

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 1 de 35

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
COORDINACIÓN DE PRÁCTICAS**

ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.

Nombre del eestudiante	Diego Luis Velásquez Ospina
Programa académico	Administración de Negocios Internacionales
Nombre de la Agencia o Centro de Práctica	Exotic Tattoo
NIT.	71786698-1
Dirección	Cr 48 10 – 45 Int. 05
Teléfono	268-55-54
Dependencia o Área	Mercadeo
Nombre Completo del jefe del estudiante	Andrés Felipe Rodas Pabón
Cargo	Gerente de Exotic Tattoo
Labor que desempeña el estudiante	Asesor en redes y E-Commerce
Nombre del asesor de práctica	Diana Lucia Gómez Santamaria
Fecha de inicio de la práctica	Marzo/15/2021
Fecha de finalización de la práctica	Mayo/30/2021 - Junio/7/2021

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 2 de 35

1. ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.

1.1 Centro de práctica.

Nombre o razón social: Exotic Tattoo

Misión:

Expresarnos artísticamente plasmando tinta en la piel; brindando a nuestros clientes con una expresión artística que satisfaga sus deseos simultáneamente generando beneficios económicos para la empresa, empleo y estabilidad comercial.

Visión:

Ser reconocidos en el año 2025 como un estudio de tatuaje pionero y reputado a nivel nacional por la calidad del trabajo realizado, el compromiso y profesionalismo para con el cliente junto con un desempeño ético y correcto de las actividades.

Objetivos institucionales:

- *Caracterizarnos por el espíritu de servicio y la buena atención prestada a los clientes.
- *Ser reconocidos por la alta calidad artística de nuestros trabajos.
- *Ser consistentes y constantes en las ventas de servicio propugnando siempre por el establecimiento de mejoras e innovaciones que redunden en un crecimiento de las ventas mes a mes.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 3 de 35

1.2 Objetivo de la práctica empresarial.

Diseñar el plan de mejoramiento para las redes sociales del establecimiento y su implemento para el incremento de ventas a nivel nacional e internacional

1.3 Funciones

Se desempeñará como asesor en E-commerce, enfocándose en la orientación de SEO (Search Engine Optimization) para lograr un posicionamiento eficiente del establecimiento en las redes sociales existentes, se guiará durante todo el proceso de mejora de lo que se encuentra presente y la implementación de otras posibles redes sociales que aún no se hayan explorado y que puedan ayudar al potenciamiento de las ventas, finalmente emplear otras herramientas con la finalidad de dar un plan de mejoramiento constante para el crecimiento del negocio.

1.4 Justificación de la práctica empresarial.

Debido a los cambios dados en la cotidianidad de los locales comerciales por parte de la situación de salud pública, se ha visto una nueva realidad donde las oportunidades se deben de potencializar a través de la virtualidad; el nuevo planteamiento de comercio implica que se deben emplear alternativas a la hora de ventas, negociación y desarrollo de cualquier establecimiento. Para *Exotic Tattoo* tener un asesor que se encargue de afianzar estos planteamientos digitales es de alta importancia para generar ventas efectivas.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 4 de 35

1.5 Equipo de trabajo.

EQUIPO DE TRABAJO	FUNCIONES
Diego Luis Velásquez	Asesor de redes sociales y E-Commerce
Andrés Felipe Rodas	Gerente del local
Juan Pablo Otalvaro	Encargado del desarrollo de contenido audiovisual
Alejandro Hoyos	Administrador del local
K5 Soluciones	Empresa consultora en E-Commerce

2. PROPUESTA PARA LA AGENCIA O CENTRO DE PRÁCTICAS

2.1 Título de la propuesta

Mejoramiento e implementación de un sistema efectivo de pauta en redes, promoción y E-commerce

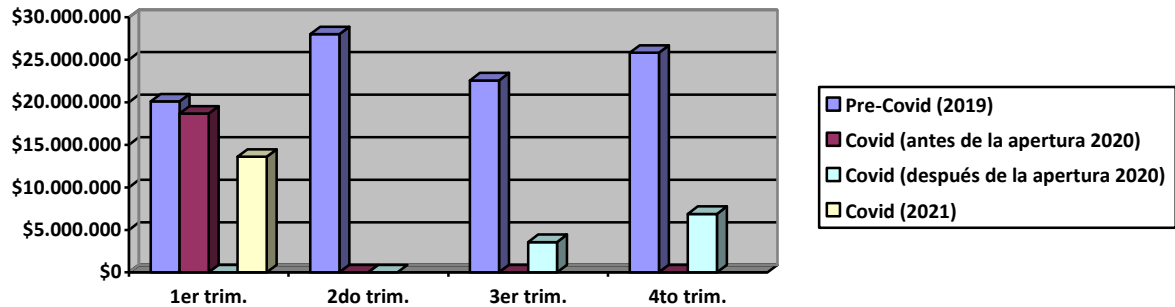
	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 5 de 35

2.2 Planteamiento del problema.

Exotic Tattoo ha funcionado durante 24 años, y en el transcurso de estos se ha visto en constante avance y crecimiento económico. Durante algunos meses del 2016 toma la decisión de incursionar en el uso de redes sociales de manera profesional contratando publicidad guiada a la consecución de mayor clientela, se logran mejoras respecto al desempeño financiero de la empresa, no obstante, los cambios considerables no se hicieron notar de manera eficiente; por ello se decide suspender el servicio de publicidad por estos medios virtuales. En marzo de 2020 inicia oficialmente la crisis de salud pública, al inicio de toda esta faceta a nivel mundial decrece de manera rampante las ventas y los clientes, pasan así 4 meses en los que el local se vio en la obligación de cesar sus funciones. En julio del 2020 se inicia la reactivación comercial del sector, nuevamente el centro comercial abre las puertas de manera limitada y con una estricta normativa de bioseguridad, misma que el establecimiento cumple de manera absoluta; se presentan unos cambios significativos en los gastos obligatorios y por supuesto, en los ingresos mensuales.

Gráfico 1

Ingresos Exotic Tattoo

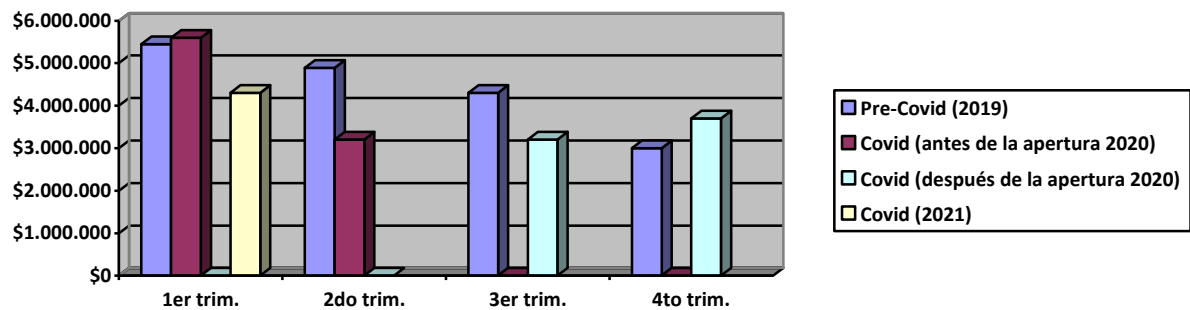


Fuente: Balance general de *Exotic Tattoo* (2021)

Elaboración propia

Gráfico 2

Gastos Exotic Tattoo



Fuente: Balance general de *Exotic Tattoo* (2021)

Elaboración propia

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 7 de 35

Uno de los cambios cruciales que tiene todo el comercio a nivel general es que quien haya tenido unas herramientas virtuales más desarrolladas, afrontó de manera distinta la situación del año 2020; Se considera firmemente la reanudación de los servicios de publicidad mediante redes, pero con un enfoque distinto, este enfoque será exclusivamente a la exploración de varias plataformas que aún no han sido consideradas y que buscará explícitamente nuevos clientes de manera nacional e internacional, de esta manera se considera el uso de asesorías y diseño total de redes; servicios que serán provistos para esta práctica académica.

2.3 Justificación.

El desarrollo de las redes sociales ha crecido de manera exponencial a nivel mundial, cada vez el uso de estas se vuelve más y más crítico para la mejora de un local comercial; si previamente se pretendía como una herramienta para comunicación personal, los negocios de todas indoles han visto y han aprovechado la practicidad que tiene el hecho de la comunicación inmediata entre personas, y así mismo la capacidad masiva que se tiene para que un mensaje sea transmitido entre miles a la simple distancia de unos clics o unos “me gusta”.

Colombia por supuesto no se aleja del panorama mundial y plataformas de gestión de redes sociales como Hootsuite nos dan unos indicadores muy dicientes de la forma en la que los colombianos empleamos las redes

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 8 de 35

Gráfico 3

Población nacional y su conectividad



Nota. La incidencia de la población de manera virtual puede considerarse activa en redes sociales en su totalidad. (Branch, 2020)

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 9 de 35

Gráfico 4:

Tiempo invertido en dispositivos

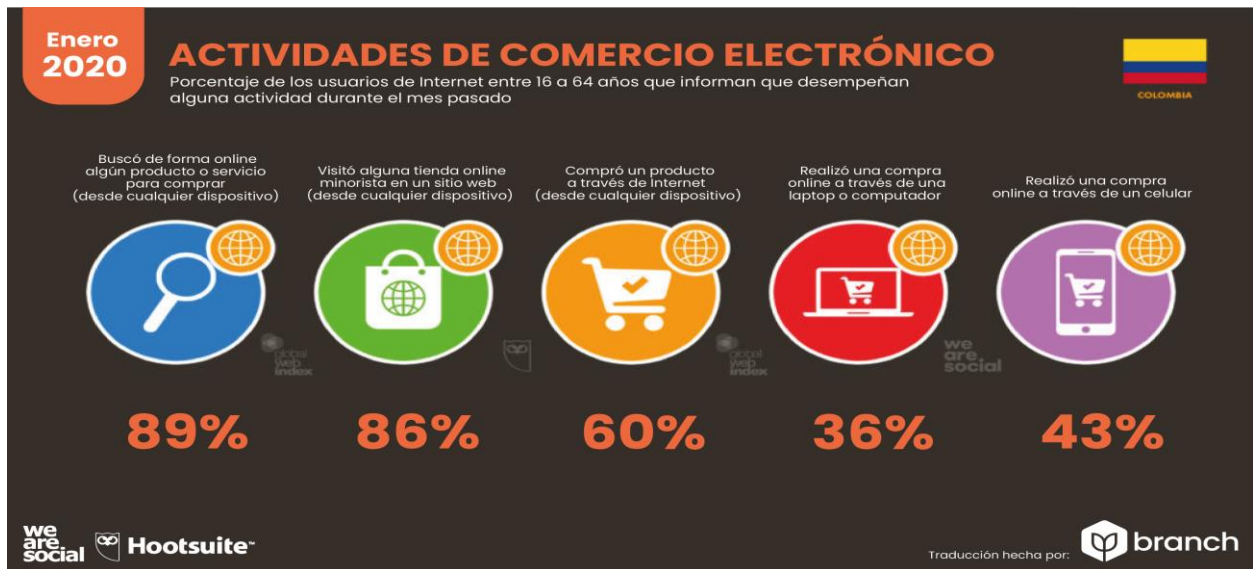


Nota. Aproximadamente 38% del día se está navegando en internet, para dimensionar esta proporción, se supone que la jornada laboral normal tiene una duración de 33.3% del día. (Branch, 2020)

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 10 de 35

Gráfico 5:

Actividad E-Commerce



Nota. Los usos más frecuentes de la conectividad masiva tienen fines mercantiles.

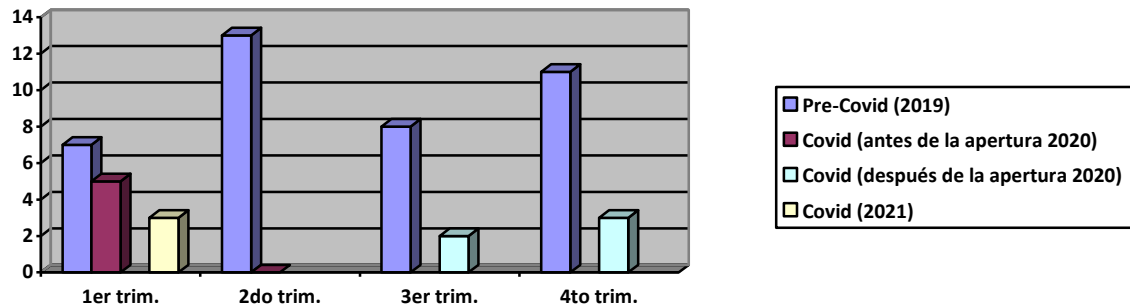
(Branch, 2020)

Tener la posibilidad de alcanzar a esos 17'710.000 personas (35% de colombianos que son usuarios de internet) durante al menos la mitad del tiempo habitual que se usa en redes sociales implica un cambio muy fuerte para cualquier comercio, es algo que no debe ignorarse.

Durante los sucesos de la pandemia *Exotic Tattoo* ha perdido a muchos clientes, cantidad que puede ser devuelta e incrementada si se inicia una proyección digital enfocada a esto.

Gráfico 6:

Cientes Exotic Tattoo



Fuente: Balance general de *Exotic Tattoo* (2021)

Elaboración propia

La expectativa es de aumentar por lo menos en un 25% la cantidad de personas que interactúan con el local, generar nuevos clientes por plataformas como YouTube y TikTok, y mantener constantes y en crecimiento las interacciones que ya se han observado en otras plataformas como Facebook e Instagram. Esto considerando los estudios que se han observado con respecto al uso de plataformas a nivel mundial

Gráfico 7:

Preferencias de redes sociales



Nota. Facebook sigue en la cabecera de mayor uso, no obstante YouTube no deja de tener una cuantía considerable, más aún para locales comerciales y su necesidad de impacto en el público. (Statista, 2019)

Las redes sociales están al alcance de todos quienes interactúen en internet, es un proyecto que cualquier empresa puede fortalecer o comenzar a realizar.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 13 de 35

2.4 Objetivos (Objetivo General y Objetivos Específicos).

Objetivo general

- Desarrollar un plan de posicionamiento de redes para Exotic Tattoo.

Objetivos específicos

- Proponer estrategias para plataformas digitales YouTube – TikTok
- Establecer estrategias de posicionamiento en SEO
- Sistematizar métricas de logros a partir de estrategias en plataformas.

2.5 Diseño Metodológico.

Se iniciará con la búsqueda del tatuaje como expresión artística y su concepción inicial en Latinoamérica, la estigmatización inicial que este tuvo y como paulatinamente evolucionó a ser una práctica común e incluso apetecida a la hora de la conceptualización de la estética y la imagen que se pretende mostrar.

La evolución de este arte a nivel nacional, como era percibido y como lo es en la actualidad. También desde la parte comercial, cual es la incidencia de las redes sociales en este tipo de comercio, proyectando informes de otros locales con la misma finalidad,

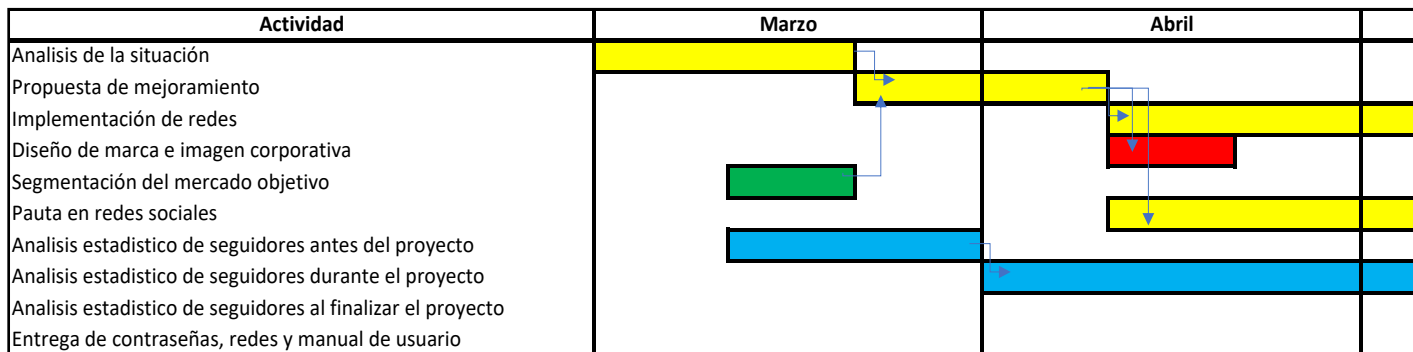
analizar casos típicos y atípicos en el sector, informe de avance de desarrollo de plataformas virtuales en el proceso de desarrollo de las mismas.

Plantear un sistema de valoración de experiencia del cliente donde se diga cómo fue que llegaron al local, cual fue la experiencia y el por qué lo recomendarán con más personas que quieran realizarse un procedimiento similar.

2.6 Cronograma de Actividades.

Gráfico 8:

Cronograma de actividades



(DOBLE CLICK PARA VER COMPLETO)

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 15 de 35

2.7 Presupuesto (Ficha de presupuesto)

PRESUPUESTO GLOBAL DEL TRABAJO DE GRADO			
Rubros	Fuentes		Total
	Estudiante	Institución IUE	
Personal	\$3'872.000	\$960.000	\$4'832.000
Material y suministro	\$150.000		\$150.000
Equipo	\$1'200.000		\$1'200.000
Total			\$6'710.000

DESCRIPCIÓN DE LOS GASTOS DE PERSONAL					
Nombre	Función en el proyecto	Dedicación h/semana	Costo		Total
			Estudiante	IUE	
Diego Luis Velásquez	Asesor en redes y E-Commerce	40 horas/Semanales	\$4.000/hora		\$2.560.000
Juan Pablo Otalvaro	Desarrollo de contenido	4 horas/Semanales	\$12.000/hora		\$800.000

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL			Código: F-DO-0025
				Versión: 01
				Página 16 de 35

	audiovisual				
K5 Soluciones	Consultores en E-Commerce	4 horas/Semanales	\$32.000/hora		\$512.000
Diana Lucia Gómez	Asesora de trabajo de grado	2 horas/Semanales		\$30.000/hora	\$960.000

DESCRIPCIÓN DE MATERIAL Y SUMINISTRO			
Descripción de tipo de Material y/o suministro	Costo		Total
	Estudiante	IUE	
Llamadas, internet, Celular	\$150.000		\$150.000

DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS			
Descripción de tipo de Material y/o suministro	Costo		Total
	Estudiante	IUE	

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 17 de 35

Portátil Asus	\$1'200.000		\$1'200.000
---------------	-------------	--	-------------

3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.

3.1. Marco de referencia

- Redes Sociales

Como explica el equipo de marketing de RD Station, las redes sociales, en el mundo virtual, 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.

Cuando hablamos de red social, lo que viene a la mente en primer lugar son sitios como Facebook, Twitter y LinkedIn o aplicaciones como Snapchat e Instagram, típicos de la actualidad. Pero la idea, sin embargo, es mucho más antigua: en la sociología, por ejemplo, el concepto de red social se utiliza para analizar interacciones entre individuos, grupos, organizaciones o hasta sociedades enteras desde el final del siglo XIX.

En Internet, las redes sociales han suscitado discusiones como la de falta de privacidad, pero también han servido como medio de convocatoria para manifestaciones públicas en protestas. Estas plataformas crearon, también, una nueva forma de relación entre empresas y clientes, abriendo caminos tanto para la interacción, como para el anuncio de productos o servicios (Station, 2017).

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 18 de 35

- E Commerce

Como explica Mariana Ramos en el sitio web Marketing E-commerce, el comercio electrónico, es el intercambio de productos o servicios usando redes computacionales, específicamente Internet. Un término que se usa como sinónimo al hablar del E-Commerce es el e-Business. Aunque este último es más amplio y de hecho engloba a otros términos como: e-payment, e-logistics, front-and-back-office y muchos más.

Siguiendo con el E-Commerce, este sector tiene ramificaciones y usa tecnologías como el m-Commerce, que se refiere a compras online vía dispositivos móviles, fintech, manejo de la cadena de suministros, marketing digital, procesamiento de transacciones, intercambio de datos electrónicos, manejo de sistemas de inventario y sistemas de recolección de datos (Mariana Ramos , 2020).

- Mezcla Promocional

Como explica Arturo K. en el sitio web Crece Negocios, La mezcla promocional, también conocida como mezcla de promoción, mezcla de comunicación, mix de promoción, o mix de comunicación, hace referencia al conjunto de elementos o variables que permiten la promoción del producto de una empresa.

Estos elementos o variables que componen la mezcla promocional son la venta directa, la promoción de ventas, las relaciones públicas, el marketing directo, y el merchandising.

Conocer la mezcla promocional y los elementos que la componen nos permite una mejor gestión de la promoción del producto de nuestra empresa, así como de las estrategias

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 19 de 35

utilizadas para dicha promoción ya que, por ejemplo, nos permite saber qué estrategias formularias para cada uno de los elementos, y cómo combinarlas de la mejor manera posible crece negocios (Arturo K., 2019).

- Tattoo

Como explica Julián Pérez Porto y Ana Gardey en el sitio web definiciones de, se llama tatuaje, por lo tanto, al dibujo o al texto que se realiza sobre la piel inyectando tinta debajo de la epidermis. La técnica, con variaciones, se emplea desde hace miles de años, de acuerdo a los registros detectados por arqueólogos.

Tanto la técnica como la finalidad de los tatuajes han variado a lo largo de la historia. En las tribus de la Polinesia, por citar un caso, los tatuajes se usaban para generar miedo en los enemigos y para realzar la jerarquía o el estatus de alguien. Los aborígenes norteamericanos, por su parte, se tatuaban para conmemorar ciertos eventos o para marcar el comienzo de la vida adulta.

En el mundo occidental contemporáneo, la concepción de los tatuajes cambió en las últimas décadas. Antes eran marcas típicas de los marineros y luego comenzaron a adoptarlos las personas marginales que vivían fuera de la ley. Finalmente, en la actualidad, los tatuajes son aceptados a nivel social, incluso con fines estéticos (Gardey, 2016).

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 20 de 35

- Área Comercial

Como explica Wanda Mirel Solorio García, el área comercial es una de las más importantes en la estructura de una organización, puesto que es la responsable de procurar la relación con los clientes y de la consecución de los objetivos de venta, es decir, son la fuente principal de ingresos.

De esta manera el trabajo comercial, incluye el conjunto de actividades necesarias para hacer llegar al consumidor, los bienes y servicios producidos por la empresa. De este punto se deslinda el vender bien y el lograr entablar relaciones estables y duraderas con los clientes. Para llevar esto a cabo, es necesaria la aplicación de disciplinas de gestión como el marketing estratégico, la planificación, la investigación de mercados, etc. (Wanda Mirel Solorio García, 2014).

3.2 Desarrollo y logro de objetivos

A pesar de que el trabajo que se va a realizar es bastante complejo y profesional, no es un trabajo que se alargue mucho en el tiempo en su primera etapa de ejecución.

El trabajo está concebido para desarrollarse en 3 etapas principales y 3 etapas secundarias, para un tiempo total de ejecución de 2 meses.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 21 de 35

ETAPA DE ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Durante esta etapa se analiza el estado actual de las redes, su estética, su funcionamiento, sus ventajas y desventajas, se detectan los errores para corregirlos, así como las mayores virtudes para potenciarlas (tiempo estimado 1 semana).

Dando pie a la etapa de análisis de la situación actual y se recopilan las estadísticas iniciales de las redes sociales Facebook e Instagram.

Gráfico 8

Estadísticas iniciales de “Me gusta” en Facebook



Fuente: Pagina de Facebook Exotic Tattoo, 2021

Nota: esta estadística fue realizada en fuente propia el 2 de marzo de 2021.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 22 de 35

Gráfico 9

Estadísticas iniciales de Seguidores en Facebook (Exotic Tattoo, 2021).

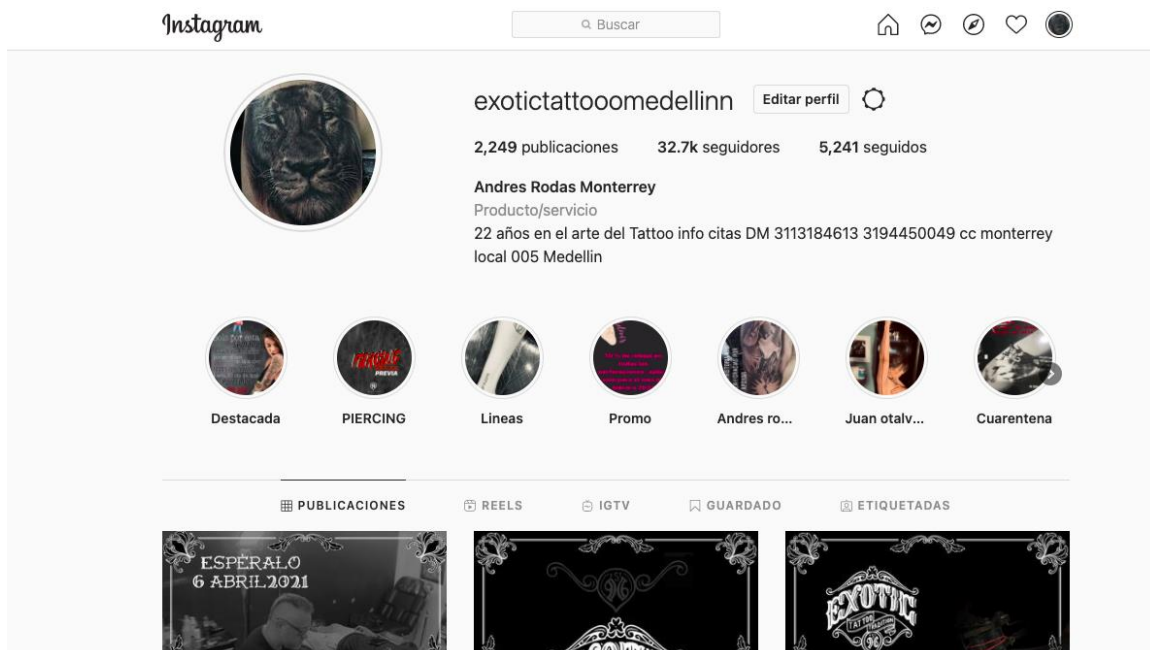


Fuente: Pagina de Facebook Exotic Tattoo, 2021

Nota: esta estadística fue realizada en fuente propia el 2 de marzo de 2021.

Gráfico 10

Estadísticas iniciales de Seguidores Instagram (Exotic Tatto, 2021).



	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 23 de 35

Fuente: Pagina de Facebook Exotic Tattoo, 2021

Nota: esta figura fue sacada del Instagram oficial de Exotic Tattoo el 28 marzo 2021.

ETAPA DE DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA

En esta etapa se diseña una estrategia completa de marketing digital y se discute con el propietario de la empresa, se escuchan sus expectativas, consejos y se le hace un bosquejo de la situación actual, de lo que se planea hacer y de las expectativas al terminar el trabajo (tiempo estimado 1 semana).

ETAPA DE EJECUIÓN DE LA ESTRATEGIA

Para esta etapa se pone en ejecución el plan estratégico definido en la etapa anterior; esta etapa a su vez se divide en 2 sub etapas las cuales son:

- **Sub etapa de relanzamiento de redes sociales**

Durante esta se hace una campaña de expectativa basada en el veinticincoavo aniversario de la empresa, dicha campaña va acompañada de promociones, rifas, descuentos y eventos promocionales que tienen como fin sensibilizar a las personas hacia la empresa y generar un impacto fuerte en los seguidores y me gusta de las

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 24 de 35

publicaciones en las redes sociales y por ende redundando en un beneficio económico para la empresa (tiempo estimado 2 semanas).

- **Sub etapa de normalización de las redes sociales**

Para esta nueva etapa, se tiende a generar un protocolo de publicaciones, promociones, pautas publicitarias y estética del lenguaje visual que regirá en adelante para las redes sociales de la empresa. (tiempo estimado 2 semanas).

- **Sub etapa de entrega de redes sociales**

Aquí, se hace entrega de todo el material generado en las redes sociales, como lo son: volantes, contraseñas, estadísticas y promociones, para que sean manejadas en el futuro por el propio personal de la empresa, siguiendo las directrices, protocolos de publicación y promoción que se definieron. La entrega se hace de manera paulatina y acompañando constantemente al personal de la empresa en sus primeras publicaciones para conservar el trabajo desarrollado (tiempo estimado 2 semanas).

ETAPA DE DESARROLLO

El trabajo se inicia el día 27 de marzo de 2021 por parte de la empresa K5 Soluciones S.A. con un análisis de las redes sociales existentes.

Encontrando unas redes solidas con una alta tasa de interacción de seguidores y con una estructura de lenguaje de diseño muy bien lograda.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 25 de 35

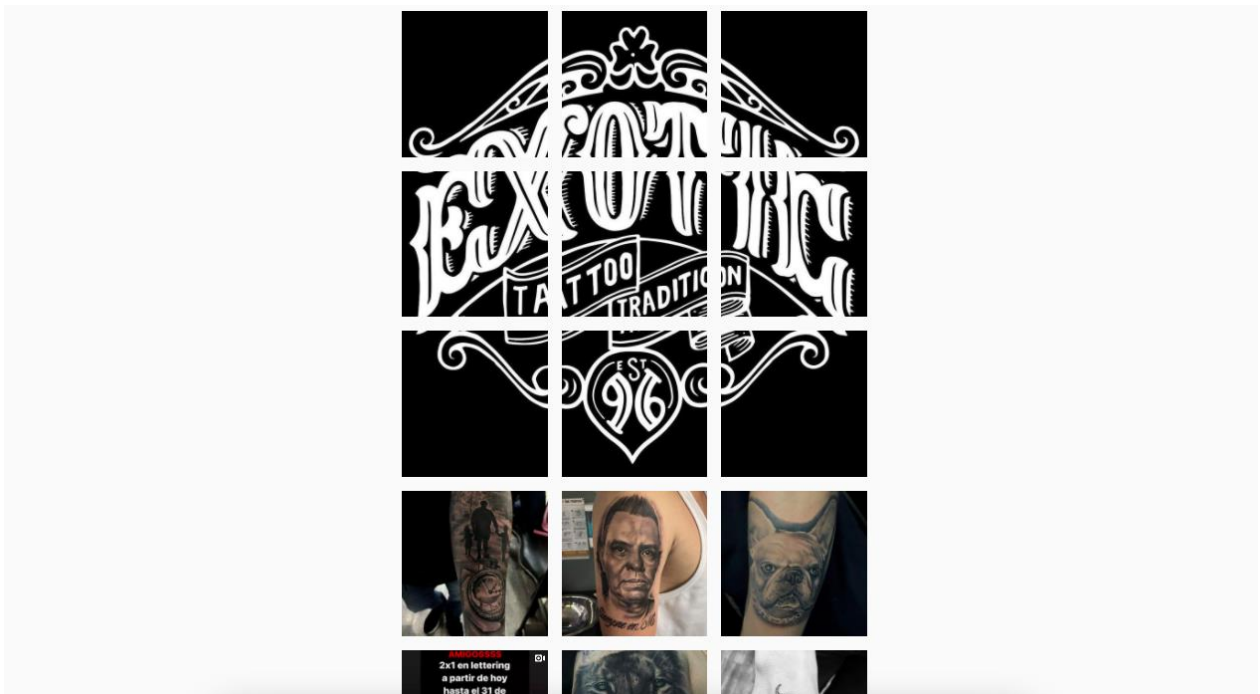
Se encuentran muchas situaciones a considerar, entre ellas:

- Una identidad corporativa de diseño de muy alta calidad por lo que se decide no cambiarla sino seguir la misma línea de diseño en las publicaciones futuras.
- La empresa cuenta con dos Instagram, uno para la empresa con 32.700 seguidores y otro personal del propietario con 12.000 seguidores; Muchos de los seguidores son compartidos por lo cual se entra en la disyuntiva de plantearle al gerente que hacer: conjugarlas solo en la del negocio. aprovechar el alto flujo en ambas cuentas y realizar publicaciones y promociones en ambas.
- Se procede a realizar la primera publicación y se percibe que se realizó previamente un trabajo serio y profesional en las redes de hace más de dos años, pero el mismo se interrumpió luego de un año dando paso a publicaciones de alta calidad, pero sin llegar a ser consideradas profesionales en el manejo de redes; el estado actual es aceptable, pero puede mejorarse considerablemente.
- Como primera publicación se realiza un mosaico de 3x3 imágenes con el logotipo de la empresa para crear una franja visual en las publicaciones que deje un antes y un después totalmente claro e indique de manera tácita un relanzamiento de las redes.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 26 de 35

Gráfico 11

Mosaico Exotic Tattoo (Exotic Tatto, 2021)..



Fuente: Pagina de Instagram Exotic Tattoo, 2021

Exotic Tattoo cumple 25 años en este 2021, por lo cual se genera una campaña de expectativa con una identidad de diseño y con concursos, rifas, promociones y descuentos en los tatuajes.

Dicha campaña está basada en un mensaje simple: en anunciar que este año se cumplen 25 años y que el día 6 de abril es un día importante.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 27 de 35

Se pretende dar información constante y secuencial a lo largo de una semana para incentivar la curiosidad de los seguidores e incrementar el impacto y aprovechar la oportunidad que brinda dicho aniversario para lograr un incremento significativo en los seguidores que reduce en un aumento en las ventas de la empresa.

4. CONCLUSIONES

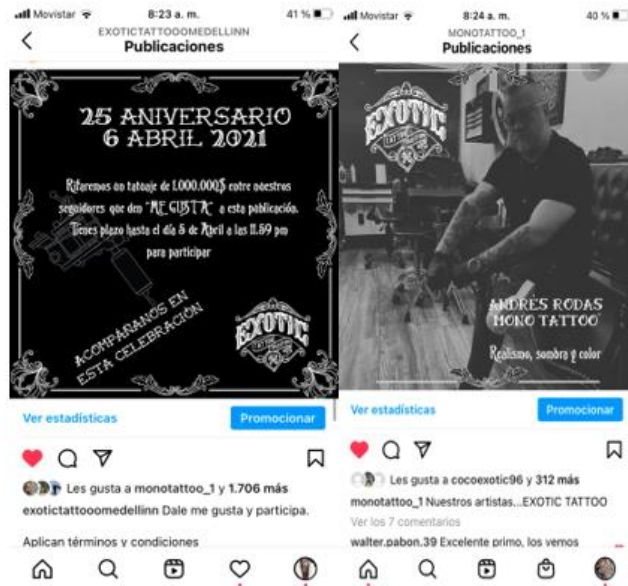
El trabajo realizado arroja unos resultados altamente positivos tanto desde las estadísticas de me gusta e interacciones con las redes sociales como el reflejo en las ventas en la empresa.

- Debe tenerse en cuenta que el trabajo desarrollado, se hizo en época de pandemia y de toques de queda y encierro obligatorio, lo que ocasiona que las ventas bajen considerablemente pues el mayor movimiento de ventas se tiene precisamente en los fines de semana que son los días en que la población no pudo acudir a la calle.
- A pesar del impacto negativo de la pandemia, las ventas se mantuvieron estables debido a las campañas publicitarias y promociones que se realizaron desde las redes sociales.
- Se alcanzaron cifras de éxito rotundo en publicaciones, pasando de un promedio de 40 me gusta hasta llegar a veces a más de 1700 me gusta, 300 me gusta, como lo podemos ver en la siguiente imagen:

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 28 de 35

Gráfico 12

Cambios en cifras de Instagram de Exotic Tatto (Exotic Tatto, 2021).



Fuente: Pagina de Instagram Exotic Tattoo, 2021

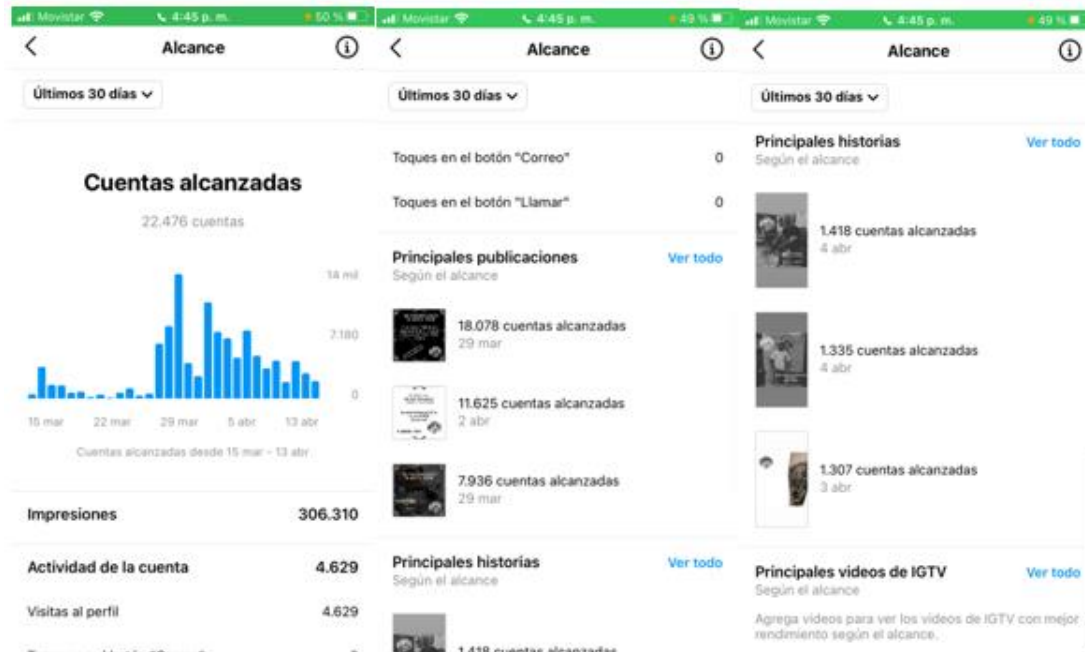
- Como conclusión concreta, tenemos que el trabajo realizado fue un éxito, al cumplir con todos los objetivos propuestos, incrementar el flujo en las redes y tener un impacto positivo en las ventas de la empresa.

A continuación, mostraremos algunas imágenes tomadas directamente de las estadísticas de Instagram que evidencian el impacto positivo del trabajo realizado en las redes sociales:

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 29 de 35

Gráfico 13

Cuentas alcanzadas (Exotic Tatto, 2021).

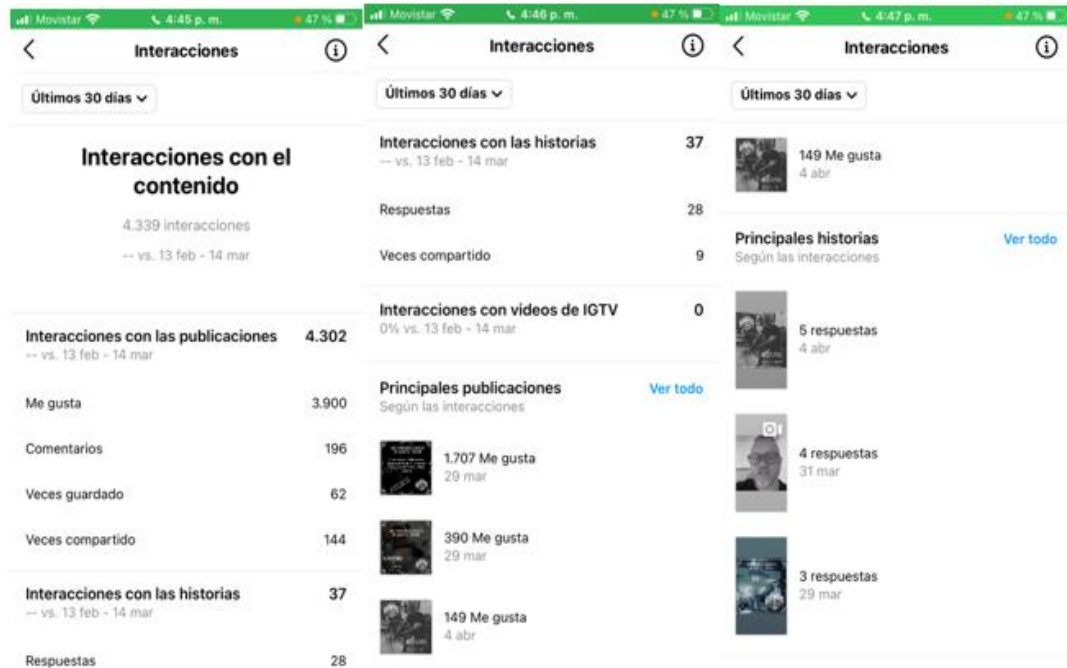


Fuente: Pagina de Instagram Exotic Tattoo, 2021

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 30 de 35

Gráfico 14

Interacciones con el contenido (Exotic Tattoo, Estadísticas finales, 2021).

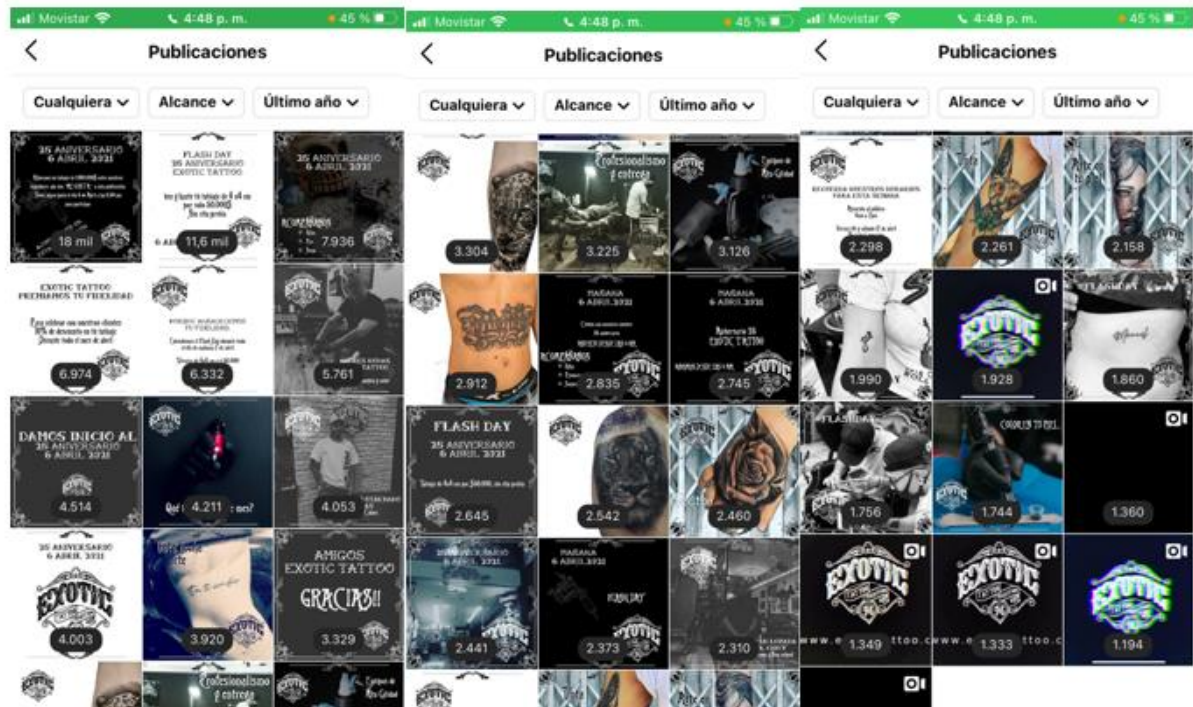


Fuente: Pagina de Instagram Exotic Tattoo, 2021

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 31 de 35

Gráfico 15

Publicaciones realizadas (Exotic Tattoo,2021).

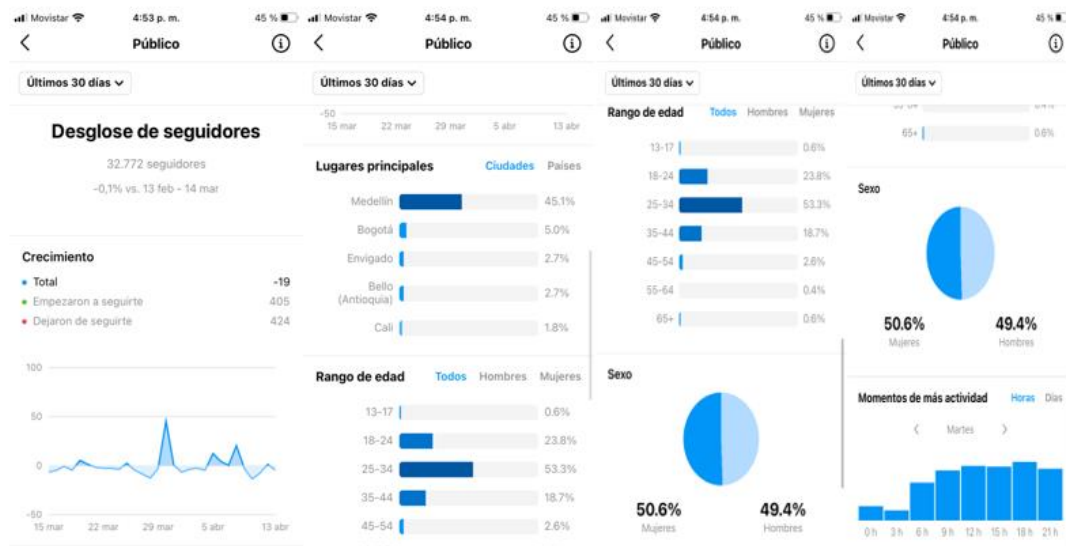


Fuente: Pagina de Instagram Exotic Tattoo, 2021

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	Código: F-DO-0025	
	Versión: 01	
	Página 32 de 35	

Gráfico 16

Desglose de seguidores (Exotic Tattoo, 2021).



Fuente: Pagina de Instagram Exotic Tattoo, 2021

5. RECOMENDACIONES.

Inicialmente se detectó como un problema el hecho que se contara con 2 Instagram, uno personal del gerente de la empresa (con 12.700 seguidores) y el Instagram corporativo de la empresa (con 32.700 seguidores); pero luego de analizarlo, se decidió tomar esta situación en una ventaja y realizar publicaciones en ambas redes sociales y así conjugar sus seguidores y tener un impacto más amplio, recomendamos seguir este camino de realizar publicaciones reflejadas en ambos perfiles.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 33 de 35

- Se debe continuar la misma línea de diseño y diagramación ya que esta concuerda perfectamente con la estética de la empresa y ya ha logrado una recordación de marca entre los clientes.
- Se recomienda usar el concepto de aniversario a lo largo de todo el año. 25 años es una cifra alta y representativa, por lo cual puede usarse dicho concepto para generar promociones y eventos.
- Se recomienda crear un canal de YouTube en el cual se hagan entrevistas a los tatuadores y tatuados, se dicten cursos de tatuaje, se ponga material audiovisual y se explote el potencial que brinda dicho canal
- Se recomienda comprar una cámara Polaroid para tomar fotos de recuerdo al final del proceso de tatuaje y venderlas a los clientes con el objeto de obtener un ingreso extra y generar recordación de marca con la fotografía.
- Se recomienda vincular un software calendario en conjunto con una base de datos de clientes y sus datos de contacto y fecha de cumpleaños, para generar alertas automáticas y enviarles felicitaciones en su día, así como promociones por el cumpleaños; todo esto con el objeto de obtener fidelización de clientes, mercadeo y aumento en las ventas.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 34 de 35

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRAFÍA

Arturo K. (6 de Noviembre de 2019). *crece negocios* . Obtenido de *crece negocios* :

<https://www.crecenegocios.com/mezcla-promocional/>

Exotic Tatto. (2021). *Balance general de Exotic Tattoo*. Medellin .

Exotic Tatto. (2021). *Estadísticas iniciales de Seguidores en Facebook*. Medellin .

Exotic Tatto. (Marzo 28 de 2021). *Instagram*. Obtenido de:

<https://www.instagram.com/exotictattoomedellinn/?hl=es>

Exotic Tattoo. (2021). *Estadísticas finales* . Medellin.

Exotic Tattoo. (2021). *Estadísticas iniciales de Me gusta en Facebook* . Medellin.

Gardey, J. P. (2016). *Definición.de*. Obtenido de Definición.de:

<https://definicion.de/tatuaje/>

Mariana Ramos . (2 de Junio de 2020). *Marketing4ecommerce*. Obtenido de

Marketing4ecommerce: <https://marketing4ecommerce.mx/que-es-el-ecommerce/>

Medina, K. Rosgaby. (27 de Abril de 2020). *Branch*. Obtenido de Branch:

<https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2019-y-2020/>

Station, E. d. (12 de Marzo de 2017). *Redes sociales*. Obtenido de Redes sociales :

<https://www.rdstation.com/co/redes-sociales-2/>

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 35 de 35

Statista. (08 de Abril de 2019). *Statista*. Obtenido de Statista:

<https://es.statista.com/grafico/17632/redes-sociales-con-mas-usuarios-activos-mensuales-en-todo-el-mundo/>

Wanda Mirel Solorio García. (16 de Enero de 2014). *Utel blog Universidad*. Obtenido de

Utel blog Universidad: <https://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/definamos-el-concepto-trabajo-comercial/#:~:text=El%20%C3%A1rea%20comercial%20es%20una,la%20fuente%20principal%20de%20ingresos.>

Firma del estudiante:



Firma del asesor:



Firma del jefe en el Centro de Práctica:

