



**Proyecto de Pasantía para opción de Grado
Plan de mejoramiento
Departamento de Marketing marca Altravés**

Nombre del Estudiante

Vivian Sofía Puerto Navarrete

Código estudiantil:

89289

Programa Académico

Diseño de Modas

Universidad ECCI

Director Pasantía

Janeth Liliana Benavides Ardila

Asesora: Docente

Bogotá, D. C.

Noviembre 15, 2022-2

INDICE

Resumen	6
Abstract.....	6
Introducción.....	6
1.La empresa.....	7
1.1. Descripción de la empresa.....	7
1.1.1. Misión USB INDUSTRY S.A.S.....	8
1.1.2. Visión USB INDUSTRY S.A.S.	8
1.2. Historia	9
1.2.1. Logotipo.....	11
1.2.2. Ubicación.....	12
1.3. Visión Altravés	13
1.4. Misión Altravés	13
1.5. Estructura Organizacional	13
2.La Pasantía.....	16
2.1. Información general de la pasantía.....	16
2.1.1. Función de la pasante.	16
2.1.2. Cronograma de actividades	17
2.2. Objetivos de la pasantía.....	22

2.2.1. Objetivo general	22
2.2.2. Objetivos específicos.....	22
3. Identificación del problema.....	22
3.1. Descripción del problema.....	23
3.2. Diagnóstico de la empresa.....	23
3.2.1. Matriz DOFA.....	24
3.3. Proceso de Marketing Digital.....	25
3.4. Aspectos a Mejorar.....	26
3.4.1. Mejoras.....	27
3.4.2. Evaluación de soluciones.....	29
3.5. Solución propuesta	35
3.5.1. Capacitación	35
3.5.2. Consolidación Departamento de marketing	38
3.5.3. Manual de estilo visual y gráfico.....	39
3.5.4. Análisis de alcance	41
3.5.5. Presupuesto.....	45
3.5.6. Piezas Gráficas	45
3.5.7. YouTube, tiktok e Instagram.....	48
4. Aporte a la Empresa	49
4.1. Logros.....	49

	4
4.2. Alcance de la pasantía	50
4.3. Limitaciones	51
Conclusiones.....	51
Recomendaciones	55
Glosario	56
Referencias	57

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Línea del tiempo marca Altravés.....	10
Figura 2. Isologotipo marca Altravés.....	11
Figura 3. Logotipo marca Altravés.....	11
Figura 4. Ubicación Oficinas Altravés.....	12
Figura 5. Ubicación Locales Altravés 22-21 y 23-06.....	13
Figura 6. Esquema organizacional Altravés.....	16
Figura 7. DOFA.	24
Figura 8. Proceso de publicación de contenido.....	26
Figura 9. Identificación de problema y solución planteada.....	28
Figura 10. Identificación de problema y solución planteada.	29
Figura 11. Manual de Capacitación altravés.	36
Figura 12. Departamento de marketing.....	38
Figura 13. Manual de estilo visual y gráfico pág. 1-8.....	39

Figura 14. Manual de estilo visual y gráfico pág. 9-17.....	40
Figura 15. Manual de estilo visual y gráfico pág. 17-31.....	40
Figura 16. Diagrama Cuentas que interactuaron en Instagram.	41
Figura 17. Diagrama Cuentas alcanzadas en Instagram.....	42
Figura 18. Gráfico visualizaciones instagram.	43
Figura 19. Gráfico Toques al sitio web y visitas al perfil.	43
Figura 20. Principales publicaciones e historias Julio.	43
Figura 21. Principales publicaciones e historias Agosto.	44
Figura 22. Principales publicaciones e historias Septiembre.	44
Figura 23. Piezas gráficas através chiquis instagram.	46
Figura 24. Piezas gráficas através Mujer instagram.....	47
Figura 25. Piezas gráficas através Hombre instagram.	48
Figura 26. Ejemplos de propuesta reel y tik tok.	48
Figura 27. Ejemplos de propuesta tik tok y reel instagram.....	49
Figura 28. Contenido 2022 junio Instagram.....	52
Figura 29. Contenido Instagram junio, julio y agosto 2022.....	53
Figura 30. Contenido 2021 julio Tiktok.....	53
Figura 31. Contenido Tik tok junio, julio y agosto 2022.....	54
Figura 32. Crecimiento de visitantes Junio a septiembre 2022.....	55
Tabla 1. Cronograma de actividades asistente de marketing.....	18
Tabla 2. Matriz DOFA.....	23
Tabla 3. Presupuesto Mercadeo y publicidad.....	45

Resumen

Desde el departamento de marketing se encontraron diferentes falencias como la falta de organización, análisis de visualizaciones, propuestas para público familiar y universitario, inconformismo con el material audiovisual, contenido de redes sociales y falta de presupuesto, comunicación interna y externa de la empresa.

Palabras claves: Marketing, redes sociales, presupuesto y organización.

Clasificación jel: M30, Z13, H6 y L2

Abstract

From the marketing department, different shortcomings were found such as the lack of organization, visualization analysis, proposals for family and university audiences, nonconformity with the audiovisual material, content of social networks and lack of budget, internal and external communication of the company.

Keywords: Marketing, social networks, budget and organization.

Jel classification: M30, Z13, H6 and L2

Introducción

En este proyecto se informará acerca de la empresa **USB Colombia S.A.S** y su marca **ALTRAVÉS** en la cual se realizó el periodo de pasantía y el análisis correspondiente a las

necesidades encontradas dentro del área de marketing digital en cuanto a sus redes sociales, proporcionando soluciones por medio de estrategias de marketing digital.

Este proyecto contiene los datos de la empresa, descripción de las funciones de la pasante durante la pasantía, el correspondiente diagnóstico de la empresa para la identificación del problema de baja audiencia en redes sociales, falta de comunicación interna y externa, pocas ventas por medio digital y falta de presupuesto, proponiendo una organización de contenido y alineación de las distintas áreas de la empresa con el área de marketing, se termina el informe enumerando los logros, el alcance, las limitaciones, las conclusiones de la pasantía y recomendaciones para la empresa.

1.La empresa

1.1. Descripción de la empresa

USB Industry Colombia S.A.S de la cual una de sus marcas ALTRAVÉS se especializa en el diseño, confección y comercialización de ropa dividida en 2 líneas principales: línea urbana y línea denim.

USB Industry Colombia S.A.S.

Es una empresa dedicada a la distribución de moda en el mercado nacional e internacional. Está compuesto por tres marcas: *altravés*, *alhilo-tex* y *alsesgo*; cada una cuenta con un equipo propio y características distintas. Todas son independientes en cuanto al desarrollo de estilos y prendas que responden a las necesidades de sus clientes.

1.1.1. Misión USB INDUSTRY S.A.S.

El grupo empresarial USB INDUSTRY S.A.S a través de sus marcas desarrolla prendas de ropa de moda con calidad a precios asequibles, para así siempre estar cumpliendo con las demandas y expectativas de nuestros clientes mayoristas y minoristas.

1.1.2. Visión USB INDUSTRY S.A.S.

Ser una compañía líder en diseño, confección, comercialización y distribución de prendas de vestir que puedan llegar a cualquier zona donde exista un nicho de clientes, para que puedan obtener los diferentes diseños de moda.

ALTRAVÉS Nace como un concepto de moda que rompe esquemas para un público joven dinámico y exigente; interesado en la música, las redes sociales y las últimas tendencias de la moda Street Wear y urbana.

Sus colecciones tienen el algodón como tejido principal, sudaderas, camisetas con mensajes atrevidos y accesorios que complementan los outfits.

Altravés propone prendas versátiles que puedan llevarse tanto de día como de noche, y tanto en el estudio, trabajo, como en los ratos de ocio.

El viernes 7 de septiembre de 2012 fue constituida legalmente ante la Cámara de Comercio e Industria de Bogotá bajo el Número de Identificación Tributaria 900.821232-1 la empresa USB Industry Colombia S.A.S

Actualmente se encuentra la empresa lanzando la línea Masculina e Infantil, tiene distribuidores en ciudades como Pasto, Medellín, Bogotá, Ipiales, Putumayo y Acacías.

1.2. Historia

La empresa **USB Colombia S.A.S** tiene como una de sus marcas a **ALTRAVÉS** la cual fue fundada en el año 2017 iniciando con la línea urban femenina, en el 2018 a 2019 amplía su catálogo de productos incluyendo crop top, blusas y la línea denim, en el 2020 abre como plataformas de marketing instagram y tik tok, en 2021 adquiere puntos de distribución a nivel nacional y en 2022 hace el lanzamiento de oficinas junto al showroom, página web, agrega nuevas referencias y distribuidores autorizados.

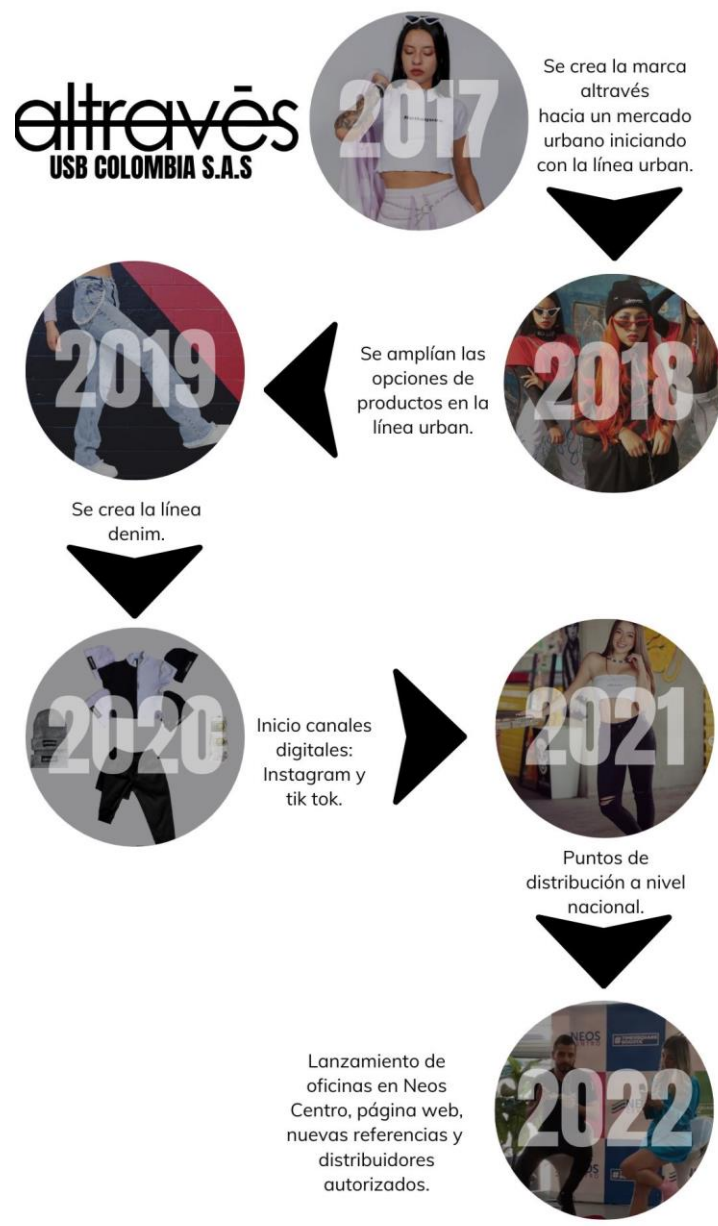
Actualmente se encuentra en lanzamiento de la línea de conjuntos Masculina e infantil, proporcionando innovación y un aumento en el nicho de mercado de la empresa.

Esta marca se encuentra presente en almacenes como Marcas & Marcas, El templo de la ropa, Harold Padua, Imperio de las marcas, Shalom, Cocoa store y Pasarella Fashion.

Altravés busca mayor alcance de distribuidores oficiales de la marca y también migrar a la venta detal, internacionalización y un público universitario.

Figura 1

Línea del tiempo marca Altravés.



Fuente: Elaboración propia.

1.2.1. Logotipo

El logotipo de la marca muestra el nombre de la empresa Altravés, el cual está diseñado con el propósito generar recordación a través de su tipografía y colores así mismo como sus variaciones y su respectivo isologotipo.

Figura 2.

Isologotipo marca Altravés



Fuente: Tomado de Altravés. Fecha de consulta: septiembre 2022

Figura 3.

Logotipo marca Altravés



Fuente: Tomado de Altravés. Fecha de consulta: septiembre 2022

1.2.2. Ubicación

Las oficinas de **Altravés** se encuentran ubicadas en la Calle 12B#9-40 Centro comercial Neos Centro Piso 9 y los locales se encuentran ubicados en la dirección Cra. 10 #9-37 Centro Comercial Gran San en los locales 22-21 línea denim y local 23-06 línea urban.

Figura 4.

Ubicación Oficinas Altravés.



Fuente: Tomado de Google Maps.

Fecha de consulta: septiembre 2022

Figura 5.

Ubicación Locales Altravés 22-21 y 23-06.



Fuente: Tomado de Google Maps.

Fecha de consulta: septiembre 2022

1.3. Visión Altravés

Lograr en el 2024 ser la marca urbana latina líder en diseño y en ventas, al por mayor y al detal en el mercado nacional e internacional. Democratizando la moda en lugares impensados.

1.4. Misión Altravés

Somos una comunidad que democratiza la moda y le brinda la mejor atención a nuestros clientes mayoristas y minoristas, ofreciéndoles prendas de vestir con un flujo constante de diseños vanguardistas, inspirados en las mejores casas de moda a nivel mundial, con calidad y a un precio justo.

1.5. Estructura Organizacional

CEO director ejecutivo: Se encarga de analizar a nivel global la expansión del mercado textil, proyección de la marca y distribuidores.

Subgerente de producción y subgerente financiera: Objetivos generales, específicos, producción, recursos, monitoreo de maquilas, seguimiento equipo de trabajo, análisis y toma de decisiones.

Gerente general: Se encarga de las reuniones con equipos, análisis de problemas financieros y de producción.

Dirección administrativa: Se encarga del talento humano de la Empresa, proveedores, facturación y actualización de inventarios.

Subgerente comercial: Genera estrategias comerciales, planes de acción para incrementar las ventas, soluciones para los productos que se encuentran bajos en ventas, integra todos los departamentos para llegar a las metas establecidas durante el año comercial

Diseño: Investigación, diseño, creación de fichas técnicas, patronaje, prototipo(muestra), trazo de corte y control de calidad.

Marketing: Orientación, desarrollo y supervisión del plan de mercadeo de la empresa. Se encarga de las redes sociales, activaciones de la marca, apoyo en branding corporativo y empresarial, apoyo en plan de mercadeo distribuidores, departamento comercial y comunicación interna de la empresa.

Comercial: Administra los puntos de venta estableciendo objetivos y analizando el cumplimiento de estos, se encarga del abastecimiento del stock en tiendas y recopilación de las necesidades o sugerencias del producto.

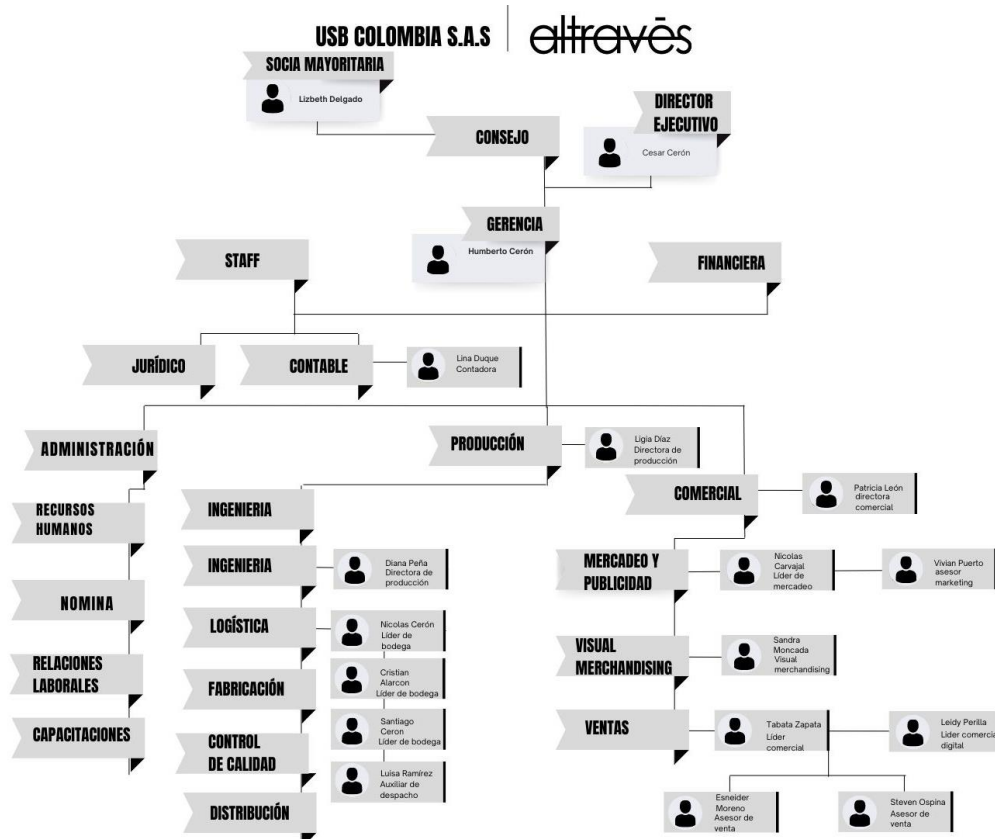
Visual: Gestiona la ubicación y presentación de los productos en puntos de venta y showroom, busca estrategias comerciales analizando la psicología del cliente y segmentando el mercado.

Bodega: Control de calidad de la mercancía que llega, alistamiento, envío de pedidos y recepción de la producción.

Producción: Se encarga de la compra de insumos y materiales, patronaje, corte, confección, control de calidad, etiquetado y empaque de las prendas para su envío desde Cúcuta a Bogotá.

Figura 6.

Esquema organizacional Altravés.



Fuente: Elaboración propia.

2.La Pasantía

2.1. Información general de la pasantía.

2.1.1. Función de la pasante.

Para el proceso de diseño, creación y publicación de contenido desde el área de marketing digital se requiere del apoyo de todas las áreas.

Las funciones de la pasante en la marca **ALTRAVÉS** se entienden por las siguientes actividades:

- Diseño y redacción de parrilla de contenido digital correspondiente a la semana.
- Actualización de catálogos denim.
- Creación de contenido.
- Propuestas de contenido.
- Investigación colección através-chiqui.
- Catálogos y kit digital de contenido para Instagram distribuidores.
- Propuestas fotográficas de producto.
- Alistamiento de prendas y set fotográfico.
- Acompañamiento departamento de diseño para la investigación y creación de nuevos mercados dirigido hacia la línea infantil y masculina.

2.1.2. Cronograma de actividades

Se hará una programación semanal de las actividades por realizar de la pasante, distribuyéndolas en un máximo de 48 horas semanales, completando las 480 horas acordadas.

A continuación, se presenta el cronograma de labores realizadas por la estudiante durante todo el período de la pasantía.

Tabla 1.

Cronograma de actividades asistente de marketing.

	JUN 6/2022	JUN 7/2022	JUN 8/2022	JUN 9/2022	JUN10/2022	JUN11/2022	
Semana 1	Capacitación clasificación categoría Denim por siluetas y Líneas Glam, Pop y Trendy . Actualización catalogo	Capacitación fotografía croptop keaton y manera correcta de publicación en Instagram. Investigación para línea infantil	Propuestas fotográficas nueva referencia, dibujo a plano línea infantil.	Propuestas de contenido y filmación día del padre	Fotografías o videos personal para capacitación, actualización de catálogo, propuestas feed día del padre y fotos de conjuntos	Propuestas fotografías línea denim, fotografías y propuestas día del padre	Total
Tiempo(Horas)	8	8	8	8	10	4	46

	JUN 13/2022	JUN 14/2022	JUN 15/2022	JUN 16/2022	JUN17/2022	JUN18/2022	
Semana 2	Fotografía conjuntos nuevos y propuestas de contenido para instagram y copy	Edición frase, contenido mercancía madrugón e informar a miembros sobre el tiktok challenge	Grabar a miembros de através	Grabar a miembros de através y edición tik tok	fotos contenido madrugón, Grabar a miembros de através video día del padre	Publicación frase y publicación skinny	Total
Tiempo(Horas)	8	8	8	8	8	4	44

	JUN 21/2022	JUN 22/2022	JUN 23/2022	JUN 24/2022	JUN25/2022	
Semana 3	Actualización parrilla de contenido, edición frase, actualización catálogos y propuestas día del padre	Propuestas contenido hacia la comunidad LGBTQ+,Fotos busos, audios niños y propuestas video jueves	Audios niños y frase comunidad LGBTQ+	Audios niños, grabar tik toks con modelos y apoyo a diseño en backstage	Edición catálogo masculino, audios niños y Filmación video: porque papá es através	Total
Tiempo(Horas)	8	8	8	8	4	36

	JUN 28/2022	JUN 29/2022	JUN 30/2022	JUL 1/2022	JUL2/2022	
Semana 4	Parrilla de contenido-actualización de catálogos-revisión aplicaciones-frases diarias	Fotos feed, edición tik toks, Catálogo skinny y catálogo flare	Frase diaria, frase feed, catálogos nuevos, historias Instagram, frase diaria de mañana	Fotos Skinny, Fotos madrugón, contenido mix, tips de como ser saludable y frase del día	Historia diaria sábado y domingo, historias silueta culotte y continuación investigación Altravés chiqui	Total
Tiempo(Horas)	8	8	8	8	4	36

	JUL 5/2022	JUL 6/2022	JUL 7/2022	JUL 8/2022	JUL9/2022	
Semana5	Frase diaria, Actualización catálogos, parrilla de contenido, fotos conjuntos y video modelo	Frase diaria, foto concurso showroom y recopilación audios niños	Frase diaria, edición videos niños frase domingo	Cambio formato frases, frases diarias y continuación investigación niños	Historias silueta braga, propuestas de formato frases feed y organización de conjuntos para el lunes	Total
Tiempo(Horas)	8	8	8	8	4	36

	JUL 11/2022	JUL 12/2022	JUL 13/2022	JUL 14/2022	JUNL15/202	JUL16/2022	
Semana 6	Frase diaria, Parrilla de contenido, Actualización catálogos, sorteo y fotografías	Frase diaria, calendario comercial, en vivo 4pm muestra de productos nuevos	Frase diaria, Fotos nuevos denim, historias distribuidores feed	Frase diaria y Kits marketing distribuidores (Historias)	Frase diaria, Kits Marketing distribuidores , Catálogos distribuidores	Frase diaria sábado y domingo, Kits marketing distribuidores (Historias y catálogos)	Total
Tiempo(Horas)	8	8	8	8	8	4	44

	JUL 25/2022	JUL 26/2022	JUL 27/2022	JUL 28/2022	JUL29/2022	
Semana 8	Frase diaria, búsqueda música video tik tok, actualización catálogos e historias instagram	Frase diaria, Fotos conjuntos y video	Frase diaria, Historia referencia cowboy y formato videos tik tok modelo	Frase diaria, Historias denim cowboy e inventario bodega denim oficinas	Frase diaria, historias silueta mom fit, inventario local denim y actualización catálogos	Total
Tiempo(Horas)	8	8	8	8	8	40

	AGO 1/2022	AGO 2/2022	AGO 3/2022	AGO 4/2022	AGO 5/2022	AGO 6/2022	
Semana 9	Frase diaria, parrilla de contenido, catalogos y listado de panntalones, formato tiktok y foto modelo braga	Video niños, revisar formato tik tok	Videos fotos,oufits, sesión de fotos y tik toks con modelo	Frase diaria, reintegrar jeans, organizar videos camara y formato videos tik tok, stop motion	Frase diaria, planchar conjuntos llegados, organizar fotografías de sesión, historias fotos busos y conjuntos, edición	Frase diaria, Catalogo urban	
Tiempo(Horas)	8	8	8	8	8	4	Total 44

	AGO 13/2022	
Semana 10	Frase sábado, domingo y lunes, Historias skinny, historias conjuno lover e historias culotte	
Tiempo(Horas)	4	Total 4

	AGO 16/2022	AGO 17/2022	AGO 18/2022	
Semana 11	Frase diaria, preparación de conjuntos para fotografía, Clasificación fotos ultima sesión, Historias madrugón	Frase diaria, formato, carnetización , página web, historias, propuestas video lanzamiento página web	Frase diaria, historias instagram, descripciones conjuntos página web	
Tiempo(Horas)	8	8	8	Total 24

	AGO 22/2022	AGO 23/2022	AGO 24/2022	AGO 25/2022	AGO 26/2022	AGO 27/2022	
Semana12	Frase diaria medidas oficina, grabar videos por la tarde y hacer inventario	Frase diaria, modelo en 3d Showroom	Frase diaria, Foto modelo straight, foto producto, mockup historias destacadas instagram y en vivo centro comercial neos.	Frase diaria, y reunión area de diseño.	Frase diaria, realizar e implementar imágenes historias destacadas, verificar las referencias de urban si hay fotografía o no, cotización publicidad, verificar las siluetas que hay en historias de instagram	Frase diaria, apoyo al area de diseño en realización de figurines.	Total
Tiempo(Horas)	8	8	8	8	8	4	44

	AGO 29/2022	AGO 30/2022	AGO 31/2022	SEP 1/2022	SEP 2/2022	SEP 3/2022	
Semana13	Frase diaria, catalogo urban	Frase diaria, investigación tendencias diseño Frase diaria, investigación tendencias diseño	Frase diaria, planchado de conjuntos, historias denim	Frase diaria, descripciones pagina web, agregar conjunto a pagina web y correcciones pagina web.	Frase diaria, presentación diseño, preparación conjuntos(planchar y colgar), organizar conjuntos utilizados para fotos	Frase diaria, organización conjuntos utilizados para fotos(etiquetado y doblado), catalogo denimsegun inventario, Frase diaria, organización conjuntos utilizados para fotos(etiquetado y doblado), catalogo denimsegun inventario, Frase diaria,	Total
Tiempo(Horas)	8	8	8	8	8	4	44

	SEP 5/2022	SEP 6/2022	
Semana14	Frase diaria, revisión y corrección pagina web y catalogo	Frase diaria, propuestas mockups historias destacadas, alistamiento de prendas para fotografías	Total
Tiempo(Horas)	8	8	16

Total horas	492
--------------------	-----

Fuente: Elaboración propia.

2.2. Objetivos de la pasantía

2.2.1. Objetivo general

Mejorar la presencia digital y la participación en redes sociales de la marca ALTRAVÉS, identificando debilidades en los procesos de comunicación interna y externa de la marca con el fin de mejorar dichos procesos y el tráfico en redes sociales.

2.2.2. Objetivos específicos

- Hacer un diagnóstico de los procesos de comunicación interna y externa de la empresa.
- Mejorar la comunicación interna frente a los procesos técnicos a través de un manual de capacitación.
- Desarrollar estrategias que generen recordación de la marca en redes sociales y en otros canales digitales para generar mayor tráfico y ganar más clientes.
- Definir un estilo visual para la empresa mediante un manual.
- Determinar indicadores y presupuesto para las campañas publicitarias.
- Diseñar piezas gráficas acordes a la personalidad de la marca.

3. Identificación del problema

Desde hace dos años **ALTRAVÉS** ha dedicado sus esfuerzos en generar contenido juvenil implementando al área de marketing digital por medio de sus redes sociales, actualizando sus formatos y adentrándose en plataformas como Instagram y tiktok, realizando ventas mayoristas y al detal por medio de estos canales, incluyendo a sus distribuidores autorizados y proponiendo nuevas colecciones llegando a la línea masculina y femenina.

3.1. Descripción del problema

ALTRAVÉS es una marca dedicada a los jóvenes y al estilo urbano, se busca proponer una organización innovadora que logre implementar contenido llamativo para plataformas como tik tok, instagram y YouTube, para aumentar el número de ventas.

La marca ha venido creando colecciones femeninas tanto en la línea urban como línea denim, de las cuales recientemente se integró la línea masculina por medio de la línea urban(sudaderas) y próximamente la línea infantil, esto se ha venido implementando en distintas partes del país como Ipiales, Pasto, Cúcuta, Pamplona, Boyacá y Villavicencio, se requieren propuestas publicitarias que alcancen al público femenino, masculino e infantil mejorando las ventas en estas zonas del país.

La cantidad de seguidores adquiridos generará una mayor actividad y mayor alcance en redes logrando que la marca se posicione con distribuidores no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional.

3.2. Diagnóstico de la empresa

ALTRAVÉS es una marca urbana dedicada al público femenino por medio de la línea urban y denim, últimamente al público masculino por medio de la línea urban y próximamente al público infantil.

La línea que adquiere mayor cantidad de ventas es la línea urban.

3.2.1. Matriz DOFA

Figura 7.

Matriz DOFA.



Fuente: Elaboración propia.

Se hace un análisis DOFA en el cual se encuentran las fortalezas, debilidades, fortalezas y amenazas.

Tabla 2.

Matriz DOFA.

Matriz DOFA	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Oportunidades (O)	Estrategias FO: Creación de manual de capacitación.	Estrategias DO: Creación de manual de capacitación, Manual estilo visual y gráfico y presupuesto
Amenazas(A)	Estrategias FA: Creación de piezas gráficas para las diferentes líneas, creación biblioteca audiovisual y fotográfica.	Estrategias DA: Análisis de alcance en redes sociales, consolidación departamento de marketing y contenido para tik tok y YouTube.

Fuente: Elaboración propia.

3.3. Proceso de Marketing Digital

En el proceso de marketing digital se comienza con una reunión en la cual se comunica las publicaciones de la semana en la cual se planea la parrilla de contenido semanal, se realizan las respectivas propuestas fotográficas, audiovisuales y de piezas gráficas, se evalúa y aprueba, se crea la pieza a presentar, se pasa por un proceso de revisión y aprobación final para que esta se publique.

Figura 8.

Proceso de publicación de contenido



Fuente: Elaboración propia.

3.4. Aspectos a Mejorar

Se identificaron distintos aspectos a mejorar en el proceso de organización en cuanto al contenido presentado por esta razón se divide de la siguiente manera:

Capacitación: Desde el ingreso de la pasante se recibió una primera capacitación sobre la clasificación de las líneas, siluetas, códigos y diferentes telas, pero sin un manual de capacitación con respecto a la organización de la marca.

Organización área de mercadeo y publicidad: Se requiere una organización de acuerdo con las funciones requeridas dentro del área, de esta forma se lograrían optimizar tiempos en planeación y ejecución de las pautas publicitarias teniendo más personal.

Contenido: Se encuentran publicaciones con altos índices de vistas lo cual puede llegar a generar una forma de visualizar las próximas publicaciones en medios digitales.

Piezas audiovisuales y contenido: Se encuentra que no existen propuestas de publicidad para público universitario y como familia através.

Manual estilo visual y gráfico: Falta de un manual de estilo visual y gráfico para la producción de piezas gráficas.

Canales digitales: Se encuentra limitados el uso de tik tok y YouTube en cuanto a contenido.

Clasificación de material: No hay una clasificación del material audiovisual que tiene la marca lo cual provoca retrasos en el proceso de creación de piezas gráficas y audiovisuales.

Presupuesto: No se encuentra un presupuesto para el área de marketing provocando que este se vea afectado en el proceso de creación audiovisual y de piezas gráficas.

3.4.1. Mejoras

Se realizo un análisis por cada uno de los ítems anteriormente mencionados a los cuales se les indico la siguiente solución:

Figura 9.

Identificación de problema y solución planteada



Fuente: Elaboración propia.

Figura 10.

Identificación de problema y solución planteada.



Fuente: Elaboración propia.

3.4.2. Evaluación de soluciones

Se debe evaluar las propuestas anteriormente planteadas, en cuanto a la organización y costos que estas pueden presentar.

- Capacitación
- Beneficios de la capacitación para las empresas:
- Aumenta la rentabilidad de la empresa.
- Eleva la moral del personal.

- Mejora el conocimiento de los diferentes puestos y, por lo tanto, el desempeño
- Crea una mejor imagen de la empresa.
- Facilita que el personal se identifique con la empresa.
- Mejora la relación jefe-subordinados.
- Facilita la comprensión de las políticas de la empresa.
- Proporciona información sobre necesidades futuras de personal a todo nivel.
- Ayuda a solucionar problemas.
- Facilita la promoción de los empleados.
- Incrementa la productividad y calidad del trabajo.
- Promueve la comunicación en la organización (Cota, 2016)

Organización Departamento Mercadeo y publicidad

“Existen diferentes tipos de títulos y cargos en marketing entre los que puedes elegir a medida que te vas adentrando en esta industria. Cada uno de ellos contribuye a una [estrategia de marketing](#) macro y más robusta.

- Gerente de Redes Sociales
- Gerente Marketing de Contenidos
- Especialista en SEO
- Gerente de Marca
- Director de Marketing
- Gerente de Email Marketing
- Asociado de Marketing
- Gerente de Marketing Pago

- Gerente de Marketing de Producto
- Embajador de la Marca
- Gerente de RR. PP” (Rockcontent, 2021)

Esto nos indica que no existe solo una persona a cargo de múltiples funciones dentro del área y así mismo sea un apoyo para los demás departamentos, sino que es un equipo conformado por múltiples personas cumpliendo un propósito en común dentro del área de mercadeo y publicidad.

Contenido

Además del rendimiento de tus propias publicaciones, en su sección de análisis Instagram también te permite supervisar a tus **seguidores**. Además del número de seguidores, esta plataforma también te proporciona datos demográficos relevantes, tales como:

- Edad
- Género
- Origen o ubicación (Ionos, 2021)

Piezas Gráficas

La imagen de marca en Instagram tiene una importancia creciente para las organizaciones. Proporciona una enorme visibilidad y, además, traslada una imagen actualizada al público. Esta red social sigue siendo una de las más utilizadas: cientos de millones de usuarios están registrados y entran en la aplicación de manera habitual, incluso varias veces al día. Según algunas estimaciones, unos 500 millones de usuarios visualizan sus contenidos de forma recurrente, cada vez que tienen un rato libre o quieren entretenerse.

Y claro está, todo ese público potencial es una gran razón para tener presencia en esta plataforma. Los beneficios pueden ser muy numerosos. (xtudeo, SF)

Modelo

A una modelo de moda se les suele pedir unas características físicas como: altura, talla, peso. Además de hacer desfile hacen sesiones de foto para moda, tipo maniquí. (MiguelDC, SF)

Canales digitales

Usos de YouTube

1. Generar una estrategia de marketing de contenidos:

Puedes posicionarte como experto en ciertos temas para generar confianza dentro de una comunidad de interés, en donde se construye una relación entre la empresa y el público.

El objetivo es crear material que pueda ser relevante para el público objetivo, sin hablar directamente de la oferta de productos. Es decir, un fabricante de zapatos podría desarrollar la temática de “5 claves para elegir el calzado más adecuado”.

2. Utilizar el canal como repositorio de contenidos:

De esa forma no es necesario subir un video a plataformas como Twitter, que tiene restricciones de tamaño (512 MB) y duración (2 minutos y 20 segundos), sino que se comparte el enlace del video cargado en YouTube.

3. Activar el canal realizando sesiones en vivo:

Se puede emitir en directo, para promover y dar a conocer hechos importantes de la empresa como eventos, conferencias o lanzamientos.

En este sentido, la plataforma tiene cuatro opciones para realizar la emisión en directo:

Emisiones sencillas por la webcam, la opción más rápida y con baja complejidad.

Emisiones en directo reproducibles que solo necesitan configurarse una vez, tienen mayor producción, se requiere software para emitir, pero se pueden repetir transmisiones con las mismas configuraciones solo con dar clic en emitir ahora.

Emisiones desde el dispositivo móvil, disponible para aquellos canales con más de 1.000 suscriptores.

Emisión de eventos, con posibilidad de personalizar y tener varias cámaras.(Bancolombia, 2020)

Ventajas de tik tok para empresas

Con TikTok for Business las empresas y marcas aumentan sus posibilidades para ser conocidos, reforzar su imagen de marca, conectar con su público objetivo, alcanzar sus propósitos, etc. Algunas de las ventajas de TikTok pueden ser:

Comunidad participativa y unida. Durante el confinamiento, la app de TikTok fue la app más descargada en el mes de marzo. Sus usuarios se caracterizan por ser muy participativos y activos en el uso de TikTok. Esto es una oportunidad única para que tu empresa realice una campaña de marketing y que los usuarios la vean e, incluso, participen en ella. Podrás generar un impacto muchísimo mayor que en cualquier otra red social.

Vídeos más creativos. Un requisito importante para tener TikTok for Business es la creatividad. En esta app los vídeos destacan por su dinamismo, colores, efectos sonoros... Si tienes pensado subir un vídeo a TikTok te recomendamos que sea muy creativo. Con TikTok for Business tus vídeos de marketing serán mucho más novedosos.

Muchas más oportunidades de que te conozcan. Como ya hemos dicho, la comunidad de TikTok es muy amplia y, además, no para de crecer. Esto es una oportunidad magnífica para las empresas. Pueden dar su marca y productos a conocer de forma fácil y sencilla a miles y miles de usuarios.

Branded Scan. Una novedad que ha implementado TikTok es la famosa Realidad Aumentada. Con esta herramienta podrás presentar tus productos de una forma original y atractiva para los usuarios.

Presupuesto

Contar con un presupuesto de estrategia de marketing digital es de suma importancia para cualquier empresa que quiere crecer. La idea es gestionar los recursos financieros de forma eficiente, poniendo en orden las acciones, el periodo, los canales y los responsables dedicados a hacerlo posible.

Además, permitirá hacer seguimientos en tiempo real del presupuesto utilizado para asegurar su cometido. Por tanto, también será posible hacer todo tipo de ajustes ante cualquier error o nueva oportunidad presentada para obtener los mejores resultados posibles.

Asimismo, el documento se encontrará disponible en todo momento para estudiar el modelo de acción que funcionó para utilizarlo como guía. También actúa como un referente clave a la hora de tomar decisiones en el futuro. (Elabs, 2022)

3.5. Solución propuesta

Después de una investigación por medio del método de observación y de investigación, manteniendo el estilo urbano que caracteriza a la marca através, se propone un manual de capacitación en cuanto a las características de la empresa y funciones de cada departamento así como información en general sobre las características de distintas prendas y los nichos de mercado ya establecidos.

3.5.1. Capacitación

Se crea un manual de capacitación con el fin de ser comprendido desde todos los departamentos con elementos de gran importancia para el logro de las metas propuestas.

Figura 11.

Manual de Capacitación através.

através CAPACITACIÓN

BIENVENIDO AL PARCHÉ

Te recibimos con una cálida bienvenida a través. Este manual de capacitación se diseñó para ser comprendido desde todas las departamentos con elementos que son de vital importancia para el logro de nuestras metas, estamos contentos de recibirte en esta tu nueva familia.

¿QUIENES SOMOS?

Somos una marca de moda con un concepto de moda rompedor para un público joven dinámico y exigente; interesado en la música, las redes sociales y las últimas tendencias de la moda Street wear y urbana.

MISIÓN

Somos una comunidad que democratiza la moda y le brinda la mejor atención a nuestros clientes mayoristas y minoristas ofreciéndoles prendas de vestir con un flujo constante de diseños vanguardistas, inspirados en las mejores casas de moda a nivel mundial, con calidad y a un precio justo.

VISIÓN

Lograr en el 2024 ser la marca urbana latina líder en diseño y en ventas, al por mayor y al detal en el mercado nacional e internacional democratizando la moda en lugares impensados.

ORGANIGRAMA

CONSEJO

Análisis y toma de decisiones.

SEO

Analiza a nivel global la expansión del mercado textil y la proyección de la marca y sus distribuidores.

GERENCIA

Organiza las reuniones con equipos, analiza los problemas financieros y de producción.

ADMINISTRACIÓN

Se encarga de los recursos humanos de la empresa, proveedores, facturación y actualización de inventarios.

DEPARTAMENTO PRODUCCIÓN

Realizamos la investigación, diseño, prototipado, patronaje, corte, confección, control de calidad y logística logrando que através llegue a todos los rincones de Colombia.

DEPARTAMENTO COMERCIAL

Desde el departamento comercial se trabaja constantemente por dar a conocer la línea denim y urban por medio de la promoción, publicidad, exhibición y venta.

EQUIPO DISPONIBLE

En através es fundamental que nuestros objetivos sean cumplidos por esta razón nuestro equipo es fundamental, tanto en su utilización como cuidado.

LÍNEA DENIM

En através nuestra línea denim se categoriza en Trendy, pop y glam ¿Como los identificamos?

TRENDY

TELA: NAPHA BOBI

INTERVENCIÓNES: PINTURA, ROTOS, ESTAMPAS

LÍNEA DENIM

POP

TELA: BOBI

INTERVENCIÓNES: PINTURA, ROTOS

LÍNEA DENIM

GLAM

TELA: BOBI

INTERVENCIÓNES: ROTOS

LÍNEA DENIM

SKINNY

Tiro alto

Rigido

Botla recta

Ucrado

Entubado

SILUETAS

STRAIGHT

Tiro alto

Rigido

Botla recta

WIDE LEG

Tiro alto

Rigido

Rota Ancha

SILUETAS

PALAZZO

Tiro alto

Rigido

Botla Ancha

MOM FIT

Tiro alto

Pierna ampila

Entubado

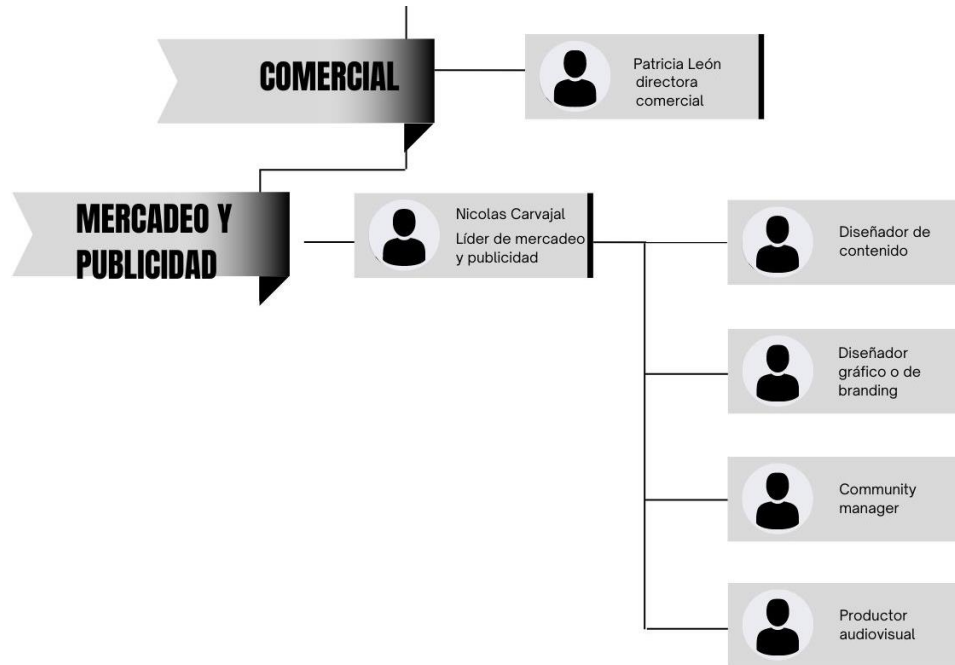


Fuente: Elaboración propia.

3.5.2. Consolidación Departamento de marketing

Figura 12.

Consolidación Departamento de marketing



Fuente: Elaboración propia.

El Departamento de marketing o mercadeo y publicidad requiere de más personal ante la demanda de contenido, en donde:

Líder de mercadeo y publicidad: Se encarga de las reuniones semanales, aprobación y supervisión de proyectos, así como de la parte presupuestal de los mismos.

Diseñador de contenido: Organiza la parrilla de contenido de las diferentes plataformas digitales, generando campañas y el copy que las acompaña.

Diseñador gráfico: Se encarga de la edición de piezas gráficas para las diferentes plataformas digitales, así como de la publicidad P.O.P.

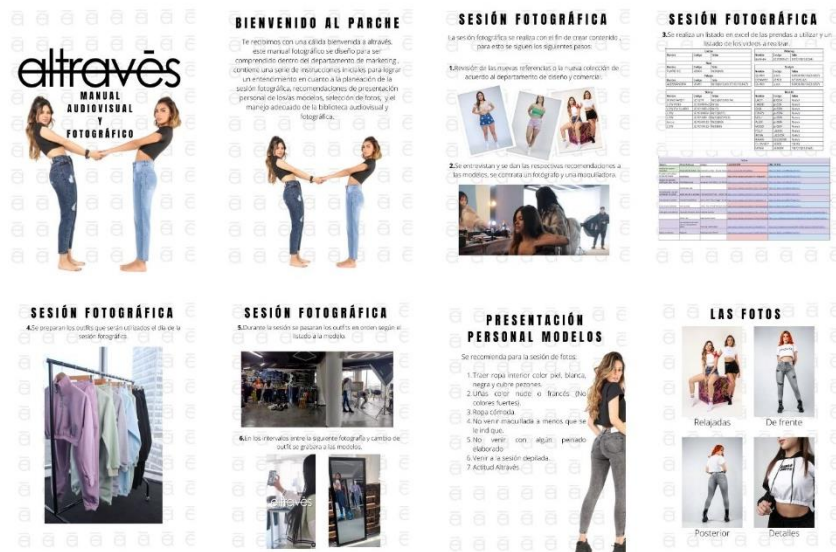
Community manager: Responde a las diferentes inquietudes de la comunidad en las diferentes plataformas digitales, así como del análisis estadístico de las reacciones y comentarios de los diferentes contenidos que se publican semanalmente.

Productor audiovisual: Produce material audiovisual y fotográfico para las diferentes campañas, actualización de catalogo y contenido para redes sociales, así como la edición de videos.

3.5.3. Manual de estilo visual y gráfico.

Figura 13.

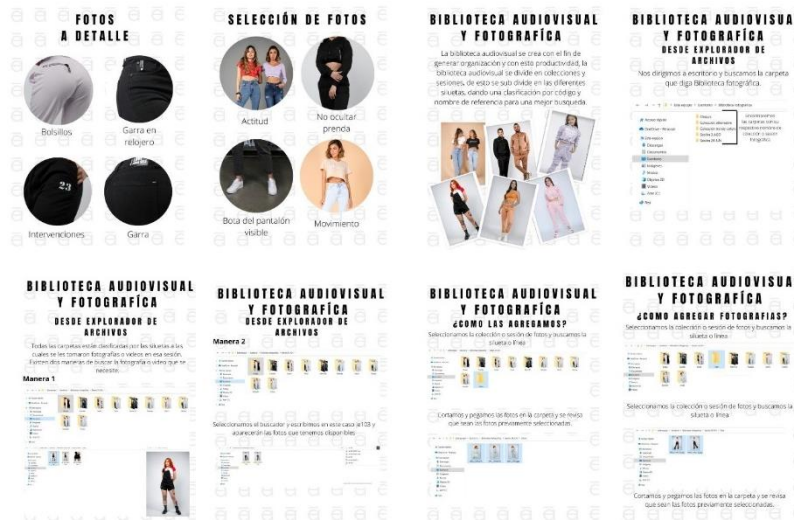
Manual de estilo visual y gráfico pág. 1-8



Fuente: Elaboración propia.

Figura 14.

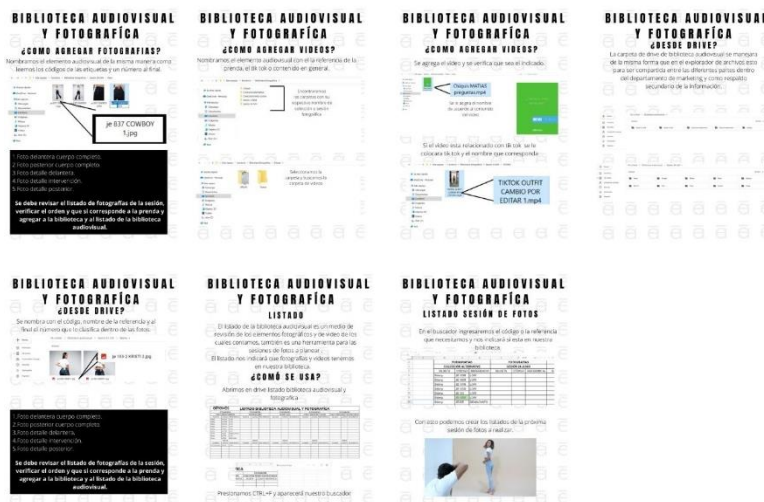
Manual de estilo visual y gráfico pág.9-17



Fuente: Elaboración propia.

Figura 15.

Manual de estilo visual y gráfico. pág. 17-31



Fuente: Elaboración propia.

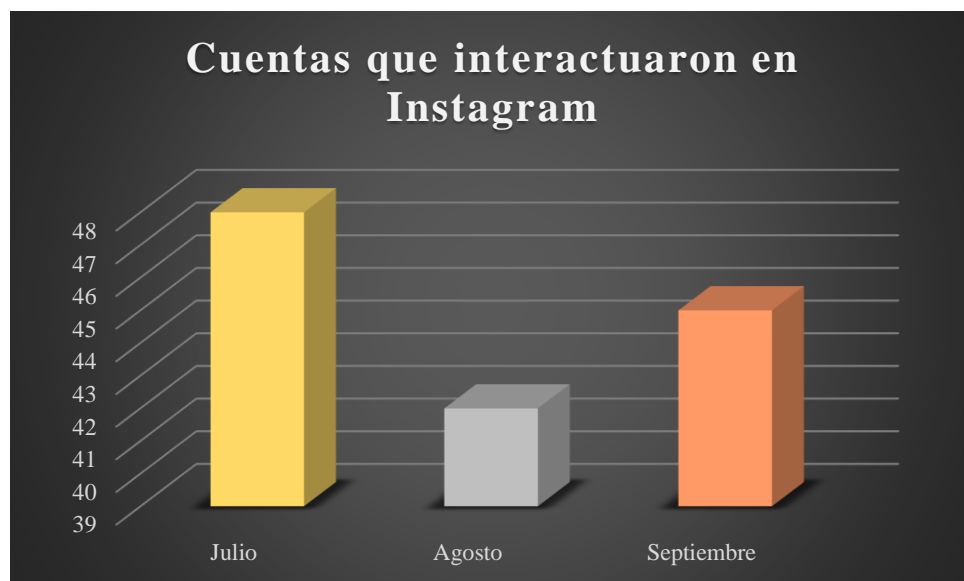
3.5.4. Análisis de alcance

Instagram cuenta con estadísticas diarias sobre el comportamiento de los seguidores en cuanto al alcance, toques al sitio web, visitas al perfil e interacción, en donde encontramos publicaciones, historias y reels con su debido alcance.

Hacer este tipo de análisis permite relacionar el alcance con las publicaciones que más visualizaciones tuvieron y enfocar las piezas gráficas y audiovisuales de mejor manera.

Figura 16.

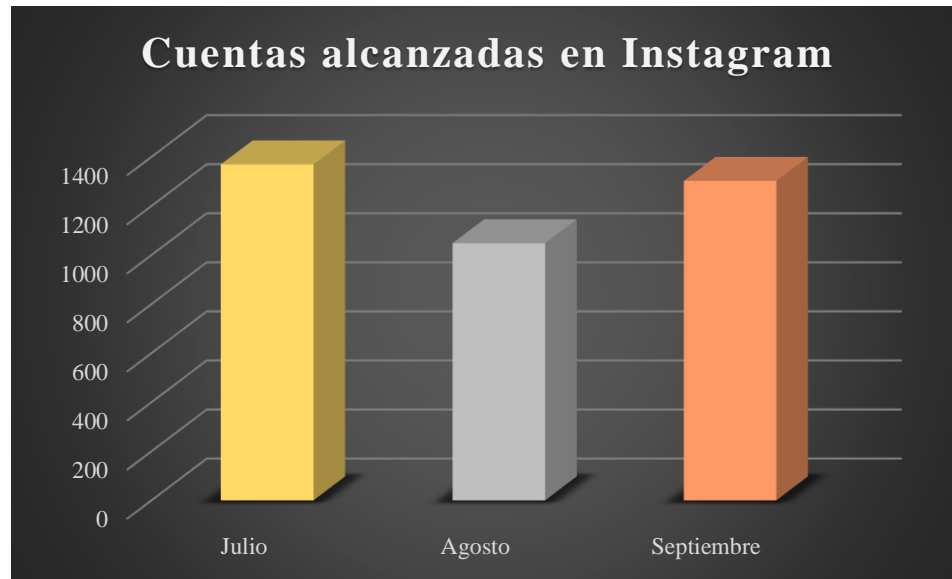
Diagrama Cuentas que interactuaron en Instagram.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 16.

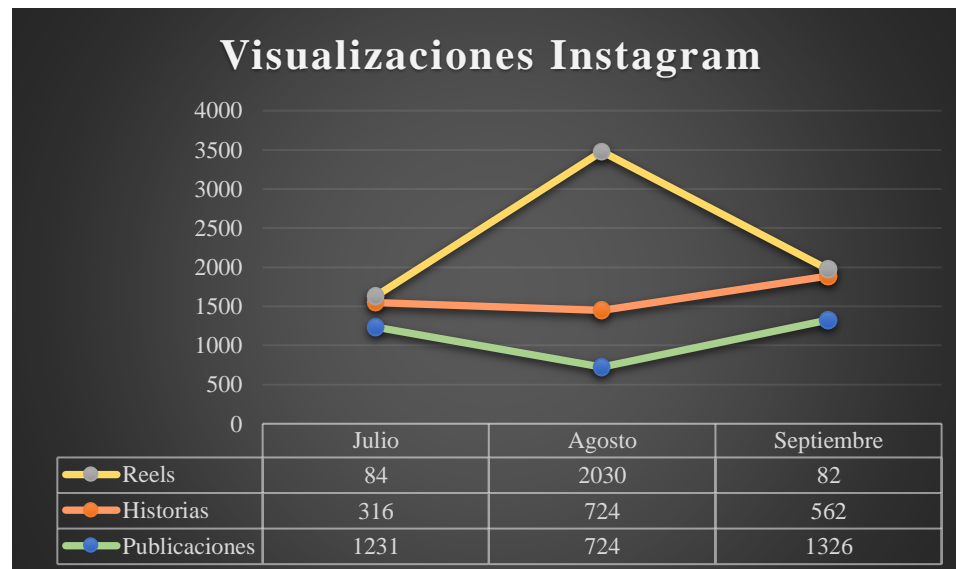
Diagrama Cuentas que interactuaron en Instagram.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 17.

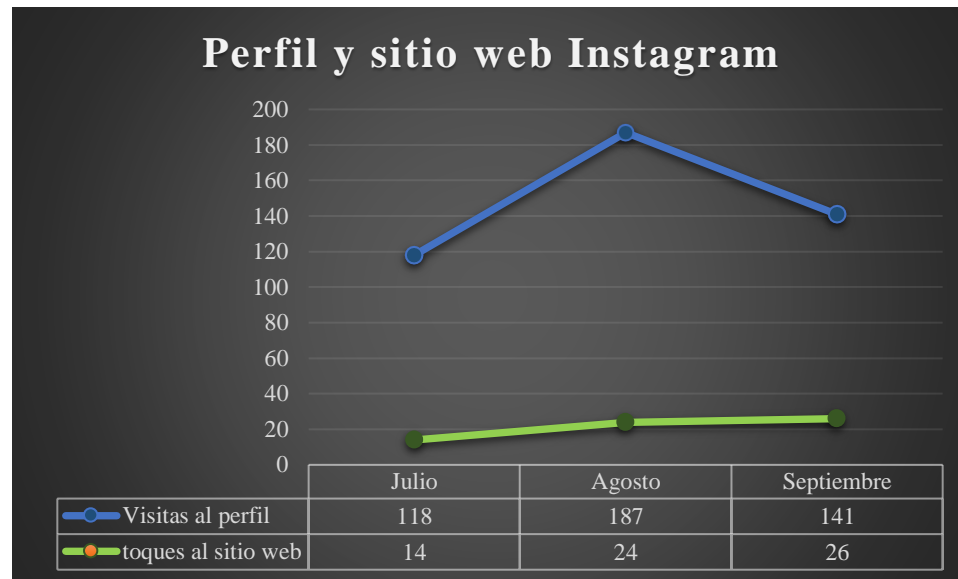
Diagrama Cuentas alcanzadas en Instagram



Fuente: Elaboración propia.

Figura 18.

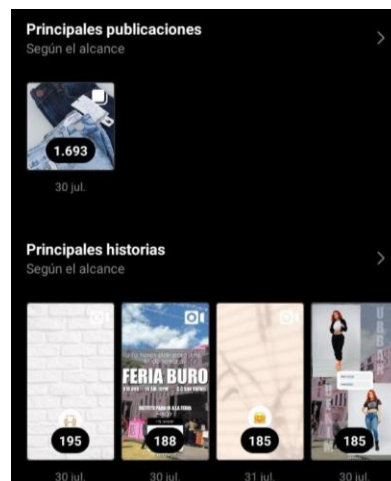
Gráfico visualizaciones instagram.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 20.

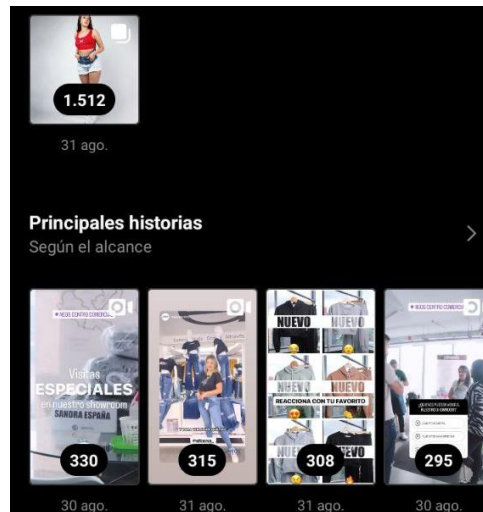
Principales publicaciones e historias Julio.



Fuente: Instagram Altravés. Fecha de consulta: septiembre 2022

Figura 21.

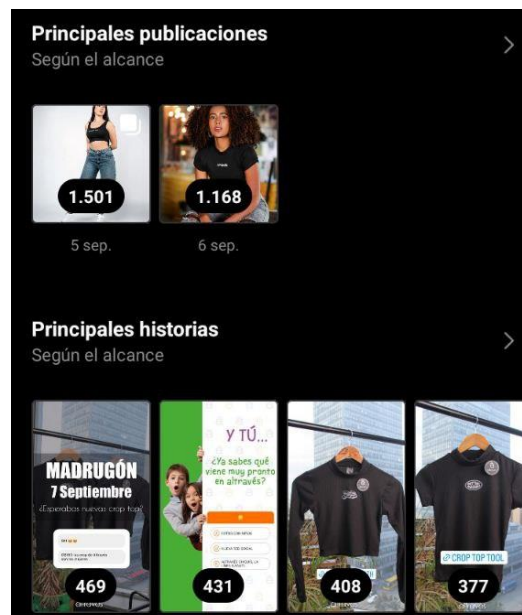
Principales publicaciones e historias Agosto.



Fuente: Instagram Altravés. Fecha de consulta: septiembre 2022

Figura 22.

Principales publicaciones e historias Septiembre.



Fuente: Instagram Altravés. Fecha de consulta: septiembre 2022

Se puede encontrar que las publicaciones con mayor alcance son las destinadas a que el público interactúe por medio de preguntas o reacciones hacia frases, nuevas prendas y videos, siendo Julio y septiembre el de mayor interacción debido a la nueva colección y a las interacciones sobre la feria BURO.

3.5.5. Presupuesto

Para el departamento de mercadeo y publicidad es importante contar con un presupuesto destinado a las distintas acciones publicitarias y de mercadeo.

Tabla 3.

Presupuesto Mercadeo y publicidad.

Presupuesto		
Cada 2 meses	Mensual	
Sesión fotográfica	Pautas o imprevistos	Imprevistos
Fotógrafo	Publicidad P.O.P	Mantenimiento elementos de fotografía
Modelo	Página web	Pago de página web
Maquilladora	Piezas gráficas	
Estudio	Fotografías de producto	
Viáticos		

Fuente: Elaboración propia.

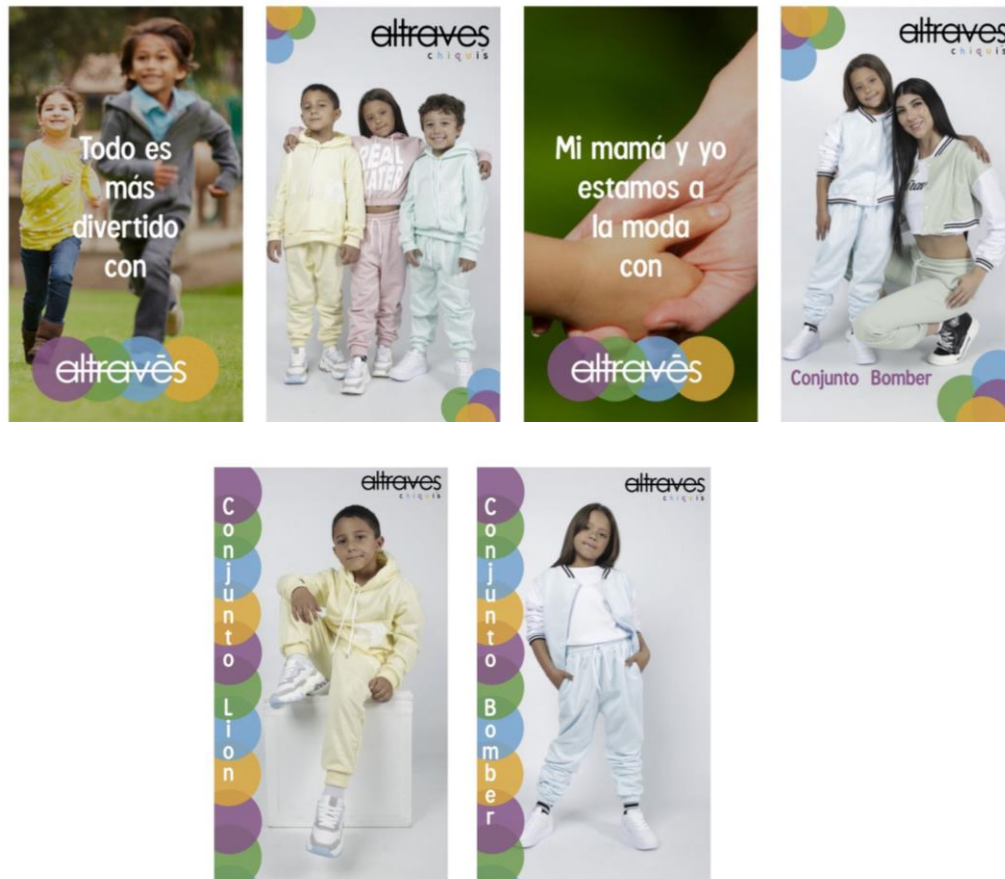
Se propone un presupuesto cada 2 meses destinado a las sesiones fotográficas las cuales requieren de fotógrafos, modelos, una maquilladora, estudio y el pago de viáticos, un presupuesto mensual destinado para pautas o campañas e imprevistos.

3.5.6. Piezas Gráficas

Altravés cuenta con la línea femenina, masculina e infantil, para esto se proponen las siguientes piezas audiovisuales teniendo en cuenta el público al cual se quiere llegar.

Figura 23.

Piezas gráficas através chiquis instagram.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 24.

Piezas gráficas através Mujer instagram.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 25.

Piezas gráficas através Hombre instagram.



Fuente: Elaboración propia.

3.5.7. YouTube, tiktok e Instagram

Tik tok es una plataforma juvenil de gran alcance a nivel mundial es importante aprovechar este recurso y YouTube es una plataforma de streaming con gran alcance y al cual se le puede direccionar un enfoque más empresarial dando a conocer la personalidad de la marca.

Se propone abrir un canal de YouTube con la función de mostrar la parte empresarial de ALTRAVÉS en donde se muestre al público la personalidad de esta por medio de videos narrando su historia, los procesos y sus empleados.

En tik tok e instagram se propone llevar a cabo retos virales, mostrando el ambiente laboral, sentimientos de la marca y los productos ofrecidos por medio de las sesiones en las cuales se grabarán un máximo de 10 videos los cuales mostrarán el lado divertido de la marca.

Figura 26.

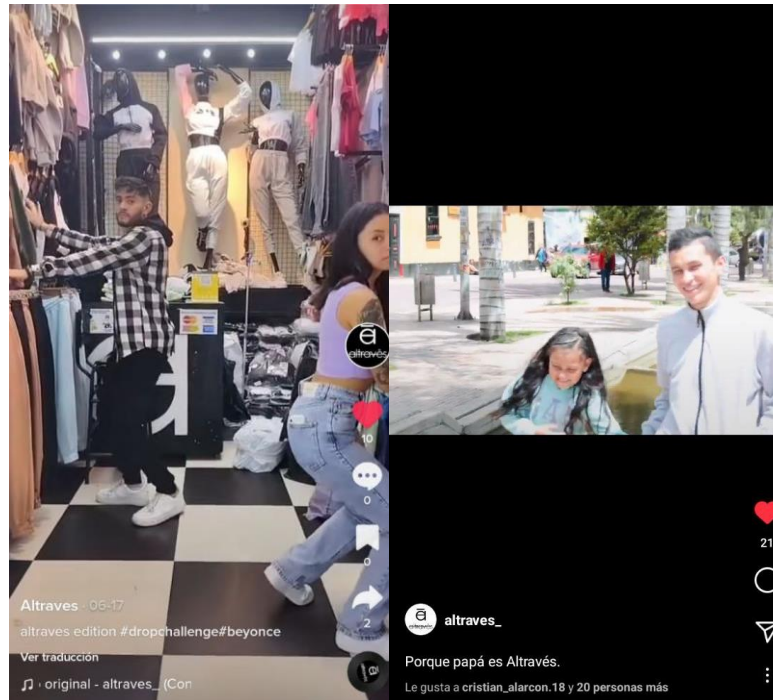
Ejemplos de propuesta reel y tik tok.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 27.

Ejemplos de propuesta tik tok y reel instagram.



Fuente: Elaboración propia.

4. Aporte a la Empresa

4.1. Logros

Durante la pasantía en ALTRAVÉS se logró poner a prueba los conocimientos adquiridos en la universidad sobre marketing digital y diseño de modas así mismo se amplió el conocimiento sobre la empresa, también esto derivó al aprendizaje continuo de otros departamentos como diseño, logística y visual.

Durante la práctica se evidenciaron distintas falencias dentro del departamento de marketing digital de las cuales se les dio una posible solución dentro de este proyecto, esto derivó de un diálogo con el jefe inmediato, vivencias dentro de la empresa, investigación y expectativa de productividad dentro del área en cuanto a los tiempos de entrega establecidos.

Al finalizar como reflexión en cuanto al aprendizaje adquirido fue enriquecedor entender el funcionamiento de la marca y su crecimiento diario, en la parte personal es de recalcar el crecimiento de confianza de la pasante y el equipo de trabajo fue una gran fuente de aprendizaje tanto personal como profesional

Lo que se busca con este proyecto es el aprovechamiento de las herramientas digitales utilizadas de la marca, que esta potencialice a su personal y pasantes por medio de capacitaciones, mayor productividad y organización para el área de marketing, así como refrescar el estilo de las piezas gráficas para un mayor alcance, así como la posibilidad de extender su creatividad por medio de un presupuesto justo.

4.2. Alcance de la pasantía

La pasantía comprendió de un periodo total de 480 horas laboradas en un horario de 8:00a.m a 5:00 p.m. de Lun a Vie y sábados de 8: 00 a.m. a 12:00 p.m.

La pasante tuvo la función de apoyar en el área de Marketing y publicidad en:

- Redacción de parrilla de contenido correspondiente a la semana.
- Actualización de catálogos denim.
- Contenido historias y feed Instagram.
- Propuestas de contenido para Instagram y tik tok.

- Investigación colección através-chiqui.
- Catálogos y kit digital de contenido para Instagram distribuidores.
- Propuestas fotográficas de producto.
- Alistamiento de prendas y set fotográfico.
- Se realizó un acompañamiento al departamento de diseño para la investigación y creación de nuevos mercados dirigido hacia la línea infantil y masculina.
- La pasante llevó a cabo un análisis de la empresa y aplicando su conocimiento e investigación propuso un proyecto dando una solución a los problemas detectados.

4.3. Limitaciones

Se presentaron limitaciones para la pasante como la salud y en cuanto a las funciones la parrilla de contenido se debía mover por causas como la mala planeación, la falta de comunicación entre áreas y las decisiones de altos mandos y esto provocaba afectaciones tanto para el proyecto como para el trabajo que se había establecido en este, la empresa no contaba con una planeación de capacitación para la pasante, esto no fue impedimento para lograr el objetivo de la pasantía el cual era presentar desde el área asignada una solución a las distintas problemáticas detectadas.

Conclusiones

En este proyecto se encuentran evidenciadas las problemáticas de la marca ALTRAVÉS, de acuerdo con la personalidad de la marca y lo evidenciado dentro de la empresa se plantearon propuestas de piezas gráficas, así como un manual de capacitaciones,

manual de estilo visual y gráfico el cual incluye una biblioteca audiovisual y fotográfica, presupuesto, Piezas audiovisuales, proyección hacia YouTube y tik tok, organización del departamento de mercadeo y publicidad.

Todo esto se planteó para que el departamento de marketing digital sea más productivo y organizado, resaltando en el contenido digital la personalidad de la marca ALTRAVÉS y el público al cual quiere llegar en la actualidad.

Se puede evidenciar el cambio de contenido del mes de Junio a Septiembre durante la pasantía por medio de las siguientes figuras y por ultimo un diagrama de crecimiento de visitantes.

Figura 28.

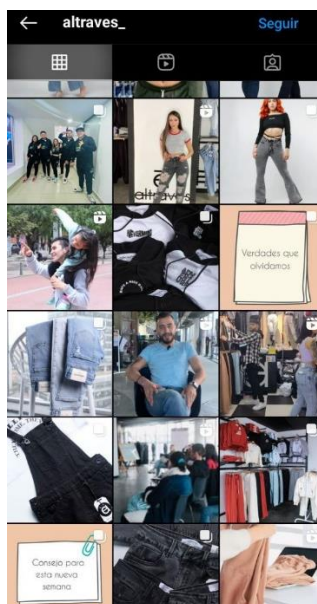
Contenido 2022 junio Instagram



Fuente: Instagram Altravés. Fecha de consulta: enero 2023

Figura 29

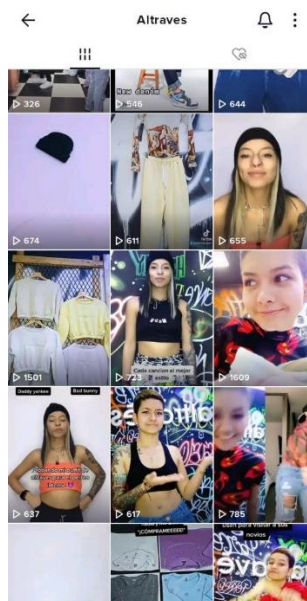
Contenido Instagram junio, julio y agosto 2022



Fuente: Instagram Altravés. Fecha de consulta: enero 2023

Figura 30.

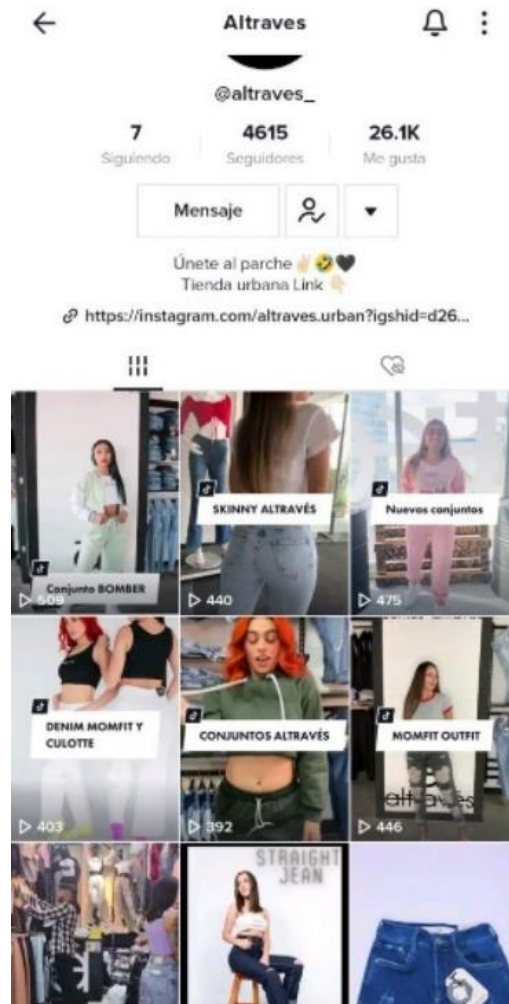
Contenido 2021 julio Tiktok.



Fuente: Tik tok Altravés. Fecha de consulta: enero 2023

Figura 31.

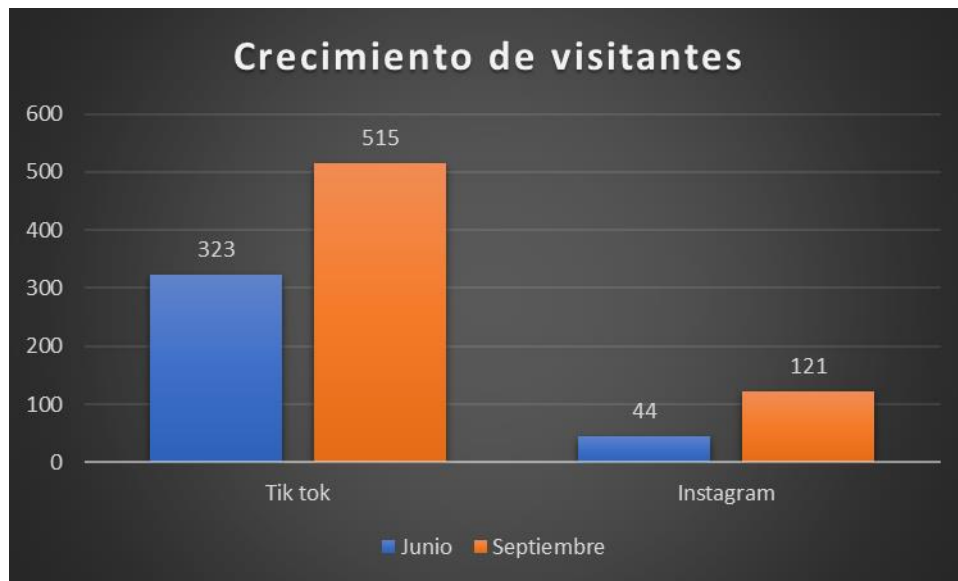
Contenido Tik tok junio, julio y agosto 2022



Fuente: Tik tok Altravés. Fecha de consulta: enero 2023

Figura 32.

Crecimiento de visitantes Junio a septiembre 2022



Fuente: Tik tok e instagram Altravés. Fecha de consulta: enero 2023

Recomendaciones

Por medio de este proyecto se sugiere para el mejoramiento de la marca ALTRAVÉS:

- Promover el branding de la marca por medio de las especificaciones en el manual de estilo visual y gráfico.
- Cumplimiento a la planeación estipulada.
- Aumentar el personal en el departamento de marketing.
- Presupuesto adecuado y análisis de crecimiento de redes sociales.
- Implementación de manual de capacitación para empleados antiguos y nuevos.

Glosario

- Marketing: Es la aplicación de las estrategias de comercialización llevadas a cabo en los **medios digitales**. Todas las técnicas del mundo off-line son imitadas y traducidas a un nuevo mundo, el **mundo online**. En el ámbito digital aparecen nuevas características como la inmediatez, la irrupción de las redes sociales y las herramientas que nos permiten hacer mediciones reales. (MD, 2022)
- Redes sociales: “**son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos** – como el profesional, de relación, entre otros – pero siempre **permitiendo el intercambio de información** entre personas y/o empresas.” (Rdstation, 2022)
- Medio digital: “Es cualquier comunicación realizada a través de Internet. Algunos ejemplos de ello son las publicaciones en Instagram o Facebook, los banners en sitios, los ebooks, los videos, etc.” (hotmart, 2022)
- Contenido: Los contenidos digitales son toda la información que tenemos la posibilidad de mostrar en un medio digital. Tanto en tu propia página web como en redes sociales o en cualquier rincón de internet.
Tienen la posibilidad de estar formados por textos, imágenes, vídeos, mapas... ¡No hay límite para la creatividad! (**Pantallea, 2022**)
- Presupuesto: “Es el plan en el que se asignan los recursos financieros que existen para los esfuerzos dedicados a la publicidad, campañas, estrategias de comunicación y otras tácticas relacionadas con el departamento de marketing de una empresa.” (Hubspot, 2021)

- Organización: Son las acciones que se incluyen en el plan de empresa desde la constitución de la misma y que pretenden regular las actividades corporativas, asignar roles, diseñar departamentos, elegir responsables y, en último término, dar entidad a la organización. Es estática, jerárquica y suele plasmarse en documentos de carácter oficial conocidos por todos los integrantes de la empresa. (OBS, 2022)

Referencias

- Cota Luevano Jesus alberto, (2016) La capacitación como herramienta efectiva para mejorar el desempeño de los empleados. <http://www.cyta.com.ar/ta1602/v16n2a3.htm#:~:text=Favorece%20la%20confianza%20y%20desarrollo,de%20satisfacci%C3%B3n%20con%20el%20puesto.>
- Rock content, (2021) Cargos en marketing. <https://rockcontent.com/es/blog/cargos-en-marketing/>
- Kuombo, (2019) La importancia del contenido audiovisual en instagram, ¿lo tienes en cuenta? <https://kuombo.com/contenido-audiovisual-instagram/>
- Ionos, (2021) Estadísticas de Instagram: KPI y herramientas e análisis. Recuperado de: <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/redes-sociales/exito-en-instagram-herramientas-de-analisis-estadisticas/>
- Elabs consulting, (2022) Presupuesto marketing digital: Qué es y ejemplos. <https://www.elabsconsulting.com/noticias/presupuesto-marketing-digital-que-es-y->

[ejemplos#:~:text=Contar%20con%20un%20presupuesto%20de,responsable%20dedicados%20a%20hacerlo%20posible.](#)

- Bancolombia, (2020) Las ventajas de YouTube para los negocios. de: <https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/tendencias/ventajas-youtube-negocios>
- Comunica web, (2022) Qué es Tiktok for Business: cómo funciona, ventajas y consejos. <https://comunica-web.com/blog/marketing-digital/que-es-tiktok-for-business-como-funciona-ventajas-y-consejos/#:~:text=Con%20TikTok%20for%20Business%20las,Comunidad%20participativa%20y%20unida.>
- MD, (2022) ¿Qué es el marketing digital? <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital>
- Rd station, (2022) Redes sociales. <https://www.rdstation.com/co/redes-sociales/>
- Hot mart, (2022) Medio digital. <https://hotmart.com/es/blog/medio-digital>
- Pantallea, (2022) Contenidos digitales: Qué son, tipos y ejemplos. <https://www.pantallea.com/contenidos-digitales-tipos-ejemplos/#:~:text=Los%20contenidos%20digitales%20son%20toda,%2C%20im%C3%A1genes%2C%20v%C3%ADdeos%2C%20mapas%E2%80%A6>
- Hub spot, (2021) Plantillas esenciales presupuestos de marketing. <https://blog.hubspot.es/marketing/plantillas-esenciales-presupuestos-de-marketing#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20presupuesto%20de,de%20marketing%20de%20una%20empresa.>

- OBS, (2022) Organización empresarial características, objetivos y tipos de organización.<https://www.obsbusiness.school/blog/organizacion-empresarial-caracteristicas-objetivos-y-tipos-de-organizacion>
- xtudeo, (SF) importancia de la imagen de marca en instagram para tu empresa.
<https://www.xtudeo.com/blog/importancia-imagen-marca-intagram-empresa/>