar promociones de la semana. Adaptada de WhatsApp.

4.4.2 Proyecto de hotelería y turismo

Parte de la gestión en el consultorio fue el desarrollo de un proyecto con hoteles y estaderos de la región de la Orinoquia, el cual consistió en el diagnóstico y optimización de las redes sociales (Facebook e Instagram) con el propósito de incrementar la presencia en redes sociales. Algunas actividades realizadas fueron: definir la foto de perfil en las redes sociales, añadir el horario de atención, uso de hashtags y emojis, entre otros, los cuales fueron la base para darle una identidad a la marca y así generar una imagen de transparencia y cercanía.

Una vez realizada la optimización en los perfiles empresariales de las empresas asignadas, se condensó la evidencia en un documento, el cual fue tomado como soporte de que se hicieron los respectivos cambios en los perfiles digitales, para esto se elaboró un Check list con el fin de llevar un control organizado del proyecto.

Figura 12 Accesos de perfiles digitales del proyecto hotelero.



Nota: Soporte del acceso a los perfiles mediante una Captura de pantalla. Adaptado de Facebook.

Figura 13 Check list de actividades con proyecto hotelero.

A	B	C	D	E	F	G	H	I
#	Actividad	Turem	Willitour	Portal del Guejar	Finca La Florida	Pueblo chiquito	Parque Avestruz	Hotel Confort Ariari
1	Logo como foto de perfil	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
2	Añadir foto en portada	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
3	Añadir correo electrónico	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
4	Añadir celular	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
5	Añadir horario comercial	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
6	Añadir descripción breve	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
7	Validar categoría	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
8	Validar plantilla	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
9	Organizar pestañas	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
10	Configurar mensaje de bienvenida	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
11	Configurar mensaje de ausencia	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
12	Validar un mismo usuario en F e I	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
13	Configurar CTA principal	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
14	Configurar saludo inicial	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
15	Añadir historia	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok
16	Configurar respuestas automáticas	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok	Ok

Nota: Información suministrada de la página de Facebook de los respectivos hoteles y estaderos de la región. Elaboración propia.

5. Impactos del cargo

Gracias a la iniciativa de la apertura del consultorio se logró ganar experiencia en cuanto al diseño de planes de comunicación digital y recursos de trabajo en las áreas de marketing y negocios, el manejo adecuado de plataformas digitales, se aprendió la planeación de campañas, anuncios y demás actividades. También en el transcurso de la pasantía, se asignaron algunos cursos de plataformas como Crehana y Coursera para amplificar los conocimientos y aplicarlos al área de trabajo, estos cursos tenían como fundamento bases de marketing.

Finalmente, el cargo desempeñado amplió el conocimiento y la capacidad para demostrar iniciativa en propuestas que demostraron el mejoramiento de los procesos de la organización, al brindar un espacio para generar contenido y propuestas como lo fue el manejar las plataformas digitales de Cine Multiplex y Villacentro. Todo esto hizo que se extendiera la visión del marketing como línea de profundización a la hora de emprender una idea nueva.

Conclusiones

Tras finalizadas las novecientas sesenta horas de pasantía se puede concluir que elegir prácticas empresariales como opción de grado es una buena ruta a seguir debido a la gran experiencia que se obtiene al hacer contacto directo con el entorno laboral, en este se desarrollan habilidades y destrezas como la comunicación asertiva, toma de decisiones, pensamiento creativo, pensamiento crítico, entre otros.

Este trabajo tuvo como objetivo principal desempeñar la función de Community manager, lo cual, se concluye que este cargo es muy importante debido a que tener presencia en las redes sociales da la oportunidad de llegar a muchas más personas y captar nuevos clientes. Otra deducción es la importancia de diseñar un plan de comunicación digital ya que nos permite tener un control sobre cuál va a ser la forma en que se va a dirigir a la audiencia en las redes sociales.

Para finalizar, se aprendió que un Community manager debe llevar un orden respecto a las actividades que se tienen programadas para así planificar cuales van a ser los próximos planes que permitan a las marcas aumentar el número de clientes y fidelizar los existentes.

Referencias bibliográficas

- Cine Multiplex Villacentro. (2020). [*@Cinemultiplexvillacentro*]. Obtenido de https://instagram.com/cinemultiplexvillacentro?utm_medium=copy_link
- Diego, V. J. (2008). *e-Branding: posiciona tu marca en la red*. Netbiblo.
- Doncel, A. D. (2007). *Métricas del Marketing*. ESIC.
- Facebook. (2021). *Leo Bravo Consultores [Pagina de Facebook]*. Obtenido de <https://www.facebook.com/leobravoconsultores>
- Federación Nacional de Comerciantes y Empresarios Fenalco. (2019). *Reseña histórica, principios y valores*. Obtenido de <http://fenalcometa.co/website/>
- Federación Nacional de Comerciantes y Empresarios Fenalco. (2020). *El gremio*. Obtenido de <http://www.fenalco.com.co/elgremio>
- Hoyos, R. (2016). *Branding el arte de marcar corazones*. (E. Ediciones, Ed.) ECOE ediciones.
- Huerta, D. S. (2020). *Análisis FODA o DAFO*. Madrid: Bubok.
- Pérez, B. (2017). *Copywriting - Cómo escribir texto publicitario paso a paso*. (B. Perez, Ed.) Snscit srl.
- PricewaterhouseCoopers Servicios Legales y Tributarios Ltda. (2019). *PricewaterhouseCoopers*. Obtenido de <https://www.pwcimpuestosonlinea.co/Documentos%20Prioridad/PDF/Jurisprudencia/Consejo%20de%20Estado/SEN-Exp-019213-14.pdf>
- Selman, H. (2017). *Marketing Digital*. IBUKKU.
- SocialGest. (2019). [*Guía*] *Para crear un Plan estratégico de Social Media Marketing exitoso*. Obtenido de <https://blog.socialgest.net/es/2019/06/30/guia-para-crear-un-plan-de-social-media-marketing/>
- Villacentro. (03 de 10 de 2020). [*@Villacentro*]. *Cómo no bajar la guardia frente al COVID-19*. Obtenido de https://instagram.com/villacentro?utm_medium=copy_link

Anexos*Anexo 1**Actividades de pasantía.*

Horas pasantías Heydy Moncada	
Fecha	Actividad realizada
10/3/2020	Leer introducción al marketing en Facebook y exponer, formato de consulta para clientes del consultorio, efemérides de marzo.
11/3/2020	Leer guía de plan estratégico social media, realizar efemérides (digital)
12/3/2020	Leer paso a paso para una campaña de marketing, Marketing de contenidos, Leer la bitácora de marzo y realizar resumen
13/3/2020	Realizar glosario
14/3/2020	E-book de Community manager
	Actividad realizada
16/3/2020	Curso conceptos básicos del marketing digital, curso branding para redes.
17/3/2020	Efemérides de abril, leer e-book sobre Community manager, curso de marketing de Google garage.
18/3/2020	Realización de base de datos con las marcas que siguen a Fenalco Meta en Instagram
19/3/2020	Base de datos FENALCO Instagram, curso de conceptos básicos del marketing digital
20/3/2020	Curso conceptos básicos del marketing digital, base de datos FENALCO Instagram.

21/3/2020	Curso de conceptos básicos de marketing digital (Examen), base de datos FENALCO Instagram
	Actividad realizada
24/3/2020	Base datos de FENALCO Instagram, Información de atención de entidades bancarias en la ciudad, Curso en Blueprint
25/3/2020	Ejercicio de crear contenido para el consultorio, curso de Facebook, leer roles digitales
26/3/2020	Curso de Facebook, curso de Copywriting
27/3/2020	Curso de Facebook, curso de Copywriting, ideas para el contenido del consultorio, información de empresas que tengan atención médica domiciliaria en Villavicencio
28/3/2020	Calendario de RRSS consultorio
	Actividad realizada
30/3/2020	Calendario de RRSS consultorio, curso identidad corporativa, Curso branding para redes sociales
31/3/2020	Curso marketing digital desde cero, entrega calendario RRSS consultorio
1/4/2020	Curso marketing digital desde cero, capacitación diseño gráfico, contenido para FENALCO
2/4/2020	Curso inteligencia emocional para líderes, capacitación diseño gráfico
3/4/2020	Campaña publicitaria de Fenalco para el mes de agosto (día del tendero)
4/4/2020	Curso de design thinking
	Actividad realizada
6/4/2020	Informe ejecutivo a corte de 31 de marzo, curso de taller de técnicas de negociación
7/4/2020	Terminación del curso de Facebook Blueprint
8/4/2020	Formato informe ejecutivo de pasantías

11/4/2020	Contenido para cine multiplex
	Actividad realizada
13/4/2020	Curso Gestión empresarial exitosa para pymes, mandamientos de los grupos en WhatsApp
14/4/2020	Curso Gestión empresarial exitosa para pymes, Piezas de la campaña #LoQueCallamosEnWhatsapp (qué harás después de la cuarentena y qué tan probable es...), Piezas de encuesta de abastecimiento e impacto en el consumo masivo
15/4/2020	Curso Gestión empresarial exitosa para pymes, Películas para ver en cuarentena
16/4/2020	Curso Gestión empresarial exitosa para pymes
17/4/2020	
18/4/2020	
	Actividad realizada
20/4/2020	Bitácora de Abril
21/4/2020	ABC de aislamiento inteligente
22/4/2020	Campaña para Gold Silver y presentación en el lanzamiento del consultorio
23/4/2020	
24/4/2020	Excel y directorio de Villavo a domicilio
25/4/2020	Excel y directorio de Villavo a domicilio
	Actividad realizada
27/4/2020	Preparación para la presentación de la importancia a las redes sociales con énfasis en Funerarias
28/4/2020	Presentación de la importancia de las redes sociales con énfasis en Funerarias
29/4/2020	Retroalimentación de la presentación
30/4/2020	Corrección de la presentación en power point
2/5/2020	Videollamada con Punto Hogar

	Actividad realizada
4/5/2020	Power point de capacitación WhatsApp business
5/5/2020	
6/5/2020	
7/5/2020	
8/5/2020	
9/5/2020	
11/5/2020	
12/5/2020	Días reconocidos
13/5/2020	Días reconocidos
14/5/2020	Instrucciones de Community Manager, asignación de cuentas
15/5/2020	Community manager Cine Múltiplex
16/5/2020	Community manager Cine Múltiplex
17/5/2020	Community manager Cine Múltiplex
	Actividad realizada
18/5/2020	Community manager Cine Múltiplex
19/5/2020	Community manager Cine Múltiplex
20/5/2020	Community manager Cine Múltiplex
21/5/2020	Community manager Cine Múltiplex
22/5/2020	Community manager Cine Múltiplex
23/5/2020	Curso Facebook Ads para expertos: Domina estrategias avanzadas
24/5/2020	Community manager Cine Múltiplex
	Actividad realizada
26/5/2020	Community manager Cine Múltiplex
27/5/2020	Community manager Cine Múltiplex
28/5/2020	Community manager Cine Múltiplex
29/5/2020	Community manager Cine Múltiplex

30/5/2020	Community manager Cine Múltiplex
31/5/2020	Community manager Cine Múltiplex
	Actividad realizada
01/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
02/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
03/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
04/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
05/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
06/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
07/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
	Actividad realizada
08/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
09/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
10/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
11/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
12/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
13/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
14/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
	Actividad realizada
15/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
16/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
17/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
18/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
19/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
20/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
21/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
	Actividad realizada
22/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
23/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
24/06/2020	Community manager Cine Múltiplex

25/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
26/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
27/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
28/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
	Actividad realizada
29/06/2020	Community manager Cine Múltiplex, instrucciones para el proyecto de optimización de hoteles
30/06/2020	Community manager Cine Múltiplex
01/07/2020	Community manager Cine Múltiplex
02/07/2020	Community manager Cine Múltiplex
03/07/2020	Community manager Cine Múltiplex
04/07/2020	Community manager Cine Múltiplex
05/07/2020	Community manager Cine Múltiplex
	Actividad realizada
06/07/2020	Community manager Cine Múltiplex
07/07/2020	Community manager Cine Múltiplex
08/07/2020	Community manager Cine Múltiplex
09/07/2020	Community manager Cine Múltiplex
10/07/2020	Community manager Cine Múltiplex
11/07/2020	Community manager Cine Múltiplex
12/07/2020	Community manager Cine Múltiplex
	Actividad realizada
13/07/2020	Community manager Cine Múltiplex
14/07/2020	Community manager Cine Múltiplex
15/07/2020	Community manager Villacentro
16/07/2020	Community manager Villacentro y optimización de la página de Facebook Pueblo chiquito
17/07/2020	Community manager Villacentro y optimización de la página de Facebook Portal del Güejar
18/07/2020	Community manager Villacentro

19/07/2020	Community manager Villacentro
	Actividad realizada
20/07/2020	Community manager Villacentro
21/07/2020	Community manager Villacentro
22/07/2020	Community manager Villacentro
23/07/2020	Community manager Villacentro
24/07/2020	Community manager Villacentro
25/07/2020	Community manager Villacentro
26/07/2020	Community manager Villacentro
	Actividad realizada
27/07/2020	Community manager Villacentro
28/07/2020	Community manager Villacentro
29/07/2020	Community manager Villacentro
30/07/2020	Community manager Villacentro
31/07/2020	Community manager Villacentro
01/08/2020	Community manager Villacentro
02/08/2020	Community manager Villacentro
	Actividad realizada
03/08/2020	Community manager Villacentro
04/08/2020	Community manager Villacentro
05/08/2020	Community manager Villacentro
06/08/2020	Community manager Villacentro
07/08/2020	Community manager Villacentro
08/08/2020	Community manager Villacentro
09/08/2020	Community manager Villacentro
	Actividad realizada
10/08/2020	Community manager Villacentro
11/08/2020	Community manager Villacentro

*Anexo 2**Plan de comunicación digital del consultorio Facebook e Instagram***Análisis de la marca:**

- Fortalezas: Amplio portafolio de servicios personalizados, acceso a bases de datos y contacto con numerosas empresas de la región.
- Debilidades: Nueva en el mercado y bajo nivel de reconocimiento.
- Oportunidades: Respaldado por Fenalco Meta
- Amenazas: Empresas que manejan el mismo tipo de servicios

El consultorio va dirigido hacia:

Demográfico	Geográfico	Psicográfico	Socioeconómico	Relación con la marca
Edad: 18- 60 años Género: Hombres y mujeres Nacionalidad: Colombiana	País: Colombia Ciudades: los 29 municipios del departamento del Meta	Personalidad: Emprendedores líderes, motivadores, optimistas; que poseen confianza en sí mismos, no se conforman con lo que tienen y siempre salen adelante. Estilo de vida: - libertad económica -Libertad de tiempo - Mentalidad basada en sus metas	Ingresos: más de dos salarios mínimos Clase social: Medio Medio-Alto Alto Nivel de estudios: Educación media y educación superior	Colaboración, caracterizado por el deseo compartido de que, gracias a la confianza y comprensión de los papeles técnicos y humanos de la otra parte, la tarea de consultoría resulte un éxito

Pilares de contenido

			
Valor	Branding	Educativo	Creativo
30%	35%	20%	15%
Evidencia del trabajo de campo que se realiza con los clientes <i>Canal:</i> Instagram, Facebook <i>Formato:</i> Imágenes, videos	Beneficios del consultorio: Fortalecimiento de proyectos, diseño gráfico, servicios especializados (Desarrollo de campañas, estrategias de marca) <i>Canal:</i> Instagram, Facebook <i>Formato:</i> Imagen, videos	Materiales de apoyo para uso óptimo de las redes sociales, Palabras claves, encuestas <i>Canal:</i> Instagram, Facebook Formato: Imagen, videos	Sabías que., memes acerca del marketing, encuestas, curiosidades <i>Canal:</i> Instagram, Facebook <i>Formato:</i> Imagen, videos

Contenidos:

Fidelización: Videos, encuestas

Atracción: Trivia, infografía, entrevista, tutoriales, gifts, video.

Conversión: Testimonio, reseña, foto

Persuasión: Webinar, historia, e.book, video explicativo.

	Estrategias específicas	Acciones	KPIs
Objetivo general Aumentar la visibilidad y el reconocimiento del consultorio como nueva propuesta de fortalecimiento empresarial	Incrementar el número de seguidores en Facebook e Instagram.	Post relacionados con fechas conmemorativas, videos educativos acerca del marketing, entretenimiento educativo enfocado al marketing, infografías, preguntas y respuestas; y realizar en vivos.	Clic en el enlace de las publicaciones, número de compartidos, número de likes y comentarios.
	Crear un buen contenido para atraer leads	Contenidos descargables, CTA's, interacción constante con los seguidores.	Número de leads, número de descargas

Promoción del contenido:

Medios propios: Publicaciones en redes sociales (Facebook e Instagram)

- Escribir posts
- Subir fotos con texto
- Subir videos explicativos a las historias
- Subir fotos de las consultorias

Medios Ganados:

- WOM por buen servicio
- Publicaciones en la página de Fenalco Meta