

**Desarrollar e Implementar Estrategias Efectivas de Marketing Digital y Tradicional para  
Promover los Servicios de la Empresa Tres Sesenta Design.**

**Por:**

**Andrés Duque Aguilar**

**Cooperadora**

**Manuela Cardona Duque**

**Asesor**

[Felipe Andres Baez Nieto](#)

**Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables**

**Negocios Internacionales**

**Medellín**

**2024-2**

## Tabla de Contenido

### Contenido

<b>Índice de Ilustraciones y Tablas</b>	3
<b>Glosario</b>	4
<b>Resumen Ejecutivo</b>	12
<b>Introducción</b>	13
<b>1. Antecedentes</b>	14
<b>2. Empresa Objeto de práctica</b>	16
2.1 Objeto Social	16
2.2 Misión	17
2.3 Visión	17
2.4 Valores Corporativos	18
2.5 Objetivos Estratégicos	19
2.6 Rol Comercial	20
<b>3. Agencia Objeto de la Práctica</b>	23
3.1 Cargo Desempeñado	23
3.2 Perfil del Cargo	23
3.3 Objetivo del Cargo	26
3.4 Funciones para Realizar	26
3.5 Relación con otros Cargos	28
3.6 Herramientas y Equipos para la Ejecución del Cargo	29
3.7 Condiciones de Trabajo	30
3.8 Entrenamiento	31
3.9 Competencias	33
3.10 Responsabilidades	34
3.11 Deberes	35
3.12 Riesgos del Cargo	36
<b>4. Características de la Prácticas</b>	39
4.1 Justificación	39
4.2 Objetivo General	43
4.3 Objetivos Específicos	44

5. Informe Ejecutivo	45
6. Aportes a mi formación técnica	52
7. Aportes formación personal	56
8. Conclusiones	57
9. Recomendaciones	60
10. Bibliografía	65

### **Índice de Ilustraciones**

Ilustración 1. Logo	23
Ilustración 2. Estructura Organizacional	28
Ilustración 3. Puesto de Trabajo	30
Ilustración 4. Generación de leads	48
Ilustración 5. Imagen rendimiento	49
Ilustración 6. Distribución demográfica	50
Ilustración 7. Ubicación por plataforma	51

### **Índice de Tablas**

Tabla 1. Nombre: Tipos de Clientes	20
Tabla 2. Nombre: Entrenamiento	31
Tabla 3. Nombre: Comparativo de Enfoques de Marketing	46

## Glosario

### Conceptos de Estrategias Efectivas de Marketing Digital y Tradicional:

**Audiencia objetivo:** Grupo de personas que una empresa o campaña de marketing busca alcanzar, generalmente definido por características demográficas como edad, género, intereses o ubicación.

Referencia: Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). Principios de Marketing. Pearson.

**Analítica y reportes:** Proceso de seguimiento y medición del rendimiento de las campañas de marketing mediante el análisis de datos para generar informes que permitan evaluar el éxito de las estrategias y tomar decisiones basadas en métricas clave.

Referencia: Kaushik, A. (2010). Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity. Wiley.

**Automatización de marketing:** Uso de software y herramientas para automatizar tareas de marketing como el envío de correos electrónicos, la publicación en redes sociales y la gestión de campañas, lo que ahorra tiempo y mejora la eficiencia.

Referencia: Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). Principios de Marketing. Pearson.

**Buyer Persona (Perfil de comprador):** Representación ficticia de un cliente ideal basado en investigaciones y datos reales, ayuda a las empresas a entender mejor a su audiencia y a personalizar sus estrategias de marketing.

Referencia: Revella, A. (2015). Buyer Personas: How to Gain Insight into Your Customer's Expectations, Align Your Marketing Strategies, and Win More Business. Wiley.

**Call to Action (Llamado a la acción):** Frase o botón que incita a los usuarios a realizar una acción específica, cómo "comprar ahora", "suscríbete", o "descargar gratis", es una herramienta clave para generar conversiones.

Referencia: Halligan, B. & Shah, D. (2014). Inbound Marketing: Attract, Engage, and Delight Customers Online. Wiley.

**Contenido viral:** Tipo de contenido que se difunde rápidamente entre las personas a través de internet y redes sociales, debido a su impacto emocional o relevancia, lo que provoca que los usuarios lo compartan ampliamente.

Referencia: Berger, J. (2013). Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age. Simon & Schuster.

**Creación de contenido:** Desarrollo de textos, imágenes, videos y otros formatos multimedia diseñados para atraer a la audiencia objetivo, mejorar la visibilidad de la marca y cumplir con los objetivos de marketing, cómo aumentar el tráfico web o generar *leads*.

Referencia: Pulizzi, J. (2014). Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break Through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less. McGraw-Hill Education.

**Conversion Rate Optimization (CRO):** Conjunto de estrategias y tácticas utilizadas para aumentar el porcentaje de visitantes de un sitio web que completan una acción deseada, como suscribirse o comprar un producto.

Referencia: Freberg, K. (2021). *Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications*. SAGE Publications.

**Costo por clic (CPC):** Monto que se paga cada vez que un usuario hace clic en un anuncio en una plataforma publicitaria como *Google Ads* o *Facebook Ads*.

Referencia: Freberg, K. (2021). *Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications*. SAGE Publications.

**Email Marketing:** Uso de correos electrónicos como herramienta para promocionar productos, servicios o contenidos a una lista de contactos, con el objetivo de mantener a los clientes informados o fomentar la lealtad a la marca.

Referencia: Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson.

**Engagement:** Nivel de interacción entre una marca y su audiencia en redes sociales o plataformas digitales, se mide a través de *likes* (me gusta), comentarios, compartidos o cualquier forma de participación de los usuarios.

Referencia: Tuten, T. L. Solomon, M. R. (2020). *Social Media Marketing*. SAGE Publications.

**Embudo de ventas:** Modelo que describe las etapas por las que pasa un cliente antes de realizar una compra, desde el primer contacto con la marca hasta la conversión final.

Referencia: Freberg, K. (2021). *Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications*. SAGE Publications.

**Experiencia de usuario:** Concepto que describe cómo se siente una persona al interactuar con un sitio web o aplicación. Una buena UX es clave para mantener a los usuarios comprometidos y aumentar las conversiones.

Referencia: Freberg, K. (2021). *Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications*. SAGE Publications.

**Generación de leads:** Técnica de marketing enfocada en atraer y capturar información de contacto de personas interesadas en un producto o servicio, con el objetivo de nutrirlas a lo largo del embudo de ventas y convertirlas en clientes.

Referencia: Halligan, B., & Shah, D. (2014). *Inbound Marketing: Attract, Engage, and Delight Customers Online*. Wiley.

**Generar informes mensuales:** Creación de documentos detallados que resumen el rendimiento de las actividades de marketing, campañas y redes sociales durante un mes, proporcionando *insights* basados en datos que permiten mejorar estrategias futuras.

Referencia: Marr, B. (2015). *Key Performance Indicators (KPI): The 75+ Measures Every Manager Needs to Know*. Financial Times Press.

**Gestión de redes sociales:** Administración estratégica de las plataformas sociales de una empresa, incluyendo la creación de contenido, monitoreo, análisis de métricas y manejo de la comunidad en línea, para fortalecer la presencia de marca y conectar con el público objetivo.

Referencia: Tuten, T. L. Solomon, M. R. (2020). *Social Media Marketing*. SAGE Publications.

**Growth Hacking:** Estrategias creativas y de bajo costo para aumentar rápidamente el crecimiento de una empresa, especialmente en *startups* (nuevas empresas de base tecnológica), se enfoca en obtener resultados rápidos con pocos recursos.

Referencia: Freberg, K. (2021). *Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications*. SAGE Publications.

**Influencer (Influenciador):** Persona con una gran audiencia en redes sociales o plataformas digitales, que tiene la capacidad de influir en las decisiones de compra de sus seguidores mediante recomendaciones o reseñas.

Referencia: Freberg, K. (2021). *Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications*. SAGE Publications.

**Investigación de mercado:** Proceso de recolección y análisis de datos sobre un mercado objetivo, competidores y consumidores para ayudar a las empresas a comprender mejor las necesidades y preferencias del público, lo que permite diseñar estrategias más efectivas.

Referencia: Kotler, P. & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Pearson.

**KPI (Indicador clave de rendimiento):** Métricas utilizadas para medir el éxito de una campaña o estrategia en función de objetivos predefinidos, ejemplos incluyen el tráfico web, tasa de conversión o el retorno de la inversión (ROI).

Referencia: Freberg, K. (2021). *Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications*. SAGE Publications.

**Landing Page (Página de destino):** Página web diseñada específicamente para que los usuarios lleguen a ella después de hacer clic en un anuncio o enlace, su objetivo principal es convertir a los visitantes en clientes potenciales o reales mediante una oferta específica.

Referencia: Kaushik, A. (2010). *Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity*. Wiley.

**Lead Nurturing:** Proceso de acompañamiento y seguimiento de los leads a través de contenido útil y relevante para guiarlos en el embudo de ventas hasta que se conviertan en clientes.

Referencia: Freberg, K. (2021). *Social Media for Strategic Communication: Creative Strategies and Research-Based Applications*. SAGE Publications.

**Marketing de contenidos:** Estrategia que consiste en crear y compartir contenido valioso y relevante para atraer a una audiencia específica, con el objetivo de construir una relación a largo plazo y generar confianza en la marca.

Referencia: Pulizzi, J. (2014). *Epic Content Marketing*. McGraw-Hill Education.

**Publicidad en línea:** Uso de plataformas digitales para la promoción de productos o servicios a través de anuncios pagados, con la capacidad de segmentar audiencias basadas en demografía, comportamiento y otros criterios. Las campañas suelen incluir formatos como *display*, pago por clic (PPC) y anuncios en redes sociales.

Referencia: Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson.

**Posicionamiento SEO:** Estrategia para mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados de búsqueda orgánicos de motores como Google, optimizando contenido y palabras clave.

Referencia: Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. Pearson.

**Publicidad nativa:** Forma de publicidad que se integra de manera natural en el contenido de la plataforma donde aparece, como artículos patrocinados o anuncios que parecen parte del contenido original.

Referencia: Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. Pearson.

**Tasa de conversión:** Porcentaje de personas que realizan una acción deseada, como hacer una compra o registrarse, entre el total de visitantes a un sitio web o campaña.

Referencia: Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. Pearson.

**Tasa de apertura:** Porcentaje de personas que abren un correo electrónico de marketing en comparación con el número total de correos enviados, es una métrica importante para evaluar el interés de los destinatarios.

Referencia: Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. Pearson.

**Tasa de rebote:** Porcentaje de visitantes que entran a una página web y se van sin interactuar con ella, una tasa de rebote alta puede indicar que el contenido no es relevante o atractivo para los usuarios.

Referencia: Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. Pearson.

## Resumen Ejecutivo

Tres Sesenta Design es una empresa dedicada a ofrecer servicios integrales en los campos de publicidad y litografía, destacándose por su capacidad de producir soluciones creativas y de alta calidad para marcas y negocios, la empresa combina técnicas tradicionales de impresión con estrategias digitales, logrando una oferta completa que abarca desde la producción de material impreso hasta la ejecución de campañas publicitarias en línea.

Como practicante que ocupó el puesto de Analista de Marketing Digital, este rol fue clave en la implementación de estrategias digitales que complementan los servicios de la empresa, permitiéndole mantener una presencia en línea competitiva y mejorando la interacción con su audiencia.

A lo largo de la estancia, el practicante desarrolló y adquirió diversas habilidades que aportaron valor a la empresa, entre las que destacan, la gestión de redes sociales, publicidad en línea, análisis de datos y creación de contenido digital.

Tres Sesenta Design continúa creciendo como un referente en el sector, apoyándose en la combinación de técnicas tradicionales de litografía con innovadoras estrategias de marketing digital.

## Introducción

La práctica empresarial es una de las experiencias más valiosas en la formación profesional de un estudiante, ya que permite aplicar los conocimientos teóricos adquiridos durante la carrera en un entorno real, este trabajo de grado se centra en la experiencia obtenida durante una práctica empresarial en Tres Sesenta Design, una empresa dedicada a ofrecer servicios integrales en el ámbito de la publicidad y la litografía.

Tres Sesenta Design combina técnicas tradicionales de impresión con estrategias publicitarias modernas, proporcionando soluciones creativas tanto en medios impresos como digitales, a lo largo de la práctica, el estudiante tuvo la oportunidad de participar activamente en diversos proyectos que abarcaron desde la creación de materiales gráficos hasta la implementación de campañas publicitarias digitales, este proceso permitió el aprendizaje sobre las diversas fases de producción y los principios fundamentales del marketing y la comunicación visual.

Durante el período de práctica, el practicante fue adquiriendo conocimientos en áreas clave como la gestión de redes sociales, publicidad digital, diseño gráfico y el proceso de impresión litográfica, comprendiendo cómo estas disciplinas se integran para ofrecer soluciones publicitarias completas, esta experiencia práctica fue crucial para el desarrollo de habilidades técnicas y estratégicas, brindando una comprensión más profunda sobre el funcionamiento de una empresa que combina la creatividad y la tecnología para atender las necesidades de sus clientes.

Este trabajo de grado busca no solo documentar el proceso de aprendizaje y las habilidades adquiridas, sino también analizar cómo el conocimiento aplicado contribuyó a mejorar las operaciones y los resultados de las campañas realizadas por la empresa.

## 1. Antecedentes

Manuela Cardona Duque, una emprendedora nacida y criada en la vibrante ciudad de Medellín, Colombia, ha sido siempre una apasionada de su tierra y de su gente. Desde temprana edad, Manuela mostró un interés innato por el mundo de los negocios y la publicidad. Su visión de crear impacto a través de la comunicación visual la llevó a dar un paso audaz en el año 2021 al fundar su propia empresa: Tres Sesenta Design.

El nacimiento de Tres Sesenta Design marcó el inicio de una maravillosa historia y de un emocionante viaje empresarial para Manuela. Su objetivo era claro: comunicar mensajes, ideas e información de manera visual para conectar con las personas de una forma única y significativa. Sin embargo, los primeros pasos no fueron fáciles. En un giro inesperado del destino, Manuela enfrentó la traición de su socia empresarial, quien se llevó consigo las máquinas y los recursos necesarios para operar la empresa.

A pesar de este trágico suceso, la determinación y el espíritu incansable de Manuela la impulsaron a comenzar de nuevo, esta vez en solitario. Con perseverancia y dedicación, reconstruyó Tres Sesenta Design desde cero, enfrentando cada desafío con valentía y resiliencia. Con el tiempo, su arduo trabajo y su pasión por su oficio la llevaron a destacarse en el competitivo mundo de la publicidad y la litografía.

Al principio, la empresa enfrentó desconfianza y dudas por parte de algunos, pero gracias al compromiso inquebrantable de Manuela por ofrecer productos y servicios de la más alta calidad, así como un excelente servicio al cliente, Tres Sesenta Design ganó gradualmente la confianza y el reconocimiento del público. Hoy en día, la reputación de la empresa se basa en su

dedicación a la excelencia y en la satisfacción de sus clientes, quienes eligen confiar en Tres Sesenta Design para sus necesidades de publicidad y litografía.

Actualmente, Manuela es ampliamente reconocida en su campo por su excelencia y creatividad. Tres Sesenta Design ha cosechado el reconocimiento de importantes clientes, entre ellos la Universidad de Antioquia y productos el Caribe, quienes confían en la habilidad de Manuela para transmitir sus mensajes de manera impactante y efectiva.

El humilde comienzo de Tres Sesenta Design en una de las emblemáticas calles del centro de Medellín es ahora un testimonio del éxito y el crecimiento de la empresa. Lo que comenzó como un pequeño local ha evolucionado hasta convertirse en un establecimiento de dos pisos ubicado en la calle más famosa del centro de Medellín, la calle Bombona, conocida por su actividad en el ámbito de la publicidad y la litografía.

El viaje de Manuela Cardona Duque y su empresa, Tres Sesenta Design, es un testimonio inspirador de cómo la pasión, la perseverancia y la determinación pueden convertir los desafíos en oportunidades y llevar a alcanzar grandes logros en el mundo empresarial.

Fuente: Elaboración propia

## 2. Empresa Objeto de la Práctica

### 2.1 Objeto Social

La prestación de servicios relacionados con la litografía y publicidad, ofreciendo soluciones integrales en la producción y diseño de material gráfico impreso y digital, dirigido tanto a empresas como a particulares, dentro de su objeto social se incluye la impresión de materiales publicitarios tales como folletos, volantes, catálogos, revistas, empaques, papelería comercial y cualquier otro tipo de producto gráfico, utilizando tecnología de litografía y técnicas modernas de impresión digital.

Adicionalmente, la empresa desarrollará estrategias de publicidad y mercadeo, abarcando la creación, diseño y ejecución de campañas publicitarias a través de medios impresos, digitales y audiovisuales. También se enfocará en la gestión y comercialización de productos y servicios relacionados con la publicidad exterior, como la impresión de vallas, y señalización.

### **Código CIU**

1812 Actividades de servicios relacionados con la impresión

### 2.2 Misión

*“En Tres Sesenta Design nos comprometemos a ofrecer soluciones de litografía y publicidad de calidad excepcional que superen las expectativas de nuestros clientes, con un enfoque centrado en la creatividad, la innovación y la excelencia técnica, nos esforzamos por ser líderes en nuestro sector, proporcionando resultados que inspiren, comuniquen y dejen una impresión perdurable en cada proyecto que abordamos, trabajamos en estrecha colaboración con nuestros clientes para entender sus necesidades y objetivos, brindando un servicio personalizado y resultados que generen un impacto positivo en sus audiencias.”*

Fuente <https://tressesentadesign.com/>

## 2.3 Visión

*“En Tres Sesenta Design es ser reconocidos como la principal referencia en litografía y publicidad, tanto a nivel local como internacional, buscamos ser el socio preferido de empresas y marcas que valoran la calidad, la creatividad y la eficiencia en la materialización de sus ideas, nos esforzamos por ser pioneros en la aplicación de tecnologías innovadoras y prácticas sostenibles en nuestro proceso de producción, contribuyendo así al desarrollo de una industria más responsable con el medio ambiente, aspiramos a ser una empresa que inspire a otros a través de nuestro compromiso con la excelencia, la integridad y el servicio al cliente, generando un impacto positivo en la sociedad y en el mundo en general .”*

Fuente <https://tressesentadesign.com/>

## 2.4 Valores Corporativos

**Excelencia:** Buscar la mejora continua y la superación de los estándares existentes en todos los aspectos del negocio.

**Responsabilidad Social y Ambiental:** Asumir la responsabilidad de impactar positivamente en la sociedad y el medio ambiente a través de prácticas sostenibles y contribuciones a la comunidad.

**Calidad:** Compromiso con la excelencia en productos y servicios, garantizando altos estándares de calidad en todo lo que se hace.

**Integridad:** Actuar con honestidad, transparencia y ética en todas las interacciones, tanto internas como externas.

**Trabajo en Equipo:** Promover la colaboración, el respeto y la comunicación efectiva entre los empleados para alcanzar metas comunes.

**Innovación:** Fomentar la creatividad y la búsqueda constante de nuevas ideas y soluciones para mejorar y adaptarse al cambiante entorno empresarial.

Fuente Elaboración propia

## 2.5 Objetivos Estratégicos

**Fidelización del cliente:** Proceso por el cual una empresa crea relaciones sólidas y duraderas con sus clientes, generando confianza y lealtad, de modo que estos continúen comprando o usando los productos o servicios a lo largo del tiempo.

**Satisfacción del cliente:** Medida del grado en que los productos o servicios de una empresa cumplen o superan las expectativas del cliente, una alta satisfacción es clave para la retención de clientes y la fidelización.

**Expansión a nuevos mercados:** Estrategia de crecimiento de una empresa que implica ingresar a mercados geográficos, demográficos o sectoriales donde aún no tiene presencia., esto puede implicar adaptar productos o servicios a las necesidades de nuevas audiencias, ampliando así la base de clientes y aumentando el alcance de la marca.

**Mejora de la calidad y eficiencia operativa:** Conjunto de iniciativas orientadas a optimizar los procesos internos de una empresa, con el fin de ofrecer productos o servicios de mayor calidad mientras se reducen los costos y se maximizan los recursos.

**Fortalecimiento de la marca y la reputación:** Estrategia que busca mejorar la percepción que los consumidores tienen de una marca a través de acciones coherentes, tanto en la calidad del producto como en la comunicación y el servicio al cliente, el fortalecimiento de la marca involucra una combinación de marketing, responsabilidad social y experiencias positivas que construyen una imagen sólida y confiable en el mercado.

Fuente Elaboración propia

## 2.6 Rol Comercial

### 1. Servicios de Litografía

#### 1.1. Impresiones

**Tarjetas de Presentación:** Diseño personalizado, diferentes tipos de papel y acabados especiales.

**Volantes y Flyers:** Impresión a color en diferentes tamaños y gramajes de papel.

**Catálogos:** Producción de catálogos y folletos con acabados profesionales.

**Papelería Corporativa:** Sobres, hojas membretadas, carpetas corporativas.

#### 1.2. Impresión Digital

**Impresión de Grandes Formatos:** Banners, roll-ups, y pendones en diferentes materiales

**Etiquetas y Stickers:** Impresión de etiquetas adhesivas personalizadas para productos, en diferentes formas y tamaños.

**Impresión Rápida de Documentos:** Servicios de impresión digital para documentos urgentes, tarjetas de invitación, postales.

## 2. Servicios de Publicidad

### 2.1. Diseño Gráfico

**Identidad Corporativa:** Desarrollo de logotipos, manuales de identidad, y material gráfico corporativo.

**Diseño de Campañas Publicitarias:** Creación de campañas gráficas para medios impresos y digitales.

### 2.2. Marketing Digital

**Gestión de Redes Sociales:** Creación y administración de contenidos para redes sociales.

**Publicidad en Línea:** Desarrollo de anuncios gráficos y campañas.

Tabla 1. Tipos de clientes

Segmento	Características Principales	Servicios/Productos de Interés	Estrategia
<b>Empresas grandes</b>	Empresas con alto volumen de necesidades gráficas y publicitarias, contratos anuales o proyectos grandes.	Impresión offset, brochures y catálogos.	Servicio personalizado, gestión de cuentas, descuentos por volumen y seguimiento constante de proyectos.
<b>Pymes</b>	Pequeñas y medianas empresas	Volantes, tarjetas de presentación,	Ofertas especiales, asesoramiento en

	con proyectos de menor escala.	papelería Corporativa.	diseño, flexibilidad en plazos y volúmenes de producción.
<b>Emprendedores</b>	Nuevos negocios o startups con necesidades iniciales de branding y publicidad.	Identidad corporativa, tarjetas de presentación.	Paquetes promocionales, facilidades de pago, asesoramiento completo en identidad de marca y marketing.
<b>Clientes Individuales</b>	Personas con necesidades personales de impresión o proyectos pequeños, como invitaciones, recuerdos, o personalización de artículos.	Invitaciones, stickers, productos 3D, impresión de documentos.	Servicios rápidos, precios accesibles, atención personalizada, promociones por temporada

Fuente: Elaboración propia

Proporciona servicios de diseño gráfico profesional para la creación de materiales publicitarios, como folletos, carteles, banners, logotipos, y otros elementos visuales que ayuden a promover la marca y los productos de los clientes.

Ofrece servicios de litografía para la producción de impresiones de calidad superior, así como acabados especiales como laminados, barnizados, troquelados, entre otros, para agregar un toque distintivo a los materiales impresos.

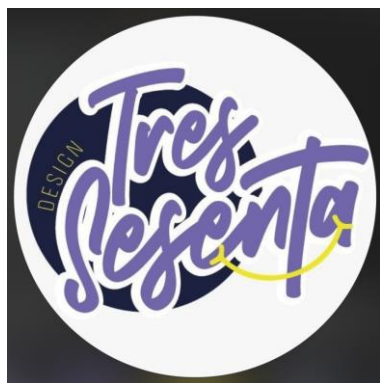
Brinda asesoramiento y consultoría en materia de marketing y publicidad, ayudando a los clientes a desarrollar estrategias efectivas para promocionar sus productos o servicios de manera impactante y atractiva.

Ofrece servicios de gestión de proyectos integrales, desde la conceptualización y el diseño hasta la producción e implementación, asegurando un proceso fluido y sin problemas para los clientes.

Fuente: Elaboración propia

### 3. Agencia Objeto de la Práctica

Ilustración Nro. 1. Logo



Fuente: <https://tressesentadesign.com/>

#### 3.1 Cargo Desempeñado

Aprendiz en el área de marketing digital

#### 3.2 Perfil del Cargo

##### **Formación:**

Formación universitaria en áreas relacionadas con marketing, publicidad, comunicación, o negocios internacionales.

##### **Conocimientos:**

Comprensión de estrategias de marketing digital, incluyendo campañas en redes sociales, publicidad online, email marketing, y marketing de contenidos.

Experiencia en el uso de herramientas como *Google Analytics* y otras plataformas de analítica para medir el rendimiento de campañas y sitios web.

Conocimientos en análisis de datos, herramientas digitales, comprensión de estrategias de marketing en línea,

Conocimiento de la gestión de cuentas de redes sociales, incluyendo planificación de contenido, gestión de comunidades, y análisis de rendimiento.

Dominio de plataformas de publicidad como Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads.

### **Habilidades blandas**

**Comunicación efectiva:** Capacidad para transmitir información, ideas y emociones de manera clara y comprensible, utilizando tanto la comunicación verbal como la no verbal.

**Pensamiento analítico:** Habilidad para descomponer problemas complejos en partes más manejables, evaluar información y datos de manera crítica, y llegar a conclusiones lógicas y fundamentadas.

**Creatividad:** Capacidad para generar ideas originales y soluciones innovadoras ante desafíos o situaciones, implica pensar de manera no convencional y utilizar la imaginación para encontrar nuevas formas de abordar problemas y mejorar procesos.

**Adaptabilidad:** Habilidad para ajustarse a cambios y nuevas circunstancias de manera ágil y efectiva. Implica ser flexible en el pensamiento y en la acción, así como la disposición para aprender y crecer en entornos en constante evolución.

**Gestión del tiempo:** Capacidad para planificar y organizar las tareas de manera efectiva, priorizando actividades y estableciendo plazos realistas.

**Orientación al cliente:** Habilidad para comprender y anticipar las necesidades y expectativas de los clientes, proporcionando un servicio excepcional que genere satisfacción y lealtad, implica ser proactivo en la resolución de problemas y en la búsqueda de soluciones que beneficien al cliente.

### **Habilidades Técnicas**

**Herramientas de Analítica y Monitoreo:** Software y plataformas que permiten recopilar, medir y analizar datos sobre el comportamiento de los usuarios en un sitio web o en campañas digitales, estas herramientas ayudan a evaluar el rendimiento de las estrategias de marketing, identificar tendencias y comportamientos.

**Herramientas de Publicidad Digital:** Plataformas y aplicaciones diseñadas para crear, gestionar y optimizar campañas publicitarias en línea, estas herramientas permiten a las empresas segmentar audiencias, establecer presupuestos, y medir el rendimiento de los anuncios en tiempo real, estas herramientas son *Google Ads*, *Facebook Ads* y *Tiktok*.

**Herramientas de Automatización de Marketing:** Software que permite automatizar tareas de marketing repetitivas, como el envío de correos electrónicos, la gestión de campañas en redes sociales y la segmentación de clientes, estas herramientas mejoran la eficiencia y permiten personalizar las interacciones con los clientes a gran escala.

**Sistemas de Gestión de Contenidos:** Plataformas que facilitan la creación, edición y gestión de contenido digital, sin necesidad de conocimientos técnicos avanzados.

### 3.3 Objetivo del Cargo

Desarrollar e implementar estrategias efectivas de marketing digital y tradicional para promover los servicios de agencia Tres Sesenta Design, aumentando la visibilidad de la marca, generando leads cualificados y contribuyendo al crecimiento y éxito del negocio.

### 3.4 Funciones para Realizar

**Investigación de mercado:** La investigación de mercado implica analizar las tendencias del sector, las necesidades de los consumidores y el comportamiento de la competencia, se utiliza herramientas como encuestas, grupos focales y análisis de datos para obtener información valiosa que nos ayude a tomar decisiones informadas sobre nuestros productos y estrategias de marketing.

**Gestión de redes sociales:** La gestión de redes sociales consiste en crear y mantener nuestra presencia en plataformas como Facebook, Instagram y Tiktok, esto incluye publicar contenido relevante, interactuar con nuestra audiencia, gestionar comentarios y mensajes, y monitorear las menciones de la marca.

**Creación de contenido:** La creación de contenido es el proceso de desarrollar materiales atractivos y valiosos que se alineen con los intereses de la audiencia, esto incluye artículos de blog, videos, infografías y publicaciones en redes sociales.

**Publicidad en línea:** La publicidad en línea se refiere a utilizar plataformas digitales para promover nuestros productos o servicios a través de anuncios pagados, esto incluye campañas en *Google Ads*, anuncios en redes sociales, se enfoca en segmentar adecuadamente las audiencias para maximizar el alcance y la efectividad de las campañas.

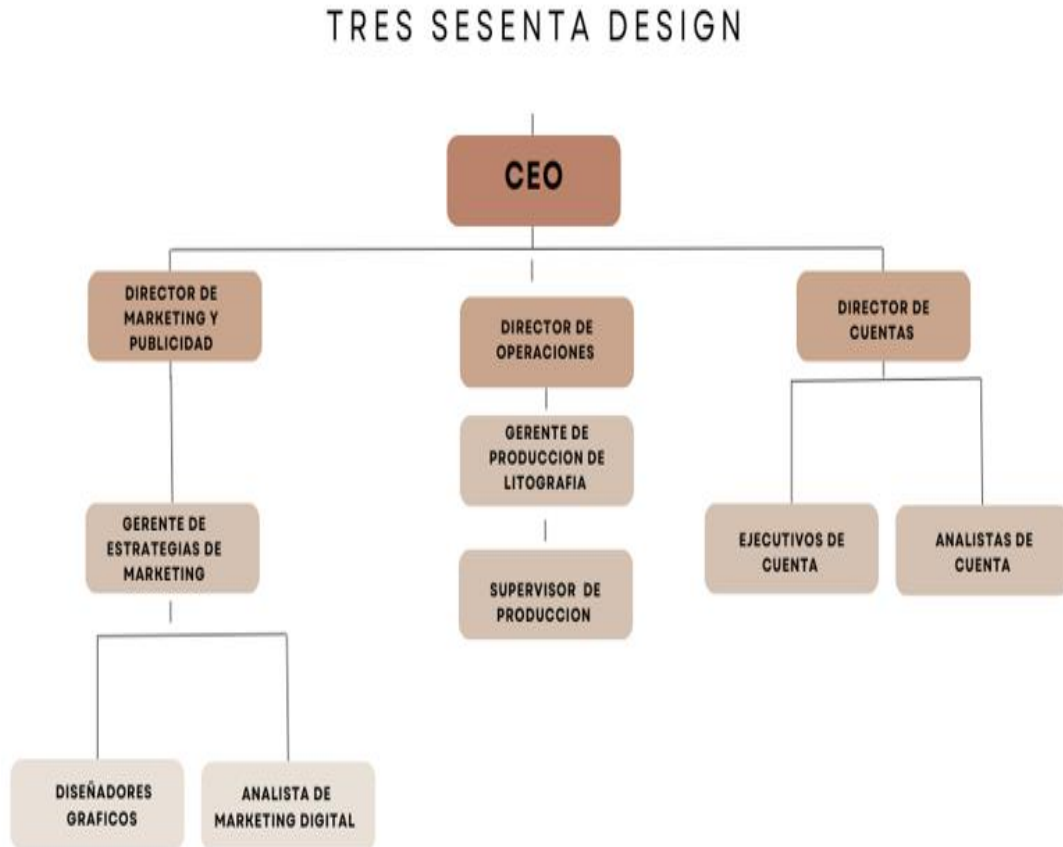
**Analítica y reportes:** La analítica es crucial en marketing digital, ya que me permite medir el rendimiento de las estrategias y entender el comportamiento de los usuarios, utilizando herramientas como *Google Analytics* para recopilar datos sobre el tráfico del sitio web, las tasas de conversión y otras métricas clave.

**Generación de leads:** Se trata de atraer y convertir visitantes en contactos interesados que podamos nutrir y convertir en clientes.

**Generación de informes mensuales:** Estos informes incluyen métricas clave, análisis de campañas, y recomendaciones basadas en los resultados.

### 3.5 Relación con otros Cargos

Ilustración Nro. 2. Estructura Organizacional



Fuente: Elaboración propia

El practicante en el rol de Analista de marketing digital está integrado en el departamento de marketing, donde trabaja directamente con el equipo de marketing digital, el principal supervisor es el gerente de marketing digital, quien asigna tareas y guía el desarrollo profesional.

En el día a día, el practicante contribuye a la gestión de campañas publicitarias, el análisis de datos de rendimiento, la optimización para motores de búsqueda y la publicidad en buscadores, también, apoya en la ejecución de estrategias en redes sociales y campañas

### 3.6 Herramientas y Equipos para la Ejecución del Cargo

Para ejecutar eficazmente mi cargo en marketing digital, cuento con una variedad de herramientas y equipos especializados, tales como, equipos informáticos como un computador portátil, un escritorio y un dispositivo móvil para llevar a cabo tareas diarias como la creación de contenido, el análisis de datos y la gestión de campañas en línea.

Herramientas de diseño gráfico como *Adobe Photoshop*, *Illustrator* y *Canva* son esenciales para la creación de gráficos, imágenes y contenido visual para redes sociales, sitios web y campañas de marketing digital.

Se evidencian herramientas de análisis web como *Google Analytics* y *Adobe Analytics* proporcionan datos detallados sobre el tráfico del sitio web, el comportamiento del usuario y las conversiones, lo que permite tomar decisiones informadas sobre las estrategias de marketing digital.

Para la publicidad en línea me dieron plataformas como *Google Ads*, *Facebook Ads*, *LinkedIn Ads* y *Twitter Ads* para configurar y administrar campañas publicitarias en línea, y alcanzar a audiencias específicas a través de diferentes canales digitales.

Fuente: Elaboración propia

### 3.7 Condiciones de Trabajo

La empresa Tres Sesenta Design se caracteriza por promover una cultura de trabajo positiva, donde se fomenta el respeto, la colaboración, la innovación y el apoyo mutuo entre los miembros del equipo, esto crea un ambiente donde se valoren las ideas y se promueva el trabajo en equipo para alcanzar los objetivos de la empresa.

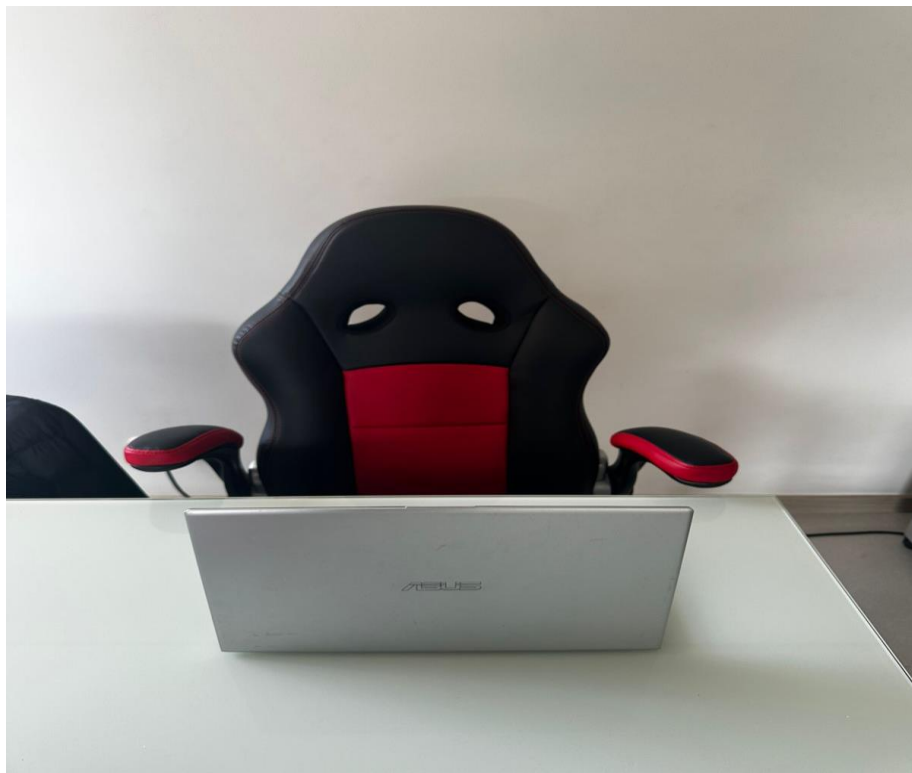
Además, cuenta con espacios de trabajo cómodos y estimulantes para el bienestar de nosotros, tales como, un ambiente físico que está bien diseñado y equipado, también está muy bien iluminado y con un excelente aseo.

Algo para resaltar de Tres Sesenta Design es que ofrecer flexibilidad en los horarios de trabajo, opciones de trabajo remoto y días libres

Mi tipo de contrato es de aprendizaje, lo cual me permite adquirir experiencia laboral mientras desarrollo mis habilidades profesionales, este contrato incluye un auxilio de transporte, lo que facilita mi desplazamiento hacia la empresa cuando es necesario, trabajo en una modalidad híbrida, combinando días presenciales y remotos, lo que me brinda flexibilidad y un equilibrio en mi rutina. y mis horarios son de lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 5:00 p.m., lo que me permite mantener una estructura y organizar mis actividades de manera óptima.

Y por último tienen una comunicación clara, abierta y transparente entre la dirección y nosotros los empleados, esto crea un ambiente laboral bueno, sin miedo al tener una idea y manifestarla.

*Ilustración Nro. 3 Puesto de Trabajo*



Fuente: Elaboración propia

## 3.8 Entrenamiento

Tabla 2. Nombre: Entrenamiento

<b>ASPECTOS</b>	<b>DETALLES</b>
<b>Duración de entrenamiento</b>	Aproximadamente una semana y media
<b>Responsable de la capacitación</b>	Manuela Cardona, dueña y CEO de la empresa
<b>Contenido de la capacitación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias de contenido</li> <li>• Publicidad en línea</li> <li>• Análisis de datos</li> <li>• Gestión de redes sociales</li> </ul>
<b>Habilidades aprendidas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de contenido digital atractivo y efectivo.</li> <li>• Uso de herramientas de diseño gráfico y software de edición de video para producir materiales visuales de alta calidad.</li> </ul>
<b>Publicidad en línea</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos sobre plataformas como Google Ads, Facebook Ads y LinkedIn Ads.</li> <li>• Configuración y gestión de campañas publicitarias efectivas para audiencias específicas.</li> </ul>
<b>Análisis de datos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso de herramientas como</li> </ul>

	<p>Google Analytics para rastrear el rendimiento de las estrategias de marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtención de información valiosa sobre el comportamiento del usuario.</li> </ul>
<b>Gestión de redes sociales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación y programación de publicaciones.</li> <li>• Interacción con seguidores.</li> <li>• Análisis de métricas de rendimiento en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok.</li> </ul>

El entrenamiento duró aproximadamente una semana y media, tuve una serie de capacitaciones específicas en marketing digital para prepararme para mi puesto, la encargada de esta capacitación fue la dueña y CEO Manuela Cardona Duque. Durante estas capacitaciones, adquirí una comprensión profunda de los diferentes aspectos del marketing digital, incluyendo estrategias de contenido, publicidad en línea, análisis de datos y gestión de redes sociales.

Los primeros días mejoré mis habilidades en la creación de contenido digital atractivo y efectivo, aprendiendo a utilizar herramientas de diseño gráfico y software de edición de video para producir materiales visuales de alta calidad, también, adquirí nuevos conocimientos sobre las diferentes plataformas de publicidad en línea, como *Google Ads*, *Facebook Ads* y *LinkedIn Ads*, y he aprendido a configurar y gestionar campañas publicitarias efectivas para alcanzar a audiencias específicas y aumentar la visibilidad de la empresa.

Cada día de la capacitación iba mejorando, aprendí habilidades en análisis de datos, utilizando herramientas como *Google Analytics* para rastrear el rendimiento de las estrategias de marketing digital y obtener información valiosa sobre el comportamiento del usuario y las conversiones.

Además, he recibido capacitación en gestión de redes sociales, aprendiendo a crear y programar publicaciones, interactuar con seguidores y analizar métricas de rendimiento en plataformas como *Facebook*, *Instagram* y *Tiktok*.

Fuente Elaboración propia

### 3.9 Competencias

**Conocimientos técnicos:** Capacidad para utilizar herramientas y plataformas digitales relevantes para el marketing digital, como *Google Analytics*, *Google Ads*, *Facebook Ads*, herramientas de automatización de marketing, entre otros.

**Análisis de datos:** Habilidad para recopilar, interpretar y analizar datos relacionados con el rendimiento de las campañas de marketing digital, y utilizar esta información para tomar decisiones informadas y optimizar estrategias.

**Creatividad:** Capacidad para generar ideas innovadoras y creativas para campañas publicitarias y contenido digital, con el fin de captar la atención del público objetivo y diferenciar la marca en un entorno competitivo.

**Pensamiento estratégico:** Habilidad para desarrollar estrategias de marketing digital sólidas que estén alineadas con los objetivos comerciales de la empresa y que generen resultados medibles y significativos.

**Comprensión del cliente:** Capacidad para comprender las necesidades, deseos y comportamientos del público objetivo, y utilizar esta comprensión para segmentar audiencias, personalizar mensajes y mejorar la experiencia del cliente.

**Comunicación efectiva:** Habilidad para comunicarse de manera clara y persuasiva, tanto verbalmente como por escrito, con colegas, clientes y otros *Stakeholders* (*grupos de interés*), y trabajar de manera colaborativa en equipos multidisciplinarios.

**Orientación a resultados:** Mentalidad orientada a resultados, con un enfoque en la consecución de los objetivos de marketing establecidos y la generación de un retorno positivo de la inversión en actividades de marketing digital.

fuelle Elaboración propia

### 3.10 Responsabilidades

Las actividades primordiales del practicante incluyen la gestión de campañas publicitarias, el análisis de datos, la optimización y la ejecución de estrategias en redes sociales y email marketing.

Si el practicante no gestiona adecuadamente las campañas publicitarias en plataformas como *Google Ads* o *Facebook Ads*, la empresa podría gastar recursos en anuncios ineficaces, lo que resultaría en un bajo retorno de inversión (ROI), la falta de optimización en estas campañas puede hacer que la empresa pierda oportunidades clave para captar nuevos clientes, afectando directamente los ingresos y el crecimiento del negocio.

La gestión de campañas publicitarias en plataformas digitales como *Google Ads*, *Facebook Ads* y *LinkedIn Ads*. Esto implica planificar, configurar y optimizar campañas para

aumentar la visibilidad de la marca, generar leads cualificados y aumentar las conversiones

Analizar datos y métricas relacionadas con el rendimiento de las campañas. Esto implica recopilar y analizar datos utilizando herramientas como *Google Analytics* para obtener información valiosa sobre el comportamiento del usuario

Optimización continua de contenido y estrategias, utilizando los datos recopilados, mejora la segmentación de audiencias, optimiza el contenido

### 3.11 Deberes

Cumplir con las tareas asignadas, realizar todas las actividades y proyectos asignados de manera oportuna y con atención al detalle.

Ser puntual y confiable, llegar al trabajo a tiempo y cumplir con los horarios establecidos.

Seguir las políticas y procedimientos de la empresa, conocer y adherirse a todas las políticas y regulaciones de la empresa, incluyendo cuestiones de seguridad, calidad y ética laboral.

Mantener un alto nivel de profesionalismo, actuar con integridad, ética y respeto hacia todos los compañeros de trabajo, clientes y partes interesadas

El practicante, aunque no tenga entre sus responsabilidades principales participar en reuniones creativas y de estrategia, puede asistir a estas para aprender sobre el proceso creativo y estratégico de la empresa, también, puede realizar investigaciones sobre nuevas tendencias en marketing digital o analizar las estrategias de la competencia, esto es clave para ajustar las estrategias de la empresa y mantener su competitividad en el mercado.

También puede colaborar en la gestión de relaciones con *influencers* o colaboradores externos, adquiriendo experiencia en negociación y coordinación, lo que es crucial para campañas promocionales efectivas.

### 3.12 Riesgos del Cargo

El desarrollo de las actividades de marketing digital de manera poco profesional o deficiente puede acarrear graves consecuencias para una empresa, impactando tanto su imagen como su rentabilidad, una de las principales consecuencias es la pérdida de clientes, si las estrategias de marketing digital no están bien diseñadas o ejecutadas, los clientes existentes podrían perder el interés en los productos o servicios ofrecidos, y optar por explorar alternativas más atractivas y mejor gestionadas por la competencia, en un mercado altamente competitivo, mantener la atención y el compromiso de los clientes es fundamental, y cualquier error o falta de profesionalismo puede facilitar que los competidores se aprovechen de esa debilidad.

Además, una estrategia mal ejecutada no solo tiene el potencial de alejar a los clientes actuales, sino que también puede impedir la captación de nuevos, en el mundo digital, las primeras impresiones cuentan mucho, y un mal manejo de campañas publicitarias, contenido irrelevante o de baja calidad, o una mala gestión de las redes sociales pueden disuadir a potenciales clientes de interactuar con la marca, lo que resulta en la pérdida de oportunidades valiosas de crecimiento.

Otro riesgo significativo es el relacionado con las multas y sanciones legales, el incumplimiento de las normativas y regulaciones vinculadas al marketing digital puede traer consecuencias severas para una empresa, normas como las relacionadas con la privacidad de los

datos, la publicidad engañosa o el uso de prácticas de spam están estrictamente reguladas por las autoridades, el incumplimiento de estas normativas puede llevar a multas significativas, sanciones y, en algunos casos, incluso la suspensión temporal o permanente de ciertas actividades comerciales, lo que tendría un impacto devastador en la reputación y sostenibilidad de la empresa.

En un entorno donde la protección de los datos es una prioridad creciente, el manejo inadecuado de información confidencial se convierte en un riesgo especialmente delicado, la filtración de datos personales de clientes o el uso no autorizado de dicha información no solo expone a la empresa a sanciones legales y multas, sino que también puede dañar irreversiblemente su reputación, los clientes confían en las empresas para salvaguardar su información, y cualquier violación a esa confianza puede resultar en la pérdida de la lealtad del cliente, daños significativos a la imagen pública de la empresa, y una pérdida de ventas a largo plazo.

Además, la falta de profesionalismo en el seguimiento de los clientes, una pieza clave en cualquier estrategia de marketing digital, puede tener repercusiones a nivel operativo, no seguir adecuadamente a los clientes y no responder a sus solicitudes o inquietudes de manera oportuna puede generar retrasos en la entrega de productos o servicios, lo que no solo afecta la experiencia del cliente, sino que también puede provocar la pérdida de ventas futuras, la insatisfacción del cliente no solo se traduce en una menor lealtad y menos referencias positivas, sino que puede tener un impacto directo en la reducción de los ingresos potenciales a mediano y largo plazo.

Asimismo, la falta de un enfoque proactivo en la gestión de la reputación digital de la empresa puede tener consecuencias graves, hoy en día, los clientes no solo compran productos o

servicios, sino que también buscan marcas que compartan sus valores y se comprometan con la ética y la transparencia, cualquier desliz, ya sea por falta de cumplimiento de normativas o por un mal manejo de los datos, puede viralizarse rápidamente en las redes sociales, afectando gravemente la percepción pública de la marca y alejando a clientes y socios potenciales.

En decir, el desarrollo de las actividades de marketing digital de manera deficiente no solo trae consigo consecuencias inmediatas, como la pérdida de clientes o multas, sino que también genera una serie de problemas secundarios que pueden afectar tanto a corto como a largo plazo, desde la erosión de la confianza del cliente hasta el daño a la reputación y las oportunidades de crecimiento perdidas, los impactos negativos de una mala ejecución en marketing digital se sienten en múltiples niveles dentro de la organización, por lo tanto, es esencial no solo implementar las estrategias adecuadas, sino también asegurarse de que estas se lleven a cabo con el más alto nivel de profesionalismo y atención al detalle.

## 4. Características de la Prácticas

### 4.1 Justificación

Realizar mis prácticas como analista de marketing digital en Tres Sesenta Design, una empresa colombiana reconocida por su especialización en litografía y publicidad, ha sido una experiencia profundamente enriquecedora, que me ha brindado una perspectiva única sobre la importancia de las prácticas empresariales en el mundo laboral actual, este período ha sido un viaje de aprendizaje continuo, en el que he tenido la oportunidad de sumergirme en un entorno profesional real, adquiriendo conocimientos valiosos y desarrollando habilidades fundamentales que serán de gran utilidad en mi carrera futura.

Desde mi llegada a Tres Sesenta Design, pude observar y comprender cómo cada una de las prácticas empresariales implementadas juega un papel crucial en el funcionamiento eficiente de la empresa. Cada área, cada proceso, y cada tarea están meticulosamente alineados con los objetivos estratégicos de la organización, creando un flujo de trabajo armónico que garantiza el éxito de las operaciones, entender este campo empresarial desde adentro me permitió ver cómo las decisiones, grandes y pequeñas, impactan el rendimiento general de la compañía, esta visión integral no sólo me ha enriquecido como profesional, sino que también ha sido vital para mi desarrollo personal, dándome una comprensión más profunda del mundo empresarial.

Una de las lecciones más valiosas que he aprendido es la interconexión entre los diferentes departamentos de Tres Sesenta Design. Desde el proceso de producción litográfica, que es fundamental para la creación de productos impresos de alta calidad, hasta la conceptualización y ejecución de estrategias publicitarias innovadoras, he sido testigo de cómo cada área de la empresa trabaja en conjunto para alcanzar los objetivos establecidos, este enfoque

colaborativo no sólo optimiza el flujo de trabajo, sino que también crea un ambiente de apoyo mutuo y creatividad compartida, haber podido observar de cerca este tipo de sinergia me ayudó a entender que el éxito de una organización depende, en gran medida, de la capacidad de sus equipos para trabajar de manera cohesionada y coordinada.

Durante mi estancia, pude desarrollar una amplia gama de habilidades técnicas y blandas que han sido esenciales para mi desempeño como analista de marketing digital en el ámbito técnico, logré dominar diversas herramientas digitales y plataformas de análisis de datos que me permitieron medir el impacto de nuestras estrategias, optimizar campañas y tomar decisiones basadas en métricas precisas. Desde *Google Analytics* hasta plataformas como *Hootsuite* y herramientas de *SEO*, adquirí un conocimiento profundo sobre cómo utilizar estos recursos de manera efectiva para maximizar resultados, estas habilidades técnicas no solo han sido valiosas para mi desempeño diario, sino que también me han brindado una ventaja competitiva en un mercado laboral donde la competencia es feroz y el dominio de la tecnología es crucial.

También tuve la oportunidad de mejorar mis habilidades blandas, que son igualmente importantes en el ámbito profesional, la constante interacción con diferentes equipos me enseñó a expresar mis ideas con claridad y confianza, a escuchar activamente las opiniones de los demás y a recibir retroalimentación de manera constructiva, estas habilidades de comunicación no solo han sido esenciales para la realización de proyectos exitosos, sino que también me han permitido fortalecer mis relaciones laborales y desarrollar una red profesional sólida, además, trabajar en un entorno de equipo me ayudó a entender la importancia del respeto mutuo, la empatía y la capacidad de colaborar eficazmente con personas de diferentes antecedentes y especializaciones.

El entorno empresarial de Tres Sesenta Design también me enseñó la importancia de ser

flexible y adaptable, en una industria en constante cambio como la publicidad y el marketing digital, las tendencias del mercado y las tecnologías evolucionan rápidamente, y la capacidad de ajustarse a estos cambios es fundamental para mantenerse competitivo, durante mis prácticas, tuve que adaptarme rápidamente a nuevas herramientas, enfoques y demandas del cliente, lo que me permitió desarrollar una mayor capacidad para gestionar la incertidumbre y enfrentar los desafíos de manera efectiva, esta flexibilidad ha sido una de las lecciones más valiosas que he aprendido y que estoy seguro será de gran utilidad en cualquier etapa futura de mi carrera.

Uno de los aspectos más destacados de mi tiempo en Tres Sesenta Design fue la cultura de mejora continua que impregna cada rincón de la empresa, desde participar en reuniones estratégicas hasta asistir a talleres y capacitaciones, tuve la oportunidad de mantenerme al día con las últimas tendencias y mejores prácticas en marketing digital, esta actitud de aprendizaje constante no solo beneficia a la empresa al permitirle mantenerse a la vanguardia en un mercado en constante evolución, sino que también ha sido clave para mi propio desarrollo profesional. A través de estas experiencias, he podido refinar mis habilidades, descubrir nuevas áreas de interés y perfeccionar mi enfoque hacia el marketing digital.

El trabajo en equipo ha sido una parte fundamental de mi experiencia en Tres Sesenta Design, colaborar estrechamente con el equipo creativo, los gerentes de cuentas y otros departamentos me ha permitido no solo aprender de ellos, sino también contribuir con mis ideas y perspectivas, la colaboración fluida y productiva dentro de la empresa no solo mejora la calidad de nuestro trabajo, sino que también crea un sentido de pertenencia y comunidad que hace que el entorno laboral sea agradable y motivador, el apoyo mutuo y la confianza en las capacidades de cada miembro del equipo han sido factores clave para la creación de un ambiente de trabajo gratificante y enriquecedor.

La innovación es otro aspecto fundamental de la cultura en Tres Sesenta Design, la empresa está en constante búsqueda de nuevas ideas y enfoques creativos para sus campañas publicitarias y estrategias de marketing digital, como analista de marketing digital, tuve la oportunidad de participar activamente en este proceso creativo, aportando ideas frescas e innovadoras que ayudaron a diferenciar a la empresa en un mercado altamente competitivo, esta libertad para experimentar y proponer soluciones innovadoras me permitió desarrollar mi creatividad y pensar fuera de lo convencional, lo que ha sido extremadamente gratificante.

Además, uno de los pilares clave de Tres Sesenta Design es la satisfacción del cliente, y mis prácticas empresariales jugaron un papel crucial en garantizar que los clientes quedarán completamente satisfechos con los servicios ofrecido, entender las necesidades y expectativas de los clientes, trabajar para superar sus expectativas y construir relaciones duraderas fueron objetivos fundamentales en cada uno de los proyectos en los que participé, esta experiencia me enseñó la importancia de la atención al cliente en el éxito a largo plazo de una empresa, ya que la satisfacción y lealtad del cliente son esenciales para el crecimiento sostenible y la expansión futura.

En resumen, hacer mis prácticas en Tres Sesenta Design ha sido una experiencia invaluable que me ha proporcionado una visión integral de cómo funciona el mundo empresarial, me he sumergido de lleno en cada aspecto de la empresa, desde la producción litográfica hasta la creación de estrategias publicitarias, y he aprendido lecciones que van mucho más allá de los libros de texto, además de las habilidades técnicas que he adquirido, he desarrollado una serie de competencias blandas, como la comunicación efectiva, la adaptabilidad, la creatividad y el trabajo en equipo, que serán de gran utilidad en cualquier puesto que ocupe en el futuro.

Estas prácticas no solo me han preparado para enfrentar los desafíos del mundo laboral, sino que también me han dado la confianza necesaria para seguir creciendo y desarrollándome como profesional.

## 4.2 Objetivo General

Desarrollar e implementar estrategias efectivas de marketing digital y tradicional para promover los servicios de agencia Tres Sesenta Design, aumentando la visibilidad de la marca, generando leads cualificados, contribuyendo al crecimiento y éxito del negocio.

**Específico (*Specific*):** El practicante de analista de marketing digital se enfocará en analizar, desarrollar y presentar estrategias de marketing digital y tradicional en la agencia Tres Sesenta Design, con el objetivo de optimizar el rendimiento de las campañas y aumentar la visibilidad de la marca.

**Medible (*Measurable*):** El éxito del practicante de analista de marketing digital, se medirá a través de indicadores clave de rendimiento, como el incremento en la tasa de conversión del 10%, el aumento del tráfico web en un 15%, y la mejora del *engagement* en redes sociales en un 20% durante el período de práctica.

**Alcanzable (*Achievable*):** El practicante de analista de marketing digital contará con las herramientas y recursos necesarios, incluyendo acceso a plataformas de análisis de datos, supervisión constante por parte del gerente de marketing digital de la empresa Tres Sesenta Design, y capacitación específica para la implementación de estas estrategias.

**Relevante (*Relevant*):** El practicante de analista de marketing digital, apoyará la búsqueda y la generación de soluciones innovadoras y efectivas en marketing digital y tradicional, contribuyendo directamente al crecimiento y posicionamiento de Tres Sesenta Design en el mercado.

**Temporal (*Time*):** El practicante de analista de marketing digital prestará sus servicios para Tres Sesenta Design por el período de la práctica, establecido en seis meses, con revisiones mensuales para evaluar el progreso y realizar ajustes necesarios.

### 4.3 Objetivos Específicos

- Identificar las tendencias actuales y las necesidades del público objetivo mediante la realización de encuestas en línea y análisis de datos de comportamiento en redes sociales, orientado a construir la investigación de mercado, para la empresa Tres Sesenta Design para un periodo de seis (6) meses.
- Incrementar la interacción y el compromiso de los usuarios de las plataformas de redes sociales de Tres Sesenta Design durante los próximos seis meses, mediante la implementación de un calendario de publicaciones estratégicas y campañas de *engagement* específicas.
- Desarrollar y publicar semanalmente contenido relevante y atractivo que incremente el tráfico web: Tres Sesenta Design, utilizando estrategias de contenido basadas en las preferencias y comportamientos del público objetivo.
- Aumentar la tasa de conversión de las campañas de publicidad en línea para Tres Sesenta

Design, mediante la optimización de anuncios y la segmentación del público en plataformas como *Google Ads* y *Facebook Ads*,

- Incrementar la generación de leads calificados en los próximos seis meses mediante la implementación de una campaña de marketing de contenido planeada de Tres Sesenta Design, que incluya la creación de *Ebooks* y estudios de caso, además de optimizar las estrategias de captación de leads en redes sociales y páginas.
- Elaborar informes mensuales detallados sobre el desempeño de todas las estrategias de marketing digital de Tres Sesenta Design, asegurando una mejora continua en la toma de decisiones y alcanzando una reducción en los costos por adquisición de clientes en los próximos meses.

## 5. Informe Ejecutivo

Justificación:

Identificar las tendencias actuales y las necesidades del público objetivo mediante la realización de encuestas en línea y análisis de datos de comportamiento en redes sociales, orientado a construir la investigación de mercado, para la empresa Tres Sesenta Design para un periodo de 6 meses.

Tabla 3. Comparativo de Enfoques de Marketing

<b>Marketing Tradicional</b> <b>Investigación Mercados</b>	<b>Marketing Digital</b> <b>Investigación de Mercados</b>
<b>Recolección de Datos:</b> Encuestas presenciales, entrevistas telefónicas.	<b>Recolección de Datos:</b> Encuestas en línea, formularios web, análisis de redes sociales.
<b>Segmentación del Mercado:</b> Basada en demografía y geografía.	<b>Segmentación del Mercado:</b> Basada en comportamiento en línea, intereses, datos demográficos precisos.
<b>Herramientas Utilizadas:</b> Grupos focales, encuestas por correo, entrevistas.	<b>Herramientas Utilizadas:</b> <i>Google Analytics</i> , herramientas de <i>SEO</i> , plataformas de gestión de redes sociales.
<b>Costo de la Investigación:</b> Alto debido a la necesidad de personal y tiempo.	<b>Costo de la Investigación:</b> Más bajo debido a la automatización y el alcance masivo.

<p><b>Análisis de Datos:</b> Análisis estadístico tradicional, informes escritos.</p>	<p><b>Análisis de Datos:</b> Análisis en tiempo real, análisis de <i>Big data</i>.</p>
<p><b>Actualización de Datos:</b> Menos frecuente, puede ser anual o trimestral.</p>	<p><b>Actualización de Datos:</b> Constante, con datos que se actualizan en tiempo real.</p>

**Fuente:** Elaboración propia

**Objetivo general:**

Incrementar la interacción y el compromiso de los usuarios de las plataformas de redes sociales de Tres Sesenta Design durante los próximos seis meses, mediante la implementación de un calendario de publicaciones estratégicas y campañas de *engagement* específicas.

**Instagram:** Compartir contenido visual atractivo como fotos, videos cortos, utilizar hashtags relevantes para aumentar la visibilidad y colaborar con *influencers* para extender el alcance.

**TikTok:** Producir videos entretenidos y originales que sigan las tendencias actuales, colaborar con creadores de contenido populares en la plataforma para ampliar el alcance de las campañas.

**WhatsApp Business:** Configurar respuestas automáticas, compartir catálogos de productos y utilizar listas de difusión para enviar promociones y novedades directamente a los contactos.

*Ilustración Nro. 4. Generación de leads*

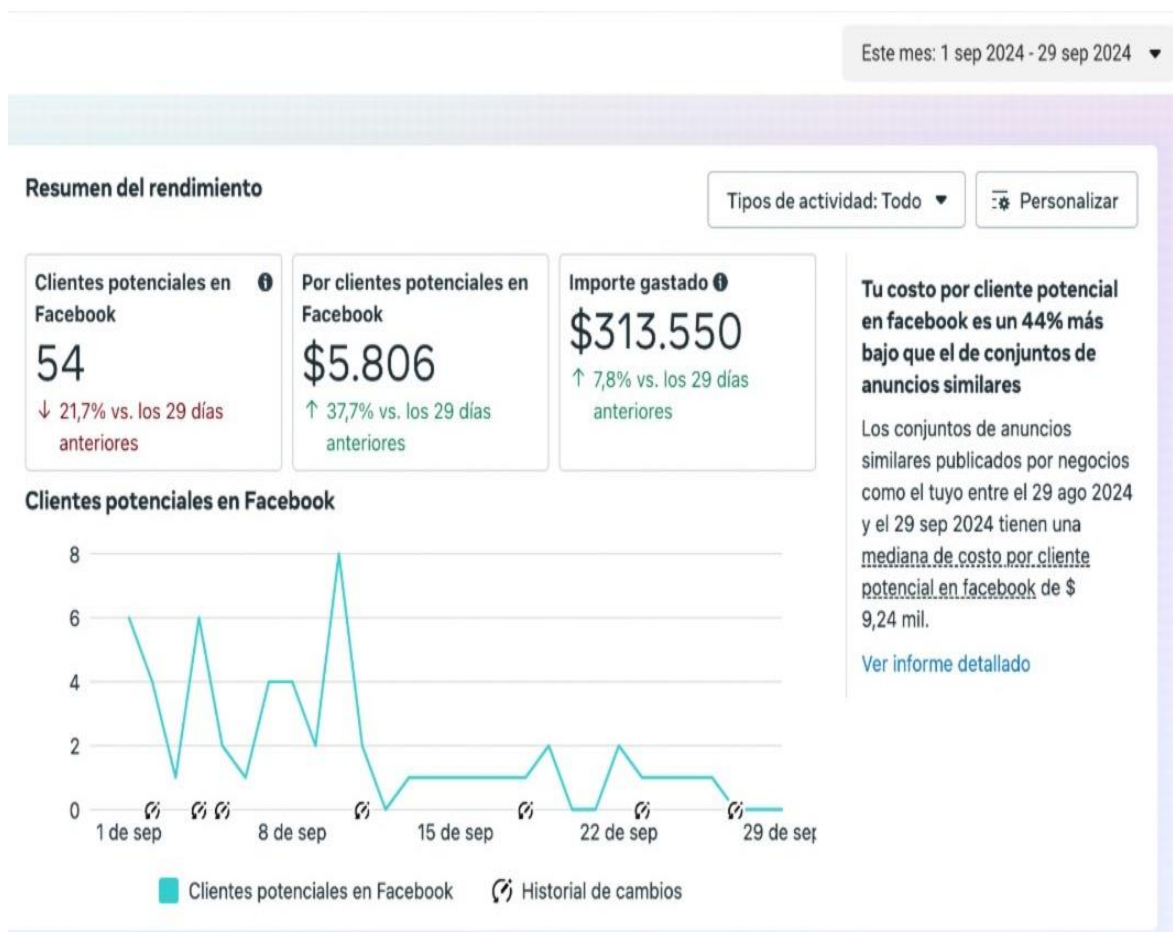
The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. At the top, there is a search bar and a date range filter set to 'Este mes: 1 sep 2024 - 29 sep 2024'. Below this, there are tabs for 'Campañas', 'Conjuntos de anuncios para 1 Campaña', and 'Anuncios para 1 Campaña'. The 'Campañas' tab is selected, showing a list of campaigns. The main table has the following columns: 'Activo', 'Campaña', 'Entrega', 'Est de', 'Presupue', 'Resultados', 'Costo por resultado', 'Alcance', 'Impresiones', and 'Importe gastado'. The data row shows a campaign named 'CBO | Leads | AI | Noviembre' with a status of 'Activa', a budget of '\$5.000', 54 results, a cost per result of '\$5.806', 13,910 reach, 26,042 impressions, and a total cost of '\$313.550'. A summary row below the main table shows 'Resultados de 1 campaña' with 54 results, a cost per result of '\$5.806', 13,910 reach, 26,042 impressions, and a total cost of '\$313.550'.

Activo	Campaña	Entrega	Est de	Presupue	Resultados	Costo por resultado	Alcance	Impresiones	Importe gastado
<input checked="" type="checkbox"/>	CBO   Leads   AI   Noviembre	Activa	V...	\$5.000	54	\$5.806	13.910	26.042	\$313.550
Resultados de 1 campaña					54	\$5.806	13.910	26.042	\$313.550

Fuente: Elaboración propia

Campaña activa llamada de leads, en el administrador de anuncios de Facebook, con un presupuesto diario de \$5,000, hasta el momento, la campaña ha generado 54 leads a un costo de \$5.806 por lead, alcanzando a 13,910 personas y generando 26,042 impresiones, el gasto total es de \$313,550, lo que indica una inversión significativa, aunque el alcance es alto, el número de impresiones sugiere que los anuncios se están mostrando repetidamente a la misma audiencia.

*Ilustración Nro. 5. Rendimiento*



Fuente: Elaboración propia

Resumen del rendimiento de la campaña de publicidad en Facebook, durante el mes, se generaron 54 clientes potenciales, lo que representa una disminución del 21.7% en comparación con los 29 días anteriores, sin embargo, el costo por cliente potencial es de \$5.806, lo que indica una mejora del 37.7%, el importe total gastado en la campaña fue de \$313.550, un aumento del 7.8%, además el gráfico muestra fluctuaciones en la generación de clientes potenciales, con picos alrededor del 8 de septiembre y una disminución notable hacia el final del mes.

*Ilustración Nro. 6. Distribución Demográfica*



Fuente: Elaboración propia

Esto es una distribución demográfica por sexo y edad de los resultados de la campaña publicitaria, el 57% de los clientes potenciales fueron mujeres y el 41% hombres, el costo por resultado es ligeramente mayor para las mujeres (\$6.146) en comparación con los hombres (\$5.481), la mayoría de los resultados provienen del grupo de edad de 25 a 34 años, seguido por el grupo de 35 a 44 años, lo que indica que estos dos rangos etarios son los más receptivos a la campaña.

Ilustración Nro. 7. Ubicación por plataforma



Fuente: Elaboración propia

La imagen muestra un gráfico de barras que compara el alcance y los resultados de una campaña publicitaria digital segmentada por plataformas, Instagram tiene el mayor alcance y resultados, superando a Facebook, que presenta una diferencia significativa con menor alcance y resultados.

## 6. Aportes a mi formación técnica

Durante mi tiempo como practicante de analista de marketing digital en Tres Sesenta Design, he tenido la oportunidad de sumergirme profundamente en el mundo del marketing digital, adquiriendo no solo un conocimiento técnico sólido, sino también desarrollando habilidades que considero esenciales para el éxito en este ámbito tan dinámico, cada aspecto de mis funciones, desde las tareas más estratégicas hasta las operativas, ha sido una plataforma para el aprendizaje constante y el crecimiento profesional.

Uno de los primeros desafíos que enfrenté fue la investigación de mercado, en este sentido, no solo se trataba de recolectar datos, sino de saber cómo interpretar esa información y convertirla en *insights* valiosos que ayudaran a la agencia a tomar decisiones más informadas, esta habilidad me permitió comprender mejor los patrones de comportamiento del consumidor, los movimientos de la competencia y las tendencias emergentes en el mercado, lo que a su vez fue crucial para diseñar estrategias de marketing más efectivas y adaptadas a las necesidades del cliente. Desarrollé un enfoque analítico para el proceso de investigación, aplicando metodologías estructuradas y herramientas tecnológicas que facilitaron la extracción de datos relevantes, lo que enriqueció mi capacidad de generar informes detallados que contribuyeron al proceso de toma de decisiones dentro de la agencia.

Otro aspecto fundamental de mi rol fue la generación de leads, una tarea que requiere no solo habilidades técnicas, sino también creatividad y una comprensión profunda del ciclo de ventas, la generación de leads no es simplemente captar datos de contacto, sino nutrir a esos prospectos con contenido relevante y mantener una interacción constante que los guíe a través del embudo de ventas, a lo largo de estos meses, he aprendido a diseñar estrategias específicas para

atraer leads cualificados, aplicando técnicas de marketing de contenido, optimización de SEO y campañas en redes sociales que aumentaron significativamente la cantidad de prospectos interesados en los servicios de la agencia, este proceso me brindó una visión más integral del ciclo de vida de un cliente, permitiéndome entender la importancia de personalizar los mensajes y ajustar las tácticas de acuerdo a las diferentes etapas del embudo de conversión.

La gestión de redes sociales fue otro pilar clave durante mi práctica, trabajar en la administración y monitoreo de plataformas como *Instagram*, *Facebook* y *Tiktok*, no solo me permitió interactuar directamente con el público objetivo de la agencia, sino que también me brindó la oportunidad de experimentar con distintos formatos de contenido, medir su efectividad y ajustar las estrategias en función de los resultados, aprendí a segmentar audiencias de manera más precisa, a identificar los mejores horarios para publicar y a aplicar tácticas de *Engagement* que fomentaran la interacción con los usuarios, esta experiencia me permitió refinar mi capacidad para crear contenido relevante y atractivo que resonara con las audiencias y reforzara el posicionamiento de la agencia en el mercado.

En paralelo, el acceso a herramientas avanzadas de análisis y automatización fue un factor determinante para optimizar las campañas publicitarias en las que trabajé, desde el uso de plataformas como *Google Analytics* hasta la implementación de soluciones de automatización de marketing, como *Mailchimp* y *Hootsuite*, adquirí la capacidad de analizar datos de manera mucho más profunda, esta experiencia me ayudó a desarrollar una mentalidad orientada a los resultados, ya que pude monitorear el rendimiento de cada campaña en tiempo real y realizar los ajustes necesarios para maximizar su efectividad, la optimización constante basada en datos me permitió aumentar la eficiencia de las campañas, mejorar el retorno de la inversión (ROI) y, en última instancia, contribuir al crecimiento de la agencia.

Uno de los aprendizajes más valiosos que adquirí fue la importancia de los indicadores clave de rendimiento (*KPI*) para evaluar el impacto de mis acciones, durante mi práctica, aprendí a implementar y seguir *KPI* específicos para cada campaña, tales como la tasa de interacción en redes sociales, el incremento del tráfico web y la conversión de leads, la capacidad de medir objetivamente estos resultados me enseñó a alinear mis esfuerzos con los objetivos estratégicos de la agencia, y a tomar decisiones más fundamentadas y basadas en datos, esto no solo mejoró mi capacidad para ejecutar tareas técnicas, sino que también me brindó una mayor comprensión de cómo las decisiones de marketing influyen directamente en los resultados comerciales.

Cada interacción que tuve con el equipo de marketing de Tres Sesenta Design fue una fuente invaluable de aprendizaje, el intercambio constante de ideas, la colaboración en proyectos conjuntos y el apoyo recibido por parte de mis colegas y supervisores me permitieron adquirir una perspectiva más completa y enriquecedora del marketing digital, las capacitaciones y orientaciones que recibí durante mi tiempo en la agencia me ayudaron a integrar técnicas avanzadas en mis tareas diarias, como el uso de metodologías ágiles para la gestión de proyectos y la aplicación de enfoques de marketing automatizado, estos conocimientos no solo mejoraron mi desempeño, sino que también me prepararon para enfrentar desafíos futuros con mayor confianza y competencia.

En pocas palabras, mi tiempo como practicante de analista de marketing digital en Tres Sesenta Design fue una experiencia transformadora que me proporcionó tanto habilidades técnicas como una comprensión más amplia del marketing digital en su totalidad, las herramientas y conocimientos adquiridos, desde la investigación de mercado hasta la optimización de campañas, han sido fundamentales para mi desarrollo profesional, estoy seguro de que estas habilidades me permitirán enfrentar con éxito los desafíos que se presenten en mi

futuro profesional y seguir contribuyendo al crecimiento y éxito de las organizaciones con las que colabore.

**Específico (*Specific*):** El practicante de analista de marketing digital en Tres Sesenta Design tiene como objetivo principal contribuir al éxito de las estrategias de marketing digital de la agencia, esto se logrará a través de la investigación de mercado, la gestión de redes sociales, la creación de contenido, la optimización de publicidad en línea, la realización de análisis de datos y la generación de leads.

**Medible (*Measurable*):** El éxito del practicante se medirá mediante indicadores clave de rendimiento, como el aumento en la tasa de interacción en redes sociales en un 15%, el incremento del tráfico *web* en un 20%

**Alcanzable (*Achievable*):** Para lograr estos objetivos, el practicante contará con acceso a herramientas avanzadas de análisis y automatización, y recibirá orientación constante del equipo de marketing digital, se proporcionarán recursos y capacitaciones necesarias para que pueda desarrollar sus funciones de manera efectiva, asegurando que cada tarea esté alineada con las metas estratégicas de la agencia.

**Relevante (*Relevant*):** Este objetivo es fundamental para Tres Sesenta Design, ya que el trabajo del practicante no solo apoyará la ejecución diaria de las estrategias de marketing digital, sino que también contribuirá a optimizar el rendimiento global de la agencia.

**Temporal (*Time*):** El objetivo deberá alcanzarse dentro del período de práctica, que es de seis meses, durante este tiempo, se realizarán evaluaciones mensuales para monitorear el progreso y hacer ajustes según sea necesario, se espera que al final de los seis meses, el practicante haya

cumplido con los objetivos planteados, demostrando un impacto positivo en las métricas de marketing de la agencia.

## 7. Aportes formación personal

Durante mis seis meses de prácticas en Tres Sesenta Design, una empresa dedicada a la publicidad y litografía, experimenté un desarrollo significativo en mis habilidades técnicas, a través de la creación de contenido, la gestión de redes sociales y el uso de herramientas de analítica, puede aplicar teorías aprendidas en un entorno real, esta experiencia no solo me ayudó a mejorar mi competencia profesional, sino que también me brindó una comprensión más profunda de las dinámicas del marketing digital.

Además, el excelente ambiente laboral de la empresa me permitió mejorar mis habilidades de comunicación, la interacción constante con diferentes equipos me enseñó a expresar mis ideas con claridad y a recibir retroalimentación de manera constructiva, esto es fundamental en el ámbito del marketing, donde la colaboración y la comunicación efectiva son esenciales para el éxito de los proyectos.

La diversidad de tareas y la naturaleza dinámica del trabajo también fomentaron mi capacidad de adaptación, aprendí a ser flexible ante cambios rápidos en las estrategias de marketing y a manejar situaciones inesperadas, encontrando soluciones creativas a los problemas que surgían, esta habilidad de adaptabilidad se ha convertido en una de mis mayores fortalezas.

Trabajar en un entorno colaborativo me enseñó la importancia del trabajo en equipo, la experiencia de colaborar con mis compañeros no solo enriqueció mis vivencias, sino que también

impulsó el rendimiento colectivo en los proyectos.

La oportunidad de explorar nuevas ideas en un entorno dinámico también potenció mi creatividad, al desarrollar campañas y contenido innovador, pude capturar la atención de la audiencia y contribuir al éxito de la empresa, además, al trabajar en una empresa especializada en publicidad y litografía, obtuve conocimientos específicos sobre los procesos y técnicas de la industria, ampliando mi comprensión del sector y preparándome para futuras oportunidades profesionales.

En conjunto, estas experiencias no sólo enriquecieron mi formación personal, sino que también me prepararon para ser un profesional más completo y competitivo.

## 8. Conclusiones

Mis últimos meses en Tres Sesenta Design han sido, sin lugar a dudas, una experiencia transformadora y profundamente enriquecedora, que ha dejado una huella significativa en mi desarrollo tanto profesional como personal, al ingresar a la empresa, estaba lleno de expectativas sobre lo que podría aprender, pero lo que encontré superó todas mis expectativas. Desde el primer día, me sumergí en un ambiente dinámico, donde el marketing digital no es solo una herramienta, sino una estrategia clave para el éxito de la organización, este entorno me permitió no solo aprender teóricamente, sino aplicar de manera práctica una amplia variedad de habilidades esenciales para mi futuro profesional.

Durante este tiempo, tuve la oportunidad de adentrarme en el fascinante mundo del marketing digital, donde cada tarea, cada proyecto, representaba un nuevo reto y una oportunidad

para crecer. Aprendí desde la creación de contenido atractivo y persuasivo, un pilar fundamental para captar la atención del público, hasta la compleja pero gratificante gestión de campañas publicitarias en plataformas tan influyentes como *Google Ads* y *Facebook Ads*. Estas plataformas, que juegan un papel crucial en el marketing digital actual, me permitieron entender a fondo cómo las empresas pueden alcanzar a su público objetivo de manera efectiva, maximizando su visibilidad y optimizando el retorno de inversión, la comprensión de cómo segmentar audiencias, ajustar presupuestos, medir el impacto y redirigir esfuerzos fue una de las habilidades más valiosas que adquirí en este proceso.

Cada día en la empresa me presentaban nuevos desafíos que no solo me obligaron a salir de mi zona de confort, sino que también me impulsaron a desarrollar soluciones creativas y efectivas, al principio, el ritmo acelerado del trabajo y la necesidad de adaptarme rápidamente a las cambiantes estrategias de marketing me parecían intimidantes, sin embargo, con el tiempo, estos obstáculos se convirtieron en oportunidades para demostrar mi capacidad de resiliencia y para cultivar una mentalidad proactiva, me enfrenté a la presión de cumplir con plazos ajustados, de gestionar múltiples tareas simultáneamente y de mantenerme al día con las últimas tendencias y herramientas del marketing digital, estas experiencias me enseñaron valiosas lecciones sobre la importancia de la organización, la priorización y, sobre todo, la capacidad de adaptación en un entorno laboral tan cambiante y exigente como el actual.

Uno de los aspectos más gratificantes de mi experiencia fue el trabajo en equipo, pude colaborar con un equipo increíblemente diverso y talentoso, cuyos miembros aportaron una riqueza de conocimientos y experiencias que complementaron mi formación, trabajar en un entorno tan colaborativo me permitió obtener diferentes perspectivas y enfoques en la resolución de problemas, lo que enriqueció enormemente mi comprensión del campo, esta interacción

constante fortaleció mis habilidades de comunicación, tanto para expresar mis propias ideas como para recibir y aplicar retroalimentación de manera constructiva, además, aprendí a valorar la importancia de la colaboración, ya que trabajar de la mano con otros profesionales es crucial para alcanzar los objetivos comunes de una empresa.

Otro pilar fundamental en mi crecimiento fue la capacitación continua que recibí, especialmente bajo la orientación y el constante apoyo de la *CEO*, Manuela Cardona, su liderazgo y su enfoque estratégico no solo me brindaron un profundo entendimiento de áreas clave del marketing digital, sino que también me enseñaron cómo tomar decisiones bien fundamentadas en un entorno empresarial en constante evolución. Manuela siempre estuvo dispuesta a compartir sus conocimientos y experiencias, lo que me permitió aprender de primera mano cómo se toman decisiones cruciales en la dirección de una agencia, su apoyo incondicional fue clave para mi desarrollo, ya que siempre fomentó un ambiente de aprendizaje y superación, alentándome a explorar nuevas ideas y a asumir responsabilidades más allá de lo que inicialmente imaginé.

En este punto, no puedo dejar de expresar mi más sincero agradecimiento a la Universidad Luis Amigó, la formación integral que recibí en la universidad ha sido esencial para prepararme para enfrentar con éxito los retos en Tres Sesenta Design. A lo largo de mi carrera académica, mis profesores me proporcionaron una base sólida de conocimientos teóricos, pero también inculcaron en mí una ética de trabajo rigurosa y un enfoque en el aprendizaje continuo, valores que me han acompañado durante toda esta experiencia profesional, cada lección impartida, cada consejo ofrecido por mis docentes, ha sido un cimiento crucial en mi desarrollo, gracias a ellos, me siento no sólo capacitado técnicamente, sino también preparado mental y emocionalmente para afrontar los retos del mundo laboral.

En pocas palabras, mi tiempo en Tres Sesenta Design no solo ha sido un viaje de aprendizaje en términos técnicos, sino también una oportunidad invaluable para crecer como profesional y como individuo, he aprendido a enfrentar la incertidumbre con confianza, a trabajar bajo presión, a colaborar eficazmente con un equipo talentoso y a aplicar conocimientos en situaciones del mundo real, estoy profundamente agradecido por las experiencias vividas, por las relaciones construidas y por las habilidades adquiridas, que me preparan para enfrentar con determinación y entusiasmo los desafíos que me depara el futuro. Sé que todo lo que he aprendido en estos meses me acompañará en cada paso de mi carrera, y estoy emocionado por lo que está por venir.

## 9. Recomendaciones

A lo largo de mi tiempo en Tres Sesenta Design, he tenido la oportunidad de observar de cerca y con gran detalle el alto nivel de competencia y profesionalismo que caracteriza a la empresa. Desde el momento en que ingresé, fui testigo de la capacidad única del equipo para desarrollar campañas de marketing efectivas y creativas, lo cual no solo les permite destacarse en el competitivo mercado local, sino también consolidar su reputación en la industria, cada miembro del equipo demuestra un conocimiento profundo en áreas clave como la publicidad y la litografía, lo que se traduce en un producto final de calidad, altamente valorado por los clientes, este dominio, tanto en marketing digital como en publicidad tradicional, posiciona a Tres Sesenta Design como una empresa versátil y robusta, capaz de adaptarse a las demandas cambiantes del mercado actual.

En estos meses, pude apreciar de primera mano cómo el equipo maneja proyectos complejos, desde la creación de contenido creativo y la gestión de redes sociales hasta la ejecución de campañas publicitarias en múltiples plataformas, no solo se destacan por su enfoque técnico y estratégico, sino también por la creatividad que ponen en cada propuesta, lo que les permite ofrecer soluciones que realmente resuenan con las necesidades de sus clientes, esta combinación de profesionalismo, creatividad y capacidad técnica es lo que realmente los hace sobresalir en el mercado local, y es una de las razones por las que estoy convencido de que la empresa tiene un potencial inmenso para continuar su crecimiento.

Sin embargo, tras una reflexión cuidadosa sobre mi experiencia en la empresa y considerando su dirección futura, me gustaría ofrecer una recomendación que creo podría impulsar aún más su crecimiento y éxito a largo plazo, si bien Tres Sesenta Design ha logrado establecer una sólida presencia en el mercado local, creo que hay una oportunidad significativa para expandir su enfoque y comenzar a mirar hacia el mercado extranjero, en la actualidad, la globalización ha permitido que las marcas se conecten con audiencias de diversas regiones del mundo, y estoy convencido de que Tres Sesenta Design tiene todas las capacidades necesarias para aprovechar esta tendencia.

La empresa ya cuenta con una base sólida de habilidades en marketing digital, creación de contenido y gestión de redes sociales, lo que les brinda una ventaja competitiva para incursionar en nuevos mercados, estas fortalezas, junto con su profundo conocimiento en publicidad y litografía, podrían ser de gran valor en el ámbito internacional, además, el enfoque en la adaptación a las necesidades y expectativas de los clientes, que he observado durante mi tiempo aquí, es una ventaja clave que podría ser muy apreciada por audiencias de otras culturas y regiones, expandir la oferta de Tres Sesenta Design al mercado extranjero no solo les permitirá

aumentar su cartera de clientes, sino que también abrirá nuevas oportunidades para innovar, explorar diferentes culturas y aprender de las tendencias internacionales.

Es importante señalar que la expansión al mercado internacional también permitiría a Tres Sesenta Design diversificar sus fuentes de ingresos, lo que ayudaría a mitigar los riesgos asociados con la dependencia exclusiva del mercado local. A medida que la empresa se enfrenta a los desafíos y oportunidades de un mercado global, podrán beneficiarse de la exposición a una variedad más amplia de tendencias comerciales y tecnológicas, además, la expansión internacional puede proporcionar la oportunidad de participar en proyectos más grandes y de mayor envergadura, lo que a su vez fortalecerá aún más su posición en la industria, al adoptar una estrategia de expansión internacional, la empresa no solo puede aumentar su visibilidad y reputación, sino que también puede contribuir de manera significativa al crecimiento continuo y sostenible de la compañía en el dinámico y siempre cambiante mundo de la publicidad.

Tres Sesenta Design se encuentra en una posición privilegiada para considerar esta expansión internacional, con un equipo sólido y un enfoque implacable en la calidad, están bien equipados para enfrentar los desafíos que conlleva ingresar a mercados extranjeros, la posibilidad de interactuar con nuevas audiencias, enfrentarse a la competencia global y aprender de las diferentes formas en que se aborda el marketing en otros contextos culturales es, sin duda, una oportunidad emocionante, estoy convencido de que al adoptar esta estrategia, no solo podrán diversificar su portafolio de clientes, sino también abrir nuevos horizontes para el crecimiento de la empresa, lo que asegurará su relevancia y competitividad en el mercado a largo plazo.

Por otro lado, en cuanto a mi experiencia académica, quisiera sugerir a la Universidad Luis Amigó que considere expandir los enfoques dentro del programa de Negocios

Internacionales para abarcar otros campos fundamentales en esta disciplina, más allá de la logística.

La logística, sin duda, es un componente crucial en los negocios internacionales, pero no es el único aspecto relevante, en un mundo cada vez más globalizado y conectado, considero que los estudiantes se beneficiarían enormemente si pudieran profundizar en áreas como la estrategia de mercado global, la adaptación a normativas y regulaciones internacionales, la sostenibilidad en contextos internacionales y el análisis de tendencias de comercio mundial, estos aspectos son cada vez más importantes para los profesionales que buscan tener un impacto significativo en el mercado global, y al incorporarlos al currículo, la universidad podría proporcionar una formación aún más completa y versátil.

La inclusión de estos temas permitiría a los estudiantes tener una perspectiva mucho más amplia sobre las dinámicas del comercio internacional, capacitándolos para abordar desafíos complejos y aprovechar oportunidades en un entorno global en constante cambio, al proporcionar una formación integral que abarque tanto los aspectos logísticos como los estratégicos, la Universidad Luis Amigó podría preparar mejor a sus estudiantes para enfrentar los retos del mercado global y contribuir de manera significativa al desarrollo de soluciones innovadoras en el ámbito de los negocios internacionales.

Finalmente, quisiera tomar un momento para expresar mi profundo agradecimiento a mi asesor por todo su acompañamiento y apoyo incondicional a lo largo de mi periodo de prácticas, su orientación constante, paciencia y sabiduría han sido claves en mi desarrollo tanto profesional como personal, a través de sus consejos y enseñanzas, he podido adquirir una serie de habilidades valiosas que, sin duda, me acompañarán en mi carrera futura, su capacidad para ofrecer

retroalimentación constructiva y su disposición para ayudarme a superar cualquier obstáculo que surgiera a lo largo de esta experiencia, ha sido verdaderamente invaluable, trabajar a su lado me permitió descubrir nuevas perspectivas y me ayudó a entender cómo aplicar de manera práctica todo lo que he aprendido. Me siento profundamente afortunado de haber contado con su guía en esta etapa tan importante de mi formación, y estoy seguro de que las lecciones que he aprendido bajo su tutela seguirán siendo una fuente de inspiración y orientación a lo largo de mi carrera profesional.

## 10. Bibliografía

Herrera, L.A.G., Gracia, C.A.M., Ramos, J.H., 2022, *Vista de Análisis del marketing digital vs marketing tradicional. Un estudio de caso en una empresa tecnológica.*

[https://revistas.unbosque.edu.co/index.php/cuaderlam/article/view/marketing\\_digital\\_marketing\\_tradicional/3280](https://revistas.unbosque.edu.co/index.php/cuaderlam/article/view/marketing_digital_marketing_tradicional/3280)

Ávila-Peralta, R., Mendoza-Vargas, E., Chávez-Rojas, E., 2024, *Vista de Del Marketing Tradicional al Digital: Un Análisis Histórico y Reflexivo del Mix de Marketing.*

[https://www.593dp.com/index.php/593\\_Digital\\_Publisher/article/view/2450/2049](https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/2450/2049)

Idrysheva, Z., Tovma, N., Abisheva, K.-Z., Murzagulova, M., & Mergenbay, N. (2019).

Marketing communications in the digital age. *E3S web of conferences*, 135, 04044. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/201913504044>

Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of digital marketing in the challenging age: An empirical study. *THE INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE AND BUSINESS ADMINISTRATION*, 1(5), 69–80.

<https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.15.1006>

Fernández, A., Gabriel, Marcelo L. D. S., 2023, *Vista do O que é transformação digital no Marketing? Uma análise bibliométrica e cienciométrica de um tema em*

*evolução.* <https://periodicos.uninove.br/remark/article/view/23979/10536>