

**Plan de Marketing Digital para Las Redes Sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn) en el
Sector de Servicios, para la Empresa ASC Consultores**

Danna Catalina Corcho Castillo 1120182021

Laura Viviana Medina Rodríguez 1120182014

Robinson Alejandro Vásquez Molano 1120171068

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Proyecto de Grado

Bogotá, D.C.

2023

Plan de Marketing Digital para Las Redes Sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn) en el Sector de Servicios, para la Empresa ASC Consultores

Danna Catalina Corcho Castillo 1120182021

Laura Viviana Median Rodríguez 1120182014

Robinson Alejandro Vásquez Molano 1120171068

Director

Richard Orlando Buitrago Reyes

Trabajo de grado para optar por el título de Profesional en Mercadeo

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Mercadeo

Bogotá, D.C.

2023

Tabla de Contenidos

INTRODUCCIÓN	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
Título del Proyecto	9
Delimitación del Problema	9
Pregunta de Investigación	9
OBJETIVOS	10
Objetivo general.	10
Objetivos específicos.	10
Justificación	10
Delimitación	11
MARCO DE REFERENCIA	13
Estado del Arte y Antecedentes	13
Marco Teórico	15
Marco Conceptual	17
Marco Institucional	19
<i>Misión.</i>	<i>19</i>
<i>Visión.</i>	<i>19</i>
<i>Valores Corporativos.</i>	<i>19</i>
<i>Objetivos redes sociales (Marketing Digital).</i>	<i>19</i>
<i>Línea del tiempo.</i>	<i>20</i>
Marco Legal	20
MARCO METODOLÓGICO	22
Perfil de los Actores Cargos	22

Número de Actores	23
Formas en que se abordó	25
ANÁLISIS DE RESULTADOS	28
Análisis y Recolección de Datos	28
Diagnóstico de la Empresa Actualmente - DOFA	30
Estrategias de Marketing Para Redes (CM)	32
Expectativas	37
CONCLUSIONES	39
RECOMENDACIONES	40
REFERENCIAS	41
APÉNDICES	44

Lista de Tablas

Tabla 1 Clientes encuestados	26
Tabla 2 Matriz DOFA de ASC Consultores	31

Lista de Figuras

Figura 1 Ubicación geográfica de ASC Consultores, sede Bogotá	11
Figura 2 Ubicación geográfica de ASC Consultores, sede Medellín	12
Figura 3 Línea de tiempo de ASC Consultores	20
Figura 4 Primera pregunta: nivel de satisfacción de los clientes de ASC Consultores	28
Figura 5 Segunda pregunta: Resolución de PQRS a tiempo.	29
Figura 6 Tercera pregunta: Asertividad de los profesionales de ASC Consultores	29
Figura 7 Probabilidades de recomendar los servicios de ASC Consultores según sus clientes	30
Figura 8 Parrilla de Contenidos	34
Figura 9 Calendario del mes de marzo del 01 al 10 de contenidos	35
Figura 10 Calendario del mes de marzo del 13 al 26 de contenidos	35
Figura 11 Calendario del mes de marzo del 27 al 31 de contenidos	35
Figura 12 Ejemplo de contenido informativo de ASC Consultores en redes sociales	36
Figura 13 Pieza informativa sobre servicio SG-SST de ASC Consultores	36
Figura 14 Pieza informativa relacionada con SG-SST y normativa legal	37
Figura 15 Pieza informativa sobre implementación norma ISO 9001	37
Figura 16 Estadísticas Meta Facebook de ASC Consultores	38

Resumen

El marketing digital es una parte fundamental para cualquier empresa que desee posicionarse en el mercado y llegar a su público objetivo. En el caso de las redes sociales, éstas se han convertido en un canal indispensable para cualquier estrategia debido a la gran cantidad de usuarios que las utilizan diariamente. En cuanto al sector de servicios, es importante tener en cuenta que el marketing digital para este tipo de empresas se enfoca en la promoción de los servicios ofrecidos, la generación de confianza y la fidelización de los clientes. En este sentido, el plan de marketing digital para redes sociales debe incluir las siguientes acciones:

Es fundamental conocer a quién se dirige la estrategia para poder crear contenidos relevantes y adaptados a sus necesidades y preferencias. Selección de las redes sociales adecuadas: no todas las redes sociales son adecuadas para todas las empresas, por lo que se debe elegir aquellas que sean más efectivas para el público objetivo y los objetivos de la empresa. En el caso de ASC Consultores, Facebook, Instagram y LinkedIn son redes sociales adecuadas para llegar a su público objetivo.

Contenidos atractivos y relevantes: se generaron contenidos que llamaron la atención del público objetivo y que estén alineados con los servicios ofrecidos por ASC Consultores. Es importante que los contenidos sean variados y que incluyan información sobre los servicios ofrecidos, casos de éxito, noticias relevantes del sector.

Publicación constante de contenidos: la frecuencia de publicación de Estrategias Digitales dependerá de la red social elegida y del público objetivo. se utilizaron diferentes herramientas de promoción en las redes sociales para aumentar el alcance de los contenidos y llegar a un público más amplio. Interacción con los usuarios: se respondieron a las preguntas y comentarios de los usuarios para generar confianza y fidelización.

Medición de resultados: se midieron los resultados de la estrategia de marketing digital para conocer su efectividad y poder ajustarla si es necesario. El plan de marketing digital para redes sociales en el sector de servicios para la empresa ASC Consultores incluyó la definición del público objetivo, la selección de las redes sociales adecuadas, la creación de contenidos atractivos y relevantes, la publicación constante de contenidos, la promoción de contenidos, la interacción con los usuarios y la medición de resultados.

Palabras clave: Marketing digital, estrategia digital, redes sociales, social media.

Summary

The Digital marketing is a fundamental part for any company that wants to position itself in the market and reach its target audience. In the case of social networks, they have become an essential channel for any strategy due to the large number of users who use them daily. Regarding the service sector, it is important to take into account that digital marketing for this type of company focuses on promoting the services offered, building trust and customer loyalty. In this sense, the digital marketing plan for social networks must include the following actions:

It is essential to know who the strategy is aimed at in order to create relevant content adapted to their needs and preferences. Selection of the right social networks: not all social networks are suitable for all companies, so you must choose those that are most effective for the target audience and the objectives of the company. In the case of ASC Consultores, Facebook, Instagram and LinkedIn are suitable social networks to reach their target audience.

Attractive and relevant content: content was generated that caught the attention of the target audience and that is aligned with the services offered by ASC Consultores. It is important that the contents are varied and that they include information on the services offered, success stories, and relevant news from the sector.

Constant publication of content: the frequency of publication of Digital Strategies will depend on the chosen social network and the target audience. Different promotional tools were used on social networks to increase the reach of the content and reach a wider audience. Interaction with users: questions and comments from users were answered to build trust and loyalty.

Measurement of results: the results of the digital marketing strategy were measured to know its effectiveness and to be able to adjust it if necessary. In short, the digital marketing plan for social networks in the services sector for the company ASC Consultores included the definition of the target audience, the selection of the appropriate social networks, the creation of attractive and relevant content, the constant publication of content, content promotion, interaction with users and measurement of results.

Keywords: Digital marketing, digital strategy, social networks, social media.

INTRODUCCIÓN

Con el objetivo de aplicar un plan de marketing para la empresa colombiana ASC Consultores SAS, perteneciente al sector de servicios en consultoría ubicada en las ciudades de Bogotá y Medellín, constituida el 20 de junio del año 2016, Definir objetivos: Lo primero que debemos hacer es definir los objetivos que queremos alcanzar con nuestra estrategia de marketing digital. Por ejemplo, podemos buscar aumentar las ventas de nuestros servicios, aumentar el número de clientes potenciales, mejorar la visibilidad de nuestra marca, entre otros.

La presencia de las empresas en las redes sociales se ha convertido en una necesidad en la actualidad debido a la gran cantidad de usuarios que utilizan estas plataformas a diario. En este contexto, el marketing digital para redes sociales se ha convertido en una herramienta fundamental para cualquier empresa que desee posicionarse en el mercado y llegar a su público objetivo.

El sector de servicios no es la excepción y, en este sentido, la empresa ASC Consultores necesita de una estrategia de marketing digital para redes sociales que le permita promocionar sus servicios, generar confianza y fidelización de sus clientes.

El objetivo de esta tesis es elaborar un plan de marketing digital para las redes sociales Facebook, Instagram y LinkedIn en el sector de servicios, específicamente para la empresa ASC Consultores. Este plan incluirá la definición del público objetivo, la selección de las redes sociales adecuadas, la creación de contenidos atractivos y relevantes, la publicación constante de contenidos, la promoción de contenidos, la interacción con los usuarios y la medición de resultados.

La importancia de este estudio radica en la necesidad de las empresas de contar con una presencia efectiva en las redes sociales y de aprovechar las ventajas que estas plataformas ofrecen para llegar a su público objetivo de manera más efectiva y generar mayores beneficios.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Título del Proyecto

Plan de marketing digital para las redes sociales (Facebook, Instagram LinkedIn Colombia) en el sector de servicios, para la empresa ASC Consultores.

Delimitación del Problema

ASC Consultores SAS es una compañía constituida el 20 de junio del 2016 en la ciudad de Bogotá que desde su constitución ha ejecutado distintas estrategias comerciales como lo son asistir a congresos de diferentes agremiaciones (ACES, CONFVIP) del sector de la vigilancia, telemarketing y barridos en frío, logrando así obtener un crecimiento importante. Para el 2023 la dirección comercial proyectó alcanzar un incremento de ventas considerablemente alto, razón por la cual decidió implementar un área de marketing en la compañía con el fin de impulsar las ventas.

Según un informe del 3 de diciembre de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, en postpandemia las ventas por internet en el país tuvieron un crecimiento del 30.2% para el año 2020 en medio de la pandemia del COVID- 19, mientras que el crecimiento de ventas y búsqueda de producto y/o servicios incrementó 79.4% (Revista La República, 2021). Esto demuestra que el comportamiento de los clientes está cada día más enfocado hacia los canales de búsqueda en Google y las redes sociales, por lo cual las compañías apuestan por implementar este tipo de estrategias digitales pues les es más accesible hallar clientes potenciales y tener un crecimiento acelerado.

Por lo anterior es importante que la empresa ASC Consultores lleve a cabo estrategias digitales que a partir de las métricas y el alcance de las campañas demuestren resultados más eficientes y económicos, con el fin de que la empresa obtenga mayor posicionamiento en el mercado y fortalezca su estrategia comercial.

Pregunta de Investigación

¿Cómo beneficia la implementación de un plan de marketing en redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn) para la empresa ASC Consultores?

OBJETIVOS

Objetivo general.

Implementar un plan de marketing digital para las redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn) en el sector servicio, para la empresa ASC consultores.

Objetivos específicos.

- Diagnosticar la situación actual en el sector servicio para la empresa ASC Consultores S.A.S con herramientas que midan la marca, el consumo y el servicio.
- Diseñar el plan de marketing digital teniendo en cuenta las redes sociales de ASC Consultores dispuestas (Facebook, Instagram, LinkedIn) y el sector servicios.
- Desarrollar el plan de marketing digital considerando las redes sociales dispuestas (Facebook, Instagram, LinkedIn) y el sector servicios.
- Implementar el Plan de marketing digital considerando las redes sociales dispuestas (Facebook, Instagram, LinkedIn) y el sector servicios.

Justificación

Se radica en la importancia del marketing digital para las empresas, en especial para el sector de servicios, y la necesidad de las empresas de contar con una estrategia efectiva en las redes sociales para poder llegar a su público objetivo y generar mayores beneficios.

En el caso de ASC Consultores, se aplicó un plan de marketing digital para redes sociales que le permita promocionar sus servicios y llegar a su público objetivo de manera más efectiva, generando confianza y fidelización de sus clientes.

Además, el estudio de esta tesis permitió conocer las mejores prácticas en el uso de las redes sociales para el sector de servicios y aplicarlas de manera efectiva para lograr los objetivos de la empresa.

Por otro lado, la aplicación de este plan de marketing digital para redes sociales en el sector de servicios para la empresa ASC Consultores puede ser de gran utilidad para otras empresas del mismo sector que estén interesadas en contar con una estrategia efectiva en las redes sociales.

En definitiva, esta tesis es relevante debido a la importancia que tiene el marketing digital en la actualidad y la necesidad de las empresas de contar con una estrategia efectiva en las redes sociales para llegar a su público objetivo y generar mayores beneficios.

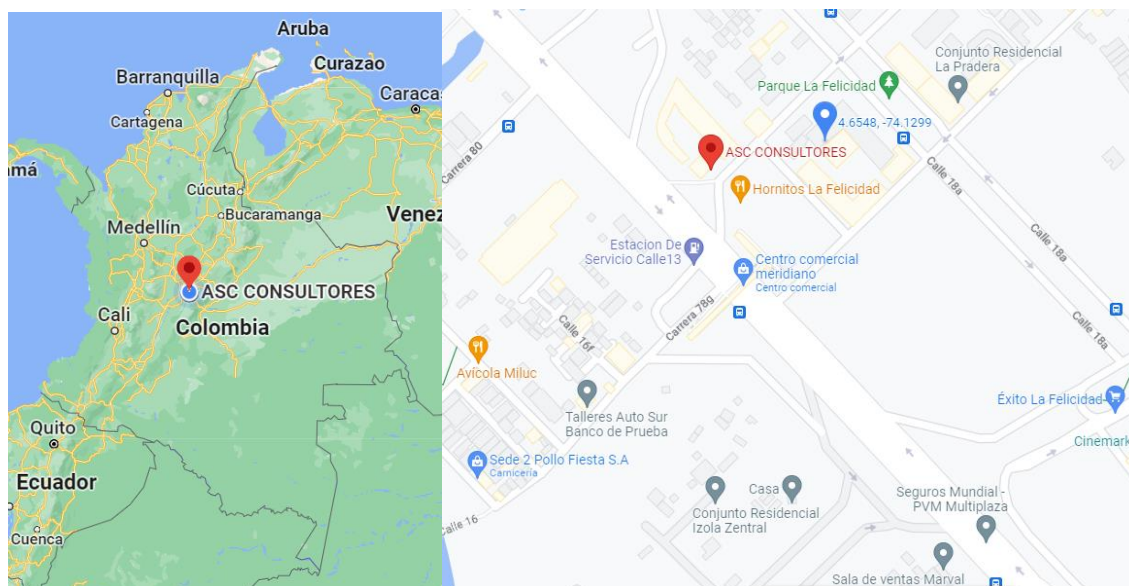
Delimitación

La empresa colombiana ASC Consultores SAS, perteneciente al sector de servicios en consultoría, constituida el 6 de junio del año 2016 cuya dedicación es el acompañamiento y administración de sistemas de gestión integral como ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001.

Su sede principal está ubicada en Bogotá: Barrio La Felicidad - Carrera 78 No. 17-57, Oficina 509 - Centro Empresarial Meridiano 13.

Figura 1

Ubicación geográfica de ASC Consultores, sede Bogotá



Nota: Adaptado de [Ubicación de ASC Consultores, sede Bogotá], de Google, s.f.-a, <https://goo.gl/maps/keMyGdK1s3Z9fUF78>. Todos los derechos reservados 2023 por Google. Adaptado con permiso del autor.

La segunda sede de ASC Consultores se encuentra en la ciudad de Medellín: Barrio Suramericana - Calle 49 No. 65A-01

Figura 2

Ubicación geográfica de ASC Consultores, sede Medellín



Nota: Adaptado de [Ubicación de ASC Consultores, sede Medellín], de Google, s.f.-b, <https://goo.gl/maps/ND9xoGCoxPZpxDt47>. Todos los derechos reservados 2023 por Google. Adaptado con permiso del autor.

MARCO DE REFERENCIA

Estado del Arte y Antecedentes

Las redes sociales son un medio masivo que nos ayuda a mantener informados a los clientes, fidelizando cada vez más a los usuarios por medio de contenidos de valor que llamen su atención, analizar el comportamiento de los espectadores por medio de las estadísticas de redes sociales, segmentando según los intereses, gustos o preferencias de cada uno de los usuarios.

A su vez, es claro que aun no conoceremos al 100% las redes sociales, esto se debe a que la tecnología, las actualizaciones y el social media están en constante cambio, permitiendo visualizar diariamente cambios en la configuración de las redes y tecnologías que hoy en día están al alcance de cada persona.

El autor Grisel Gamarra (2022) interpreta que el marketing digital permite hablarles a las personas o a futuros clientes por medio de emociones o sentimientos, haciendo que se sientan más identificados con lo que se ofrece. En sus palabras “El objetivo del Marketing Digital es seducir a las personas por medio de información digital, siendo más eficiente en la que el marketing convencional” (Gamarra, 2022, pág. 63).

Esta premisa se complementa con la percepción del autor Grisel Gamarra Prologó de Alejandro Ambrad ara quien el marketing es amor, medio por el cual conectamos con las personas sin conocerlas.

Hoy en día a las empresas más convencionales y antiguas se les ha exigido adaptarse a los cambios tecnológicos que diariamente evolucionan. Así, se inmiscuyen en los medios digitales, concretamente las redes sociales, con el propósito de aumentar sus ventas, reconocimiento en el mercado y posicionamiento de la marca.

Las estrategias digitales y sus beneficios para las empresas, se afirma que:

Las organizaciones perciben al comercio electrónico como un mecanismo para llegar a sus stakeholders de manera directa facilitando así el éxito de la transacción desde cualquier punto del mundo (Guzmán, Gil & Carot, 2013). El objetivo del artículo es establecer cómo las organizaciones han adoptado esta estrategia para mejorar la

eficiencia en la comercialización de sus productos y servicios. (Guzmán Duque & Albreo Villamizar, 2017, pág. 1)

A su vez, sobre el impacto de las redes sociales en las actividades de marketing, se constata:

Este trabajo se fundamentó en el interés por aprender sobre el manejo de las redes sociales, específicamente de Instagram, teniendo en cuenta que es uno de los medios más efectivos para ejecutar actividades de marketing, en tanto que permite la creación de contenido de valor para clientes o usuarios que navegan en contexto digital. Desde que se lanzó al público en el año 2010, llegó rápidamente a un millón de usuarios. El crecimiento exponencial que ha tenido esta plataforma digital ha permitido que llegue rápidamente a los 400 millones de usuarios en el 2016. En Latinoamérica, es la tercera red social más usada después de Facebook y YouTube (Castro, 2015). (Cruz Rojas, Hernández Rojas, & Naranjo Zuleta, 2022)

Con respecto al modelo de negocio de las pymes que implementan el SG-SST, se dice:

La creación de un modelo de negocio para apoyar principalmente a las micro y pequeñas empresas interesadas en implementar el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo, en donde “la racionalización y simplificación del ordenamiento jurídico es una de las principales herramientas para asegurar la eficiencia económica y social (Decreto 1072, 2015) es el principal objetivo de este trabajo.

Para ello, se realizó una revisión teórica, normativa e histórica sobre la seguridad y salud del trabajo en Colombia. Este modelo de negocio busca crear un espacio en el mercado por medio de una aplicación móvil, generando mayor número de clientes para las empresas, beneficiando todos los segmentos de mercados y a una amplia gama de asesores en el país, sentando una base estructurada y estableciendo un emprendimiento competitivo.

El modelo procura reducir los costos de un servicio que se puede tercerizar, mediante la interacción entre el usuario y la plataforma virtual. En este trabajo se establece, como una propuesta de valor, la evaluación de los requisitos mínimos del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, que permite tener un diagnóstico inicial sobre la implementación del mismo. (López Insuasty, 2018, pág. 5)

Marco Teórico

El marketing digital para redes sociales se ha convertido en una herramienta fundamental para las empresas que desean llegar a su público objetivo de manera efectiva y generar mayores beneficios. A continuación, se presentan algunos conceptos clave del marco teórico para la elaboración de un plan de marketing digital para las redes sociales Facebook, Instagram y LinkedIn en el sector de servicios:

El marketing se define como un abanico de tecnologías destinadas a generar canales de comunicación personalizados. Se apunta a cada cliente potencial y existente que se segmentó previamente. Promover y mantener un producto, servicio o idea en la mente de los consumidores. Para ello, diversos canales de comunicación directos y virtuales (Directo, 2015).

Por ejemplo, Hunt (2007) sugiere que el marketing como Las organizaciones no aceptan la noción aceptada de que el marketing es más que tecnología. es ingresado; es decir, no reconoce ni aclara explícitamente. Marketing que involucra directamente al público. en la misma línea Zinkhan y Williams (2007) sugieren que para definir el marketing de esta manera. En pocas palabras, no destaca el fenómeno social más amplio que afecta a todo su contenido.

Redes sociales: Son plataformas digitales que permiten a los usuarios conectarse, interactuar y compartir información. Algunas de las más populares son Facebook, Instagram y LinkedIn.

Entre las innovaciones más utilizadas en estos procesos encontramos: registro de necesidades formativas, gestores de tareas, comunicación, formas de realizar entrevistas online, plataformas de gestión de candidatos, software de colaboración, etc. Hoy en día, el uso de las redes sociales en línea como herramienta y oportunidad de reclutamiento no solo es una nueva oportunidad para los reclutadores, sino también una estrategia comercial cuya reducción de costos es una gran ventaja para las micro y pequeñas empresas (González, 2005).

Marketing digital: Es la aplicación de estrategias de marketing en medios digitales, como redes sociales, buscadores, email marketing, entre otros.

Si la empresa quiere establecer una relación a largo plazo que sea mutuamente satisfactoria. Usuarios clave (como proveedores o clientes) que requieren estrategias alternativas. Basado en la web. En particular, las empresas deben esforzarse por desarrollar relaciones digitales. Utilice estrategias publicitarias creadas conjuntamente que enfatizan el contenido y el significado. Con La

comunicación verbal puede ser particularmente útil para este propósito. Por supuesto las empresas siempre han hablado con sus clientes; la diferencia esencial entre el pasado y el presente es que las herramientas de comunicación en línea ahora lo permiten los clientes responden a las empresas; Esto presiona a las empresas para que adopten uno más digitales (Mangold y Faulds, 2009).

En respuesta, algunas empresas han introducido Tecnologías web 2.0. En base a esto, la participación de las tecnologías de la información La comunicación en las campañas de marketing ha creado una nueva En cambio, un modelo llamado marketing digital se define como un nuevo modelo de marketing. Tradicional Kaufman y Horton (2015). Actividades generales de marketing Uso de tecnologías de la información y la comunicación y herramientas digitales Se puede considerar como marketing digital (Roopa et al., 2015).

Público objetivo: Es el grupo de personas que la empresa desea alcanzar con su estrategia de marketing y que tienen características demográficas, geográficas, psicográficas y conductuales específicas.

Marketing que se enfoca en el público objetivo al que desea llegar Tres pasos básicos:

Identificar y analizar los perfiles de diferentes grupos de consumidores que podrían estar interesados en un producto en particular Oferta de producto o empresa (segmentación de mercado).

- Evaluar y seleccionar uno o más segmentos de mercado (definición pública El objetivo).
- Determinar y comunicar las ventajas especiales del producto en el mercado específico (posicionar el producto en el mercado. Keegan, W. J., & Soler, D. C. (2019). Marketing global (No. 658.8 K4Y 1995). Prentice Hall.

Contenidos atractivos y relevantes: Es fundamental crear contenidos que llamen la atención de los usuarios y sean relevantes para ellos. Esto puede incluir publicaciones de texto, imágenes, videos y otros tipos de contenidos.

Además, el objetivo de esta técnica es asegurar que los consumidores reciban información, publicidad o contenido, y compartir. En este sentido, el autor destaca muchos ejemplos, pero Tienen las siguientes características: Proporcionan información esencial sobre Infórmese, comente/comparta, proporcione entretenimiento, comedia y/o Atractivos elementos audiovisuales. Contenido relevante en esta sección de publicación relacionada con estrategias de marketing

Es una estrategia de desarrollo de marketing viral y el método que sugiere. Nivel Nuestra estrategia: 1) Incentivar a los consumidores/usuarios a promover la cadena Bienes que cuenten con mecanismos que impliquen la transmisión de información. 2) Impulsa la visibilidad recompensando a los retuiteros. 3) Generar información que promueva rumor o controversia, por lo tanto, Fomente la retroalimentación 4) Permita que los usuarios creen y administren Su propia base de datos de usuarios a los que pueden enviar mensajes. Maqueira, J. M., & Bruque, S. (2009). Marketing 2.0: el nuevo marketing en la web de las redes sociales (pp. 106-110). Ra-Ma.

Publicación constante de contenidos: Es importante mantener una frecuencia de publicación constante para mantener a los usuarios interesados y comprometidos con la marca. **Promoción de contenidos:** La promoción de contenidos a través de publicidad pagada puede ayudar a aumentar la visibilidad de la empresa y llegar a un público más amplio. **Interacción con los usuarios:** Es fundamental responder a los comentarios y mensajes de los usuarios, para generar una relación de confianza y fidelización. **Medición de resultados:** Es importante medir los resultados de la estrategia de marketing digital para redes sociales, para conocer el impacto que está teniendo en la empresa y hacer ajustes en caso de ser necesario.

Marco Conceptual

- **Calidad** “Según Kotler y Armstrong (2013) la calidad se vincula con el valor y la satisfacción del cliente. Contrariamente, numerosos especialistas y organizaciones indican que la calidad precede a la satisfacción, tales como The International Organization for Standardiz.” (Morillo Moreno & Morillo Moreno, 2016)
- **Estrategia** “es el patrón de los movimientos de la organización y de los enfoques de la dirección que se usa para lograr los objetivos organizacionales y para luchar por la misión de la organización” (Thompson y Strickland, 1998, como se citó en Castellanos Castillo & Castellanos Machado, 2011, pág. 9)
- **Social media marketing** “es definido como una nueva herramienta que fomenta la alta atención y la participación de los consumidores a través de redes sociales” (Jara et al., 2014, como se citó en Sánchez Jiménez, Fernández Alles, & Mier-Terán Franco, 2018, pág. 45).
- **Community Manager** “coordinan y gestionan las acciones de social media marketing llevadas a cabo por la empresa, los considera como una posición directiva que

identifica amenazas u oportunidades y las integra en las estrategias de negocio de la empresa tomando decisiones en conjunto con otros departamentos” (Sanz, 2012, como se citó en Sánchez Jiménez, Fernández Alles, & Mier-Terán Franco, 2018, pág. 52)

- **“Instagram** es una red social que se basa en el intercambio de imágenes y videos de corta duración entre usuarios. De hecho, se autodefine como una manera rápida y peculiar de compartir tu vida con amigos a través de una serie de imágenes” (Instagram, 2016, como se citó en Torres Carmona, 2017, pág. 11).
- **Facebook** es una red social gratuita que permite a los usuarios interconectarse para interactuar y compartir contenidos a través de internet. (Meta, s.f.)
- **LinkedIn** lidera un negocio diversificado con ingresos de suscripciones de membresía, ventas de publicidad y soluciones de reclutamiento bajo el liderazgo de Ryan Roslansky. (LinkedIn, s.f.)

Marco Institucional

Misión.

Brindamos servicio de asesoría y consultoría especializada de alta calidad para la implementación de sistemas de gestión integral, con acompañamiento de profesionales que actúan bajo los lineamientos de la ética y el compromiso, para lograr la satisfacción de todos nuestros clientes y partes interesadas, aportando conocimiento, experiencia e innovación en la prestación de nuestro servicio.

Visión.

ASC CONSULTORES será una organización consolidada en el sector de servicios profesionales, en la ciudad de Bogotá con ampliación a nivel nacional comprometida con sus clientes internos y externos y demás partes interesadas.

Valores Corporativos.

El logo de ASC CONSULTORES representa los Tres pilares de la compañía. El compromiso siempre con nuestros clientes, la ética presente en cada proyecto y la innovación en nuestro trabajo. El trébol igualmente simboliza equilibrio y cuidado con el medio ambiente.

Objetivos redes sociales (Marketing Digital).

Objetivo general

Posicionarse en el mercado por medio de las redes sociales, como una empresa que ofrece servicios de alta calidad.

Objetivos específicos

- Evidenciar los beneficios y ventajas que tiene ASC Consultores con sus clientes.
- Conseguir tráfico y retención de clientes por medio de las redes sociales.
- Impulsar las redes por medio de contenidos efímeros y dinámicos que llamen la atención de las personas.

Línea del tiempo.

Figura 3

Línea de tiempo de ASC Consultores



Nota: Línea del Tiempo, realizada por los autores.

Marco Legal

Habeas Data Ley 1581 del 2012: “La ley tiene por objeto desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma” (Art. 1, Ley 1581, 2012)

Decreto 1072 del 2015 SGSST: integrar con el sistema de gestión de calidad ya existente; se culmina con el diseño de las directrices fundamentales e inicia la fase de implementación del Sistema de Gestión de seguridad y Salud en el trabajo, como resultado. (Martínez Zorro, 2017)

Ley 23 de 1982: Esta Ley protege exclusivamente la forma literaria, plástica o sonora, como las ideas del autor son descritas, explicadas, ilustradas o incorporadas en las obras literarias, científicas y artísticas. de Bogotá, C. D. C. (2010). (Art. 6, Ley 23 de 1982)

Resolución 0312 de 2019: “La sistematización de la práctica profesional es la oportunidad de construir y experimentar situaciones donde se hace un análisis situacional de la empresa y de allí se parte para plantear planes de mejora y de acción para hacer una intervención efectiva partiendo de los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera profesional” (Toro Pineda, 2019)

Normas, resoluciones, reglas y decretos que cobijan las decisiones solo de Marketing que se tomen para el proyecto, de portafolio de productos y de asignación de zonas o de regiones ya sean nacionales o internacionales.

MARCO METODOLÓGICO

La presente investigación es de enfoque mixto ya que se evalúan los comportamientos de las personas interesadas frente a las estadísticas de las redes sociales mediante la aplicación Meta de Facebook y el análisis de estadísticas, por medio de diferentes herramientas digitales que nos indicaron si las estrategias que se estaba aplicando era la indicada para nuestro público objetivo. De esta forma, se analizaron los datos para mejorar el tipo de comunicación, conociendo así los temas de interés de las personas o empresas a las que se quieren atraer por medio de este canal de comunicación.

Ahora bien; se constató que la población a la que se quería llegar tenía dos características importantes, la primera de ellas es que la empresa tenga intereses en implementar el Sistema Integrado de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo; la segunda es tener población sobre el territorio colombiano, debido a que la empresa cuenta con dos sedes principales y con proyecciones a abrir más sedes en Colombia.

Cada una de las estrategias implementadas nos permitieron tener gran rotación de información de calidad en las redes sociales de ASC Consultores, generando interés y atracción por medio de estas.

Perfil de los Actores Cargos

Entre las responsabilidades del encargado de rectificar los procesos en una empresa de consultoría se incluyen:

- Identificar los procesos críticos: El primer paso es identificar los procedimientos que requieren mayor atención por parte de la organización y aquellos que pueden ser mejorados.
- Analizar los procesos existentes: Identifica los puntos débiles y las áreas de mejora.
- Diseñar soluciones: Una vez identificados los puntos críticos, el responsable debe diseñar soluciones efectivas para mejorar los procesos.
- Implementar mejoras: Después de diseñar las soluciones, el responsable implementa las mejoras, asegurándose de que se lleven a cabo de manera efectiva.
- Monitorear y medir el éxito: Una vez implementadas las mejoras, el responsable debe monitorear y medir el éxito de los nuevos procesos, y hacer ajustes si es necesario.

- Capacitar al personal: Es importante capacitar al personal de la empresa de consultoría para asegurar que comprendan los nuevos procesos y estén en capacidad de aplicarlos de manera efectiva.

En resumen, el responsable de rectificar los procesos en una empresa de consultoría es el encargado de liderar la mejora continua en la organización, a través de la identificación de los puntos débiles en los procesos y la implementación de soluciones efectivas para mejorarlos. Este rol es fundamental para mantener la eficacia y eficiencia en los servicios de consultoría que ofrece la empresa.

Número de Actores

La aplicación trimestral de una encuesta de satisfacción del cliente indica una preocupación por parte de la empresa por conocer y mejorar la percepción que tienen los clientes frente a esta. Para aplicarla es importante tener en cuenta varios aspectos:

Objetivos: Tener claros los objetivos de la encuesta, ya sea para conocer la satisfacción de los clientes con un servicio en particular, con la atención al cliente, entre otros aspectos. Esto permitirá enfocar la encuesta de manera adecuada.

Se diseño una encuesta: Esta permite obtener información valiosa de los clientes. Se caracteriza por ser sencilla de responder y que no sea fatigante, por lo cual se incluyen preguntas abiertas y cerradas, escalas de valoración, entre otras.

Investigación previa: Es cualitativa o cuantitativa y se utiliza para conocer los aspectos más relevantes a considerar en la encuesta. Puede incluir entrevistas a clientes, análisis de redes sociales, entre otros.

Estudio de casos: Es una herramienta importante para entender cómo los clientes interactúan con la empresa y cómo esta puede mejorar su experiencia. En este sentido, se pueden analizar casos específicos de clientes insatisfechos para entender las causas y diseñar estrategias para evitar situaciones similares.

Análisis de resultados: Permite identificar los aspectos críticos en los que se debe enfocar la mejora continua. Se pueden utilizar herramientas estadísticas para analizar los datos obtenidos.

El análisis de los datos obtenidos a través de una encuesta de satisfacción del cliente, que utiliza un instrumento cuestionario encuesta, se puede realizar mediante una investigación de mercado cuantitativa probabilística sistematizado. En esta se utiliza una muestra representativa de la población objetivo, seleccionada de manera aleatoria, para poder obtener resultados que puedan ser generalizados al universo total de la población.

El análisis de los datos obtenidos a través de una investigación cuantitativa probabilística se realiza mediante la aplicación de técnicas estadísticas que permiten conocer la frecuencia y distribución de las respuestas obtenidas, así como las relaciones entre las diferentes variables analizadas. En el caso de la encuesta de satisfacción del cliente, algunas de las técnicas estadísticas que se pueden utilizar son:

- Análisis de frecuencias: Se utiliza para conocer la distribución de las respuestas a las preguntas de la encuesta. Permite identificar los aspectos más importantes para los clientes y las áreas en las que se deben enfocar las mejoras.
- Análisis de correlación: Permite conocer la relación entre dos o más variables. En el caso de la encuesta de satisfacción del cliente, se puede utilizar para analizar la relación entre la satisfacción y otras variables, como la edad, el género, entre otras.
- Análisis de regresión: Permite conocer la relación entre una variable independiente y una variable dependiente. En el caso de la encuesta de satisfacción del cliente, se puede utilizar para analizar la relación entre la satisfacción y otras variables, como la calidad del servicio o la atención al cliente.
- Análisis de segmentación: Permite identificar grupos homogéneos de clientes en función de sus características y comportamientos. Esto puede ser útil para diseñar estrategias de marketing específicas para cada segmento.

La matriz DOFA se utilizó para analizar estos cuatro elementos y desarrollar estrategias que permitan a la empresa aprovechar sus fortalezas y oportunidades, mientras minimiza sus debilidades y amenazas. El análisis DOFA se realizó a través de una serie de pasos:

- Identificar los factores internos y externos relevantes
- Análisis de las fortalezas y debilidades: Implica determinar los recursos, habilidades y competencias que la empresa tiene y evaluar su efectividad.

- Establecer las oportunidades y amenazas como los cambios en el mercado, en la regulación o en la tecnología que pueden afectar la empresa.
- Relación de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas: Se precisó las posibles estrategias que permiten a la empresa aprovechar sus fortalezas y oportunidades, mientras minimiza sus debilidades y amenazas.
- Desarrollo de planes de acción para implementar las estrategias identificadas en la matriz DOFA.

Formas en que se abordó

La encuesta se realizó por medio Google Forms, se entregó vía correo electrónico corporativo y por medio del WhatsApp Bussines para un total de 33 encuestas enviadas a los siguientes clientes:

Tabla 1*Clientes encuestados*

1	Alarms Eterna LTDA
2	A&M system and services
3	Alejandro soluciones de tecnología
4	Renetur SA
5	Creative Group SAS
6	Conjunto TorreHayuelos
7	Gestión Logística Multicanal Cargo SAS
8	Seguridad privada y vigilancia Allianz Seguridad LTDA
9	Allianz Seguridad Ltda.
10	Parque Residencial Sol Naciente
11	Agilitix SAS
12	Conjunto residencial Torrecolina
13	Empresa de transportes Royal Pass SAS
14	Hernando Llano Jaimes
15	Serviespeciales tour S.A
16	Copriquin SAS
17	Seguridad virtual LTDA

18	Sumipor SAS
19	Internacional logística SAS
20	José pulido becerra
21	Administradora Andes LTDA
22	Icaro Colombia S. A.S.
23	Línea Express de carga LTDA
24	North carga SAS
25	Grafitinta SA
26	Conjunto Versalles Reservado
27	Agrupación de vivienda el Pinar de suba segunda etapa agrupación E
28	ZITROTECH SAS
29	Mazurén 22
30	Premidal SAS
31	Transporte nuevo rumbo LTDA
32	Química fina S.A.
33	Consolidar HTC SAS

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Análisis y Recolección de Datos

Gracias a la herramienta Google Forms, “aplicando estadística descriptiva”, se obtuvieron los resultados de la aplicación de las encuestas de satisfacción del cliente, se evidencio el reconocimiento de la marca y la calidad de la prestación del servicio. Es por eso que las estrategias en las redes sociales fidelizan y atraen nuevos clientes por medios de contenidos interactivos, informativos, historias de éxito entre otros, lo que nos permitió analizar que debido a la mayor participación en redes sociales, el cliente ya tiene la capacidad de reconocer ASC CONSULTORES como una empresa asesora profesional en sistemas de Gestión Integral.

A continuación se evidencian las encuestas realizadas a los clientes de la Empresa ASC CONSULTORES:

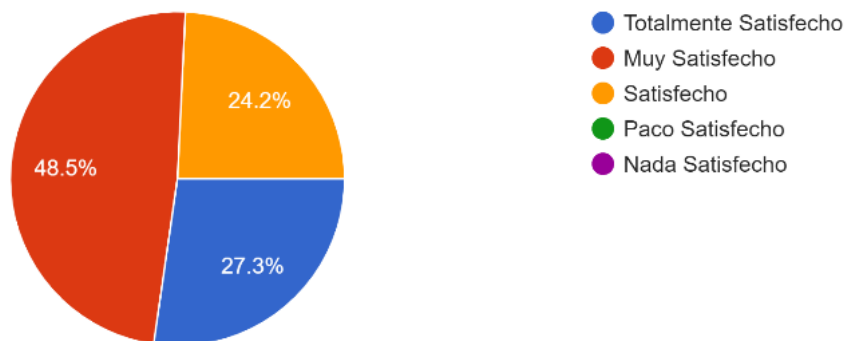
¿Se encuentra satisfecho con el servicio de ASC CONSULTORES?

Figura 4

Primera pregunta: nivel de satisfacción de los clientes de ASC Consultores

¿Se encuentra satisfecho con el servicio prestado por ASC CONSULTORES a través de Los profesionales que asesoran a su empresa?

33 respuestas



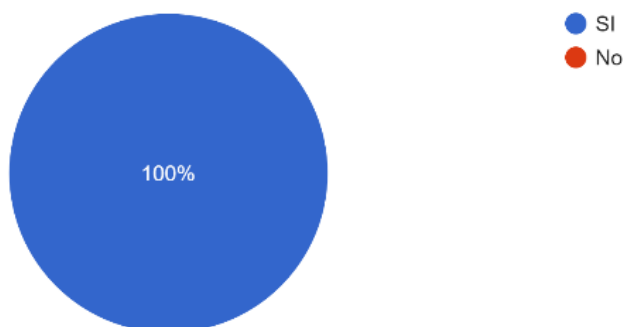
Se puede observar que más del 48,5% de los clientes se encuentran muy satisfechos con el servicio prestado por la empresa.

1. ¿Sus PQR'S son resueltos por los profesionales a tiempo?

Figura 5

Segunda pregunta: Resolución de PQRs a tiempo.

¿Sus PQR's son resueltas por nuestros profesionales a tiempo?
32 respuestas



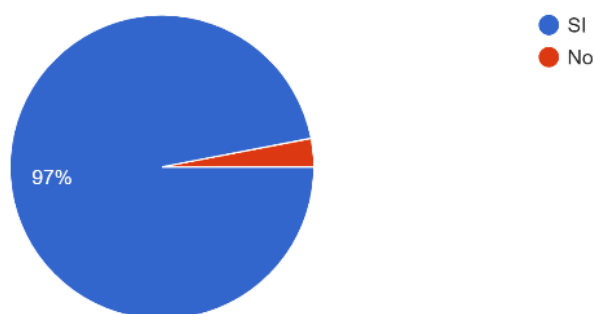
El 100% de las empresas encuestadas indican que los PQR'S son resueltos por los profesionales de ASC Consultores

2. ¿Los profesionales asignados a su empresa son claros al momento de comunicarse con usted?

Figura 6

Tercera pregunta: Asertividad de los profesionales de ASC Consultores

¿Los profesionales asignados a su cuenta, son claros al momento de comunicarse con usted?
33 respuestas



Del 100% de las personas encuestadas un 97% ha respondido que la comunicación que tienen los profesionales es asertiva y clara.

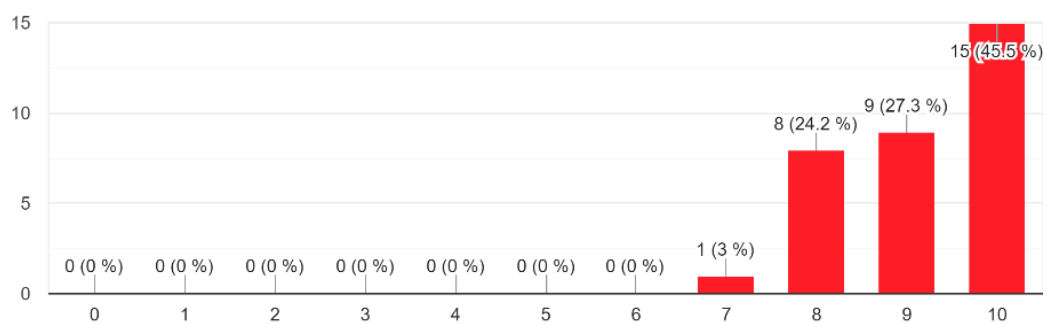
3. ¿Qué probabilidad hay que recomiende nuestro servicio a otras empresas?

Figura 7

Probabilidades de recomendar los servicios de ASC Consultores según sus clientes

En una escala del 0 al 10, ¿Qué probabilidades hay de que recomiende nuestros servicios a otras empresas?

33 respuestas



El 45.5% de las empresas encuestadas recomendarían los servicios de la empresa. Esto significa que el servicio es de alta calidad, contando así con un posicionamiento de marca para ser recomendados con más empresas

Diagnóstico de la Empresa Actualmente - DOFA

Tabla 2*Matriz DOFA de ASC Consultores*

No	DEBILIDAD	FORTALEZA
1	Según camara de comercio existe 8463 empresas con activo inferiores a \$450.000.000 Microempresas	ASC Consultores tiene una fidelizacion de un 95% de sus clientes
2	Según camar de comercio hay registradas 10230 empresas con la actividad economica 7021 y mas de 90% tiene mas de 6 años	La experiencia de los profesionales de apoyo de ASC Consultores tiene mas de 18 en la implementacion de sistemas
3	Según un informe de la agencia performia el promedio de vida laboral d es de 4 años y el promedi de los trabajadores de ASC es de 15 meses .	Según informe de cama de comercio el 84% de la empresas son micropymes las cuales su fuerza comercial es su mismo consultor
4	La operación que puede pferer ASC Consultores solo es de dos ciudades que e una cobertura apenas de 10% a nivel mundial	El 40% por ciento de los clientes de la compañía son gracias a los referidos de los mismos clientes de la compañía
5	Según informes de camara de comerciao las empresas de colombia el 60% prefieren tener sus propios asesores internos	Apenas del (10%) de las empresas de este sector cuentan con una fuerza comercial capacitada para ofrecer estos servicios
No	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
1	Según el ministerio de trabajo apenas el 40% de las compañías cumplen con las exigencias del SGSST	Un informe entregado por el Dane la economía de colombia decrecio un 10,6% en el año 2021
2	El Decreto 1072 obliga al 100% de las empresas qu esten en colombia en cumplir con la normatividad de dicho sistema	Cada 4 años hay un cambio de gobierno que puede afectar la normas que regula el sistema de gestion de seguridad y salud en el trabajo
3	En la pagina de Licitaciones publicas SECOP II un promedio de licitaciones que se estan publindo mensulamente esta alrededor de mas de 200	Cada 4 años hay un cambio de gobierno que puede afectar la normas que regula el sistema de gestion de seguridad y salud en el trabajo
4	Según el ONAC informa que las empresas que se certican llegarían a crecer un 90% debido a que mejoran sus procesos internos	Si la empresa logra conseguir un negocio grande apenas cuenta con 14 trabajadores que no lograrían satisfacer la propuesta de venta
5	Según informe de XXXXX el XX% hoy en dia realiza busquedas por internet para adquirir un producto y/o servicio	La pandemis del covid afecto a más de XXXXXX compañías que tuieron que cerrar durante los dos ultimos años en colombia

Estrategias de Marketing Para Redes (CM)

Desde el mes de enero del presente año se realizaron estrategias por medio de las redes sociales, en donde la community manager Danna Catalina Corcho Castillo ejecutó un Bench Marketing sobre la empresa y las competencias de esta, el cual fue útil para desarrollar estrategias eficientes y eficaces para la retención, atracción e interés por medio de clientes y leads.

La activación de las redes sociales se realizó desde el 23 de enero del 2023, fecha en la que se publicó parte de la historia de la empresa como, por ejemplo, ‘¿quiénes somos?’, cuáles son las sedes principales y los beneficios que pueden tener las empresas al adquirir los servicios de ASC Consultores.

Inicialmente se contaban con 203 seguidores en Instagram, en la actualidad son 356 seguidores. Por otro lado, en Facebook se inició con una comunidad de 523 seguidores y en la actualidad se registran 654 seguidores. A su vez, se realizó la apertura de la red social LinkedIn donde actualmente cuentan con 21 seguidores.

Cada una de las estrategias planteadas desde el inicio permitieron que ASC Consultores tenga más visibilidad en el mercado. Mensualmente se realizó un cronograma “Parrilla de contenidos” en donde se expuso y se programó lo que se realizaría mensualmente. En este cronograma también se consideraron los cumpleaños del equipo de trabajo, cumpleaños de los representantes legales de las empresas a las que se les presta el servicio, fechas importantes y programaciones para capacitaciones internas de la empresa.

Los contenidos que se publicaron en las redes sociales tuvieron gran acogida por el público de interés pues antes de iniciar con la estrategia se registraron interacciones no mayores a 5 likes, 1 comentario o 3 compartidas a grupos; posterior a la implementación de la estrategia se obtuvo un aproximado de 15 a 20 likes, de 3 a 5 comentarios y más de 30 veces compartidas a grupos, permitiendo así lograr más reconocimiento de marca, generando engagement en el público y recordación de marca para futuros servicios que ASC Consultores le puede aportar a las demás empresas.

A continuación, se evidencia algunos de los contenidos informativos, educativos y posicionamiento de marca en redes sociales como Facebook, Instagram y LinkedIn además de ello el calendario de contenido.

Figura 8

Parrilla de Contenidos.

Instagram					
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Promedio
Servicios		7	12	2	700%
Informativos	3	4	1	2	250%
Educativos		2			200%
Tips y consejos		1	1	2	133%
Fechas importantes			1	4	250%
Total Piezas mensuales	3	14	15	10	
LinkedIn					
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Promedio
Servicios		7	12	2	700%
Informativos	3	4	1	2	250%
Educativos		2			200%
Tips y consejos		1	1	2	133%
Fechas importantes			1	4	250%
Ofertas laborales	1	2	2	2	175%
Total Piezas mensuales	3	16	17	12	
Facebook					
Descripción	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Promedio
Servicios	1	5	3	2	275%
Informativos	3	3			300%
Educativos					
Tips y consejos					
Total Piezas mensuales	4	8	3	2	

Figura 9

Calendario del mes de marzo del 01 al 10 de contenidos.

MARZO						
L	M	M	J	V		
27	28	1	2	3	5	
		Norma ISO 45001 Facebook: Gif Instagram: Gif LinkedIn: Gif		Gestión del cambio Facebook: Carrusel Instagram: Carrusel LinkedIn: Carrusel	Cumpleaños Camilo	
6	7	8	9	10		
Pausas Activas Facebook: Post Instagram: Post LinkedIn: Post		Día de la mujer Facebook: Gif Instagram: Gif Aniversario Copriquin Facebook: Post Instagram: Post LinkedIn: Post		Antes, durante y despues de un sismo Facebook: Gif Instagram: Gif LinkedIn: Gif		

Figura 10

Calendario del mes de marzo del 13 al 26 de contenidos.

13	14	15	16	17	18	19
	Señor empresario, ¿Sabía que? RUC Facebook: Post Instagram: Post Beneficios para contratistas RUC Facebook: Gif	Identifique de gestion de eficacia Facebook: Carrusel Instagram: Carrusel	Actividades para contratistas RUC Facebook: Post Instagram: Post	Principios de la Gestión de Calidad Facebook: Carrusel Instagram: Carrusel Cumpleaños RL Icaro (Jose Alfredo Hernandez Leiton) Post	Cumpleaños RL Línea recreacion nacional escolar (Reinel Jose Barrios Perdomo) Post	Día del hombre Facebook: Gif Instagram: Gif
20	21	22	23	24	25	26
	3 secretos para mejorar la calidad 9001 Facebook: Carrusel Instagram: Carrusel	Día internacional de la Agua Facebook: Carrusel Instagram: Carrusel Cumpleños RL Open Mind (Wilson Toro) Post		Beneficios tangibles de la norma 9001 Facebook: Carrusel Instagram: Carrusel	Cumpleaños Alejandra Hernandez	Cumpleaños Luisa Rubio

Figura 11

Calendario del mes de marzo del 27 al 31 de contenidos.

27	28	29	30	31
		¿Conoce los beneficios de la norma ISO 22000? 4 beneficios Facebook: Post Instagram: Post	Cadena de inocuidad alimentaria Facebook: Historia Instagram: Historia Cumpleños RL Evhol (Jaime Castaño Matiz) Post	Inocuidad alimentaria ISO 22000 Facebook: Carrusel Instagram: Carrusel Cumpleaños RL EV7 (Jorge Ignacio Echeverri) Post

Figura 12

Ejemplo de contenido informativo de ASC Consultores en redes sociales



Nota: Adaptado de (ASC Consultores, 2023-a)

Es importante que el público objetivo al que queremos llegar conozca quién es ASC Consultores, por eso en una pieza publicitaria se expone la misión de la empresa.

Figura 13

Pieza informativa sobre servicio SG-SST de ASC Consultores



Nota: Adaptado de (ASC Consultores, 2023-b)

Al ser una empresa que presta servicios de Seguridad y Salud en el Trabajo es importante que las personas interesadas conozcan la importancia de implementar los Sistemas Integrados de Gestión a su empresa.

Figura 14

Pieza informativa relacionada con SG-SST y normativa legal



Nota: Adaptado de (ASC Consultores, 2023-c)

En el mes de febrero el Ministerio de Trabajo indicó que se debía hacer la renovación de la autoevaluación y estándares mínimos para las empresas que tenían el Sistema Integrado de Gestión, por ello se realizó esta pieza publicitaria para generar alerta en las empresas y que contactaran a ASC Consultores para este servicio.

Figura 5

Pieza informativa sobre implementación norma ISO 9001



Nota: Adaptado de (ASC Consultores, 2023-d)

Para la community manager es importante que todos los servicios prestados por la empresa sean expuestos en las redes sociales, por lo cual se realizaron piezas publicitarias con información concreta y clara para atracción de clientes y público de interés.

A continuación, se presentan algunos de los resultados que se obtuvieron en las redes sociales con las estrategias implementadas y aprobadas por la alta dirección de la empresa.

Gracias a la estrategia implementada en la red social Facebook basada en compartir los contenidos en diferentes grupos o comunidades del mismo nicho, las publicaciones y visualizaciones en la página aumentaron notoriamente, llegando a 12.825 interacciones y un alcance promedio de 61.246 personas o cuentas alcanzadas por nuestros contenidos, lo que demuestra que fueron estrategias de calidad y de interés para las personas que están en el mercado.

Figura 9

Estadísticas Meta Facebook de ASC Consultores



Expectativas

Las redes sociales crecieron notoriamente en este tiempo con la implementación de las estrategias, dando a conocer la empresa, los servicios y las recomendaciones que las compañías pueden implementar para mejorar la calidad y los sistemas de gestión que aplican en la misma.

De esta manera y según las estadísticas que se obtuvieron gracias a Meta, se espera que las bases sentadas con la implementación de la estrategia contribuyan a seguir informado, atrayendo y dando a conocer ASC Consultores como la empresa líder en asesorías y consultorías en el Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, siempre demostrado servicios de alta calidad. Es importante seguir aprovechando los atributos y beneficios que brindan las redes

sociales para el crecimiento empresarial, brindando seguridad, calidad y reconocimiento de marca por medio de estas.

La proyección a un año que se posee con respecto a las redes sociales es seguir proyectando los servicios, informando a las personas sobre la importancia de implementar dichas normas que ASC Consultores tiene para las empresas.

CONCLUSIONES

Como resultado del plan de marketing digital diseñado para las redes sociales Facebook, Instagram y LinkedIn en el sector de servicios, se han obtenido las conclusiones descritas a continuación.

La estrategia de marketing digital se personalizo para cada red social en función de sus características y audiencia objetiva.

Según las métricas en redes sociales se evidencia que el contenido visual, dinámico e informativo de primera mano atrae mas a la audiencia interesada.

Se identifico que la interacción con los seguidores es clave para la fidelización y el aumento de reconocimiento de marca, por medio de la pronta respuesta de comentarios y mensajes.

Se deben seguir realizando campañas publicitarias en las redes sociales para llegar a una audiencia más amplia y potencialmente interesada en los servicios ofrecidos.

Por medio del análisis y la medición de las métricas de las redes sociales se evaluó el impacto de la estrategia de marketing digital y toma de decisiones optimas para la mejora continua.

RECOMENDACIONES

A continuación, se presentan algunas recomendaciones para la aplicación del Plan de Marketing Digital para las redes sociales Facebook, Instagram y LinkedIn en el sector de servicios, específicamente para la empresa ASC Consultores:

- Es fundamental seguir implementando los objetivos que se aplicaron para la estrategia de marketing digital en redes sociales. Estos indicadores fomentaron el aumento y la visibilidad de la marca, generando más leads y fidelización del cliente.
- Mantener las estrategias que se implementaron para seguir interactuando con el público objetivo.
- Es esencial para definir qué tipo de contenido se va a publicar en las redes sociales y con qué frecuencia.
- Establecer un calendario de publicaciones: Todos los contenidos van a estar monitoreados por medio de una parrilla que informa la frecuencia y los formatos de la publicación. Estos contenidos deben ser atractivos, relevantes y estar enfocados en los intereses y necesidades del Target
- Utilizar los motores de búsqueda pagos que son una herramienta muy efectiva para aumentar la visibilidad de la marca y llegar a un público más amplio en las redes sociales.

REFERENCIAS

- ASC Consultores [asc_consultores]. (23 de enero, 2023). ASC Consultores es fundada en el año 2016 🧑🏫 con el propósito de brindar excelentes servicios de alta calidad [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CnwwJ13LaDt/>
- ASC Consultores [asc_consultores]. (31 de enero, 2023). ASC Consultores hace el acompañamiento en SG-SST 🏢 para mejorar el ambiente laboral y el funcionamiento de la empresa. 🏠 [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CoFiEM2rRnh/>
- ASC Consultores [asc_consultores]. (1 de febrero, 2023) 📅 Febrero el último mes para que realice el registro anual de SG-SST. 📈 [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CoIqrWxpTyY/>
- ASC Consultores [asc_consultores]. (23 de marzo, 2023) Planifique estratégicamente y establezca metas. 📊📊 Supervise regularmente la calidad de sus productos y/o servicios para cumplir con la satisfacción del cliente . 🚀 [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CqJOi6lpNxl/>
- Castellanos Castillo, J. R., & Castellanos Machado, C. A. (2011). El enfoque estratégico. Bases conceptuales. Contribuciones a la Economía. <https://www.eumed.net/ce/2011a/cccm.htm>
- Cruz Rojas, M. S., Hernández Rojas, M. Á., & Naranjo Zuleta, D. S. (2022). Procesos creativos y diseño de piezas para Instagram como método de captación de clientes para las empresas BE, FESL y NMCC. [Trabajo de grado, Universidad Santo Tomás]. Repositorio Institucional – Universidad Santo Tomás. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/49471/2023miguelhernandez.pdf?sequence=1>
- Gamarra, G. (2022). Marketing digital. Tendencias del marketing. Bogotá: Ediciones de la U.
- Google (s.f-a). [Ubicación de ASC Consultores, sede Bogotá]. Recuperado el 30 de marzo de 2023 de <https://goo.gl/maps/keMyGdK1s3Z9fUF78>
- Google (s.f-b). [Ubicación de ASC Consultores, sede Medellín]. Recuperado el 30 de marzo de 2023 de <https://goo.gl/maps/ND9xoGCoxPZpxDt47>

- Guzmán Duque, A. P., & Albreo Villamizar, C. (2017). Del comercio electrónico al comercio social: La innovación al alcance de las organizaciones. Estudio para el sector calzado Bucaramanga, Colombia. *Contabilidad Y Negocios*, 12(24), 107-118.
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/19785>
- Ley 23 de 1982. Sobre derechos de autor. 28 de enero de 1982. D.O. No. 35949
- Ley 1581 de 2012. Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. 18 de octubre 2012. D.O. No. 48587
- LinkedIn. (s.f.). Acerca de. https://about.linkedin.com/es-es?trk=homepage-basic_footer-about&lr=1
- López Insuasty, J. S. (2018). Diseño de un modelo de negocio para la evaluación del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo en micro y pequeñas empresas colombianas. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia]. Repositorio Institucional - Universidad Nacional de Colombia.
<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/69340/1085322460.2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martínez Zorro, L. (2017). Diseño del sistema de seguridad y salud en el trabajo, bajo requerimientos del decreto 1072 de 2015 y la resolución 1111 de 2017, para la empresa INECOM S.A. [Trabajo de posgrado, Universidad Distrital Francisco José de Caldas]. Repositorio institucional – Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
<http://hdl.handle.net/11349/7214>
- Meta. (s.f.). Our mission. <https://about.meta.com/company-info/>
- Morillo Moreno, M. C., & Morillo Moreno, M. D. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXII(2), 111-131. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28049145009/html/>
- Sánchez Jiménez, M. Á., Fernández Alles, M. T., & Mier-Terán Franco, J. J. (2018). Revisión teórica del marketing en los medios sociales: antecedentes y estado de la cuestión. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*.(1), 42-57.
doi:<https://dx.doi.org/10.17561/ree.v2018n1.3>

Toro Pineda, M. (2019). Sistematizar la práctica profesional en la orientación de la planificación y documentación del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo con base en los requisitos mínimos establecidos en la Resolución 0312 de 2019 en la empresa Crearpet SAS. [Trabajo de grado, Corporación Universitaria Minuto de Dios] Repositorio Institucional UNIMINUTO.
https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/7551/1/UVDTSO_ToroPinedaMelissa_2019.pdf

Torres Carmona, M. A. (2017). Instagram y su uso como herramienta de marketing digital en Chile. [Trabajo de grado, Universidad de Chile]. Repositorio Institucional – Universidad de Chile.
<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/142530/Torres%20Carmona%2C%20Marcelo.pdf?sequence=1>

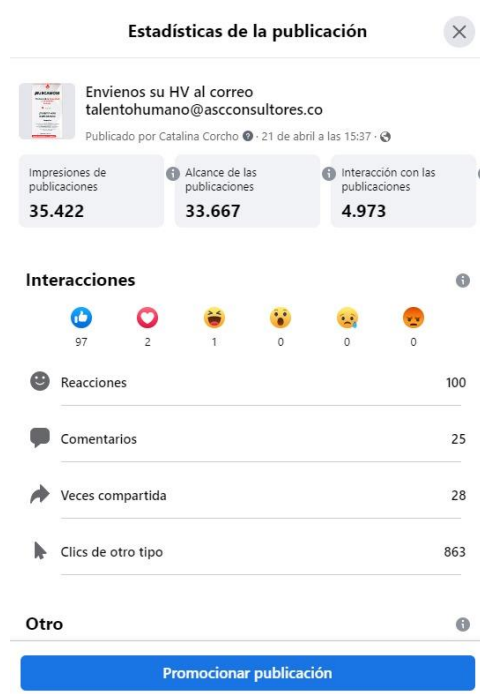
APÉNDICES

Se implementaron el uso de las herramientas establecida por la Suite Bussines de Meta, en donde se conocieron cual era la efectividad de las estrategias de contenido que se estaban teniendo en las redes, de esta manera se conoce un poco más los gustos, preferencias y contenido de frecuencia del público al que se quiere llegar.

Efectividad de contenido, estadísticas Facebook Meta de ASC Consultores 2023

En las estrategias planteadas en el mes de enero se contaba con la implementación y difusión de ofertas laborales mediante grupos de interés.

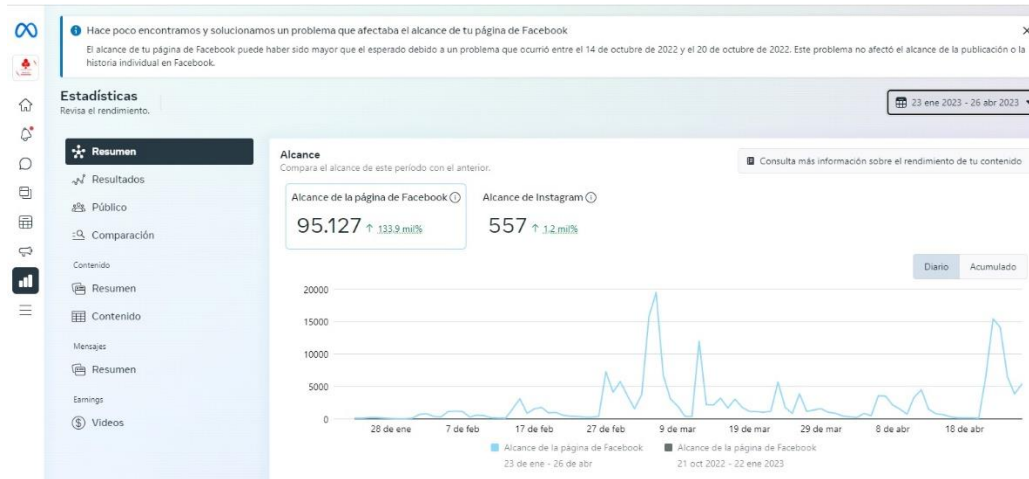
Se evidencian las estadísticas de la Suite de Meta



Nota: Adaptado de (Facebook Meta, 2023)

Estadísticas Facebook Meta dl 23 de enero al 26 de abril del 2023

Para conocer las estadísticas y el resumen de la efectividad de los contenidos y estrategias se toma directamente de la Suite Bussines de Meta, la cual hace un acumulado por el tiempo que deseemos, en este caso se toma desde el mes de enero hasta el mes de abril, meses en donde se realizaron las estrategias en las redes sociales como Facebook e Instagram



Nota: Adaptado de (Facebook Meta, 2023)

Contamos con estrategias estables, que nos ayudan a conocer las necesidades de nuestro público objetivo, seguir implementando este tipo de contenido que atrae a las personas, se obtiene una efectividad y reconocimiento por medio de las estrategias establecidas.

