

**INFORME FINAL DE OPCIÓN DE GRADO TRABAJO DE FORMACION
EMPRESARIAL REALIZADO EN LA EMPRESA CONTROLES
EMPRESARIALES**

PRESENTADO POR: ANGELA MARÍA CARRILLO GUZMÁN

TUTORA DE PRÁCTICAS HANDRIX GARCIA DURAN

**UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

PROGRAMA DE MERCADEO BOGOTÁ D.C

2025

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	6
Introducción sobre la empresa.....	6
1. Historia de la empresa	7
1.1. Actualidad	8
1.2. Rol y funciones	10
1.3. Evaluación y optimización de indicadores.....	10
1.4. Análisis y seguimiento del desempeño	10
1.5. Gestión de redes sociales.....	10
1.6. Benchmarking competitivo	11
1.7. Apoyo operativo	11
2. Análisis del Macroentorno	11
2.1. Entorno político y legal.....	11
2.2. Entorno económico	12
2.3. Entorno sociocultural.....	13
2.4. Entorno tecnológico	14
2.5. Entorno ambiental.....	16
3. Análisis del Microentorno	17
3.1. Clientes	17
3.2. Públicos	18
3.2.1. Grandes empresas y corporativos	19
3.2.2. Instituciones del sector público y privado.....	19
3.2.3. Diversos sectores industriales	19
4. Competencia	20
4.2. Grupo Sonda	20
4.3. Carvajal Tecnología y Servicios.....	20
5. Proveedores	20
5.2. Alianzas Estratégicas (Partners)	20
5.3. Intermediarios de Marketing.....	21
6. Formulación del problema	22
7. Justificación	22

8. Objetivos	23
8.2. Objetivo general	23
8.3. Objetivos específicos	23
9. Resultados	24
9.2. Evaluación y optimización de indicadores.....	24
9.2.1. Medición de KPIs del área	24
9.2.2. Medición de OKR'S del área	26
9.3. Análisis y seguimiento de desempeño de métricas de marketing digital.	28
9.4. Apoyo en la gestión de redes sociales.....	29
9.5. Investigación y benchmarking competitivo	31
9.6. Apoyo operativo	34
10. Logros obtenidos	35
Conclusiones	36
Referencias bibliográficas	37

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 - Logo y nombre de la empresa	6
Ilustración 2 - Rendimiento campañas	24
Ilustración 3 - Dashboard forecast marketing en power bi	26
Ilustración 4 - OKR'S marketing.....	27
Ilustración 5 - Crono post	29
Ilustración 6 - Pieza kaspersky para redes.....	30
Ilustración 7 - Benchmarking sobre modelo CSP (Cloud Service Provider)	33

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Organigrama	9
Figura 2 - Comportamiento de leads registrados pauta HPInc.....	28
Figura 3 - Copy sobre la pieza kaspersky ciberseguridad	30
Figura 4 - Resultados desempeño publicación ciberseguridad	31
Figura 5 - Fotografía evento Adobe.....	34

Introducción

Este informe presenta una visión integral de las prácticas profesionales realizadas en Controles Empresariales S.A.S., empresa de soluciones informáticas con presencia en Colombia, Perú y Ecuador. Se analiza la integración del estudiante al entorno laboral, la estructura organizacional y los factores del entorno que influyen en la empresa. Se detectó una debilidad en el seguimiento de campañas digitales, por lo que se diseñó un plan de acción enfocado en el monitoreo de métricas, análisis de datos y benchmarking. La implementación de dashboards e informes permitió mejorar la toma de decisiones y alinear las estrategias de marketing digital con los objetivos de la empresa, fortaleciendo su posicionamiento regional.

Introducción sobre la empresa

Controles Empresariales S.A.S. es una empresa de servicios dedicada a la comercialización de productos y soluciones informáticas, además de la prestación de servicios de mantenimiento e instalaciones. Con sede principal en Bogotá y presencia en diversas ciudades de Colombia, Perú y Ecuador, la organización ha consolidado su trayectoria mediante alianzas estratégicas y un fuerte compromiso con la innovación y la satisfacción del cliente.

Ilustración 1 - Logo y nombre de la empresa



Fuente: Controles Empresariales S.A.S.

1. Historia de la empresa

Año de fundación (2005):

- Se constituye formalmente Controles Empresariales S.A.S. en la ciudad de Bogotá, enfocada en la comercialización de soluciones informáticas y servicios de mantenimiento.

Primeros años (2006-2008):

- Se consolidan las operaciones iniciales y se establecen los procesos de venta y servicio al cliente.
- La empresa comienza a forjar alianzas con proveedores estratégicos, permitiendo ofrecer una gama más amplia de soluciones tecnológicas.

Expansión regional (2010):

- Apertura de nuevas sedes en ciudades como Barranquilla, Bucaramanga y Medellín, con el objetivo de brindar cobertura a clientes en diferentes regiones de Colombia.

Diversificación de servicios (2012-2015):

- Se integran servicios de consultoría especializada en software, hardware y seguridad informática.
- Se consolida el área de soporte técnico y mantenimiento, fortaleciendo la relación con clientes corporativos y del sector público.

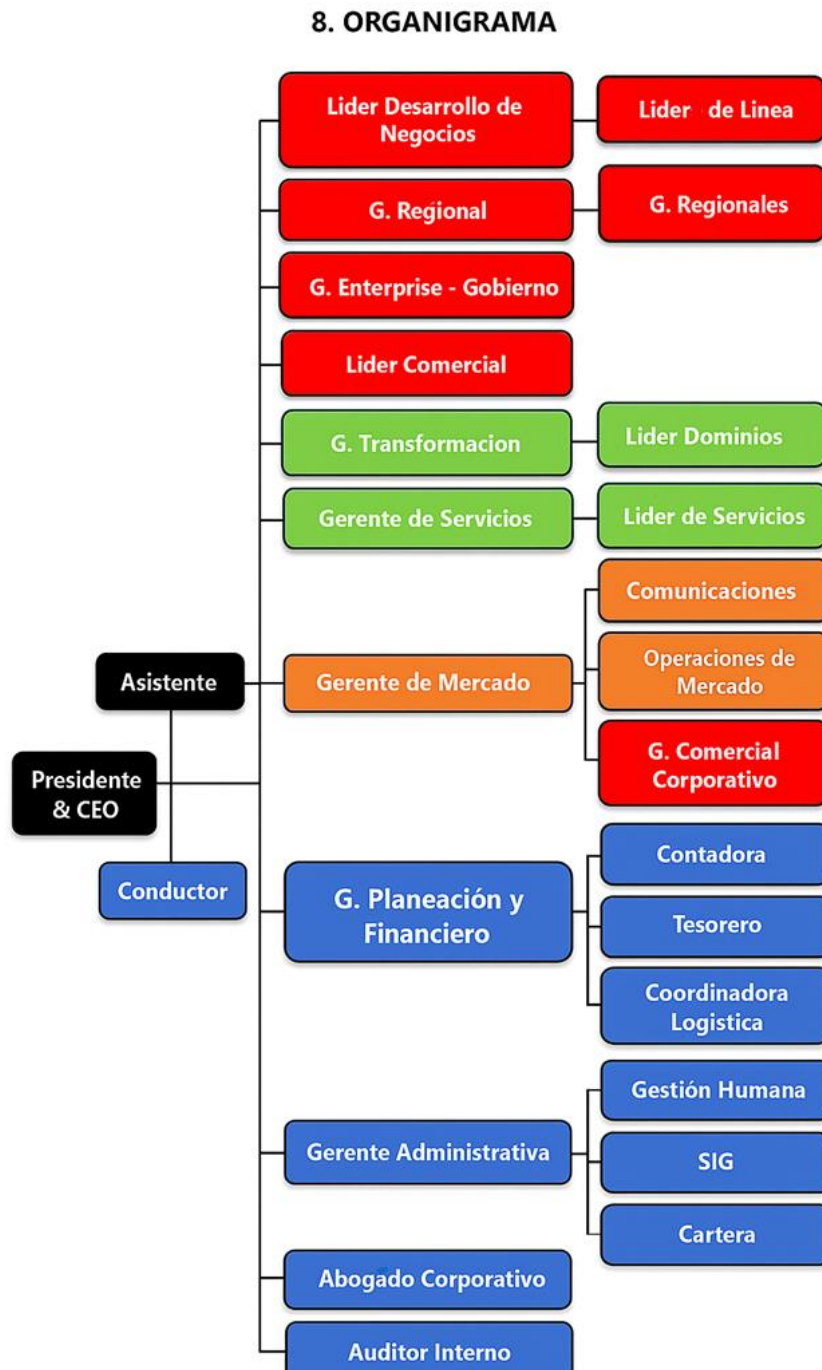
Presencia internacional (2018):

- Controles Empresariales S.A.S. inicia operaciones en Perú, marcando su primera incursión en el mercado internacional.

1.1. Actualidad

- Con sedes en múltiples ciudades de Colombia, en Lima, Perú y Quito
- Ecuador, la empresa sigue ampliando su portafolio de servicios en ciberseguridad, analítica de datos y soluciones en la nube.
- Se mantiene el enfoque en la satisfacción del cliente y la innovación, a través de la integración de tecnología y consultoría.

Figura 1 - Organigrama



Fuente: Controles Empresariales S.A.S.

1.2. Rol y funciones

En mi rol de practicante de mercadeo, participé activamente en el análisis de campañas, monitoreo de métricas, elaboración de informes. Algunas de mis funciones principales son:

1.3. Evaluación y optimización de indicadores

- Monitorear de forma constante las métricas clave de las iniciativas de mercadeo.
- Generar informes de resultados que reflejen el cumplimiento de los objetivos y resultados clave (OKRs) y los indicadores clave de desempeño (KPIs) mensuales, trimestrales y anuales.
- Proponer acciones de mejora basadas en el análisis de los indicadores.

1.4. Análisis y seguimiento del desempeño

- Revisar de manera continua las métricas de redes sociales (engagement, alcance, crecimiento de seguidores, etc.) y el tráfico web (visitas, tasas de rebote, conversiones).
- Proporcionar insights que permitan optimizar las campañas y mejorar la efectividad de las estrategias de marketing.

1.5. Gestión de redes sociales

- Crear y programar contenido alineado con la estrategia de marketing y la identidad de la marca.
- Asegurar la interacción efectiva con la audiencia, respondiendo a mensajes y comentarios de manera oportuna y profesional.
- Realizar pruebas de nuevos formatos o tendencias para incrementar el alcance y la participación.

1.6. Benchmarking competitivo

- Investigar tendencias digitales y de mercadeo relevantes para la organización.
- Analizar las estrategias y campañas de la competencia, identificando buenas prácticas y oportunidades de diferenciación.

1.7. Apoyo operativo

- Colaborar en la ejecución de campañas de marketing, tanto en línea como fuera de línea, según se requiera.
- Brindar soporte logístico y creativo en la organización de eventos, activaciones o lanzamientos de productos.

2. Análisis del Macroentorno

El análisis del macroentorno de Controles Empresariales S.A.S. permite identificar los factores externos que impactan su operación y estrategia. A continuación, se presentan los principales aspectos que configuran el contexto en el que la empresa desarrolla sus actividades, tanto en Colombia como en Perú.

2.1. Entorno político y legal

En Colombia, el sector tecnológico está influido por políticas gubernamentales que promueven la transformación digital y la innovación, mediante planes como la Estrategia de Gobierno Digital y la Misión TIC (MinTIC, 2021). Asimismo, regulaciones como la Ley 1581 de 2012 sobre protección de datos personales y el Decreto 338 de 2022 en ciberseguridad obligan a las empresas del sector TI a fortalecer sus sistemas de protección y garantizar la confidencialidad de la información.

Impacto en la empresa: Estas normativas exigen que Controles Empresariales S.A.S. invierta en infraestructura tecnológica segura, actualice sus protocolos internos y capacite permanentemente a su personal en gestión de riesgos y cumplimiento normativo, lo cual representa un reto operativo y financiero. También puede convertirse en una ventaja competitiva si la empresa logra posicionarse como una organización confiable y alineada con los estándares regulatorios del país.

En el caso de Perú, donde la empresa también tiene operaciones, debe tener en cuenta el cumplimiento de la Ley N° 29733 de protección de datos personales y la estabilidad del entorno político, que puede afectar la confianza de inversionistas y socios estratégicos. Políticas que incentiven la inversión extranjera en tecnología, como las promovidas por el gobierno peruano, pueden ser una oportunidad para expandir operaciones o establecer alianzas estratégicas (Banco Mundial, 2022).

Impacto en la empresa: La legislación peruana implica adaptar los procesos legales y técnicos de la empresa al contexto local, lo que requiere asesoría jurídica y ajustes en la gestión de datos. A su vez, la estabilidad política y los incentivos fiscales pueden facilitar la inversión y el posicionamiento de Controles Empresariales S.A.S. en nuevos sectores del mercado peruano.

2.2. Entorno económico

La economía colombiana muestra signos de recuperación tras los efectos de la pandemia, con un crecimiento moderado del PIB y un aumento en la demanda de servicios digitales (DANE, 2022a). No obstante, la inflación y la volatilidad de la tasa de cambio encarecen la importación de hardware y la contratación de servicios internacionales, lo cual afecta la estructura de costos de la empresa.

Impacto en la empresa: Controles Empresariales S.A.S. enfrenta mayores gastos operativos, especialmente en adquisición de equipos, software y servicios del exterior. Esto obliga a optimizar recursos, renegociar contratos y evaluar proveedores nacionales como estrategia de contención de costos. Además, debe

incorporar mecanismos de cobertura cambiaria para minimizar el impacto de las fluctuaciones.

En Perú, se proyecta un crecimiento económico sostenido, impulsado por inversiones en infraestructura y digitalización (Banco Mundial, 2022b). Esto genera un entorno favorable para la demanda de servicios informáticos.

Impacto en la empresa: Este contexto puede ser aprovechado por Controles Empresariales S.A.S. para ampliar su presencia comercial en Perú, ajustando su portafolio de servicios a las necesidades del mercado local, especialmente en sectores que están en transición digital. La empresa debe realizar estudios de mercado y establecer relaciones estratégicas para asegurar una oferta competitiva.

En términos más actualizados, el entorno colombiano muestra un crecimiento del PIB proyectado del 2,3% para 2025 (BBVA Research, 2025), mientras que la inflación anual cerró mayo en 5,05% (DANE, 2025b). Estas cifras reflejan un entorno económico retador para las empresas del sector TI.

Impacto en la empresa: La inflación presiona los costos salariales y operativos, reduciendo los márgenes de ganancia. Adicionalmente, el aumento en tasas de interés dificulta el acceso a créditos para expansión tecnológica. Por ello, Controles Empresariales S.A.S. debe implementar análisis financieros rigurosos, controles de sensibilidad y ajustes presupuestales periódicos para sostener su rentabilidad y responder ágilmente a cambios macroeconómicos.

2.3. Entorno sociocultural

En Colombia y Perú, la rápida expansión del internet, la adopción de dispositivos móviles y el auge de la formación en habilidades digitales han transformado el perfil del consumidor y las exigencias del mercado.

- Impacto en la empresa: Esta transformación representa una oportunidad de crecimiento para Controles Empresariales S.A.S., ya que se incrementa la demanda de soluciones tecnológicas. Sin embargo, también genera retos en distintas áreas:
- Gestión del talento humano: El aumento de la demanda por perfiles especializados en TI ha elevado los costos laborales y la rotación del personal (Data Reportal, 2024; Gobierno del Perú, 2024), lo que afecta la estabilidad operativa de la empresa.
- Soporte al cliente: Las diferencias en niveles de alfabetización digital entre los usuarios requieren servicios de atención técnica diferenciada, lo que implica un mayor esfuerzo en capacitación y soporte, afectando la eficiencia operativa (CCIT, 2024).
- Cultura laboral: La preferencia por el trabajo remoto o híbrido obliga a modificar los sistemas de supervisión y seguimiento, exigiendo plataformas robustas para garantizar resultados y cumplimiento de objetivos.
- Ética y privacidad de datos: La creciente conciencia sobre el uso ético de la información obliga a la empresa a mejorar sus políticas de protección de datos y procesos de auditoría, aumentando la carga de trabajo en áreas como legal, seguridad y TI (MinTIC, 2023).
- Reputación corporativa: La valoración social de la sostenibilidad y la responsabilidad social impacta en la imagen de la empresa, lo que exige reportes transparentes y prácticas responsables, especialmente ante clientes y aliados.

2.4. Entorno tecnológico

En el entorno tecnológico, la rápida evolución de tendencias como la computación en la nube, Big Data, inteligencia artificial y ciberseguridad genera una presión constante sobre la capacidad de innovación y adaptación de Controles Empresariales S.A.S. Estas transformaciones impactan directamente sus estructuras de costos y sistemas de control interno.

La migración hacia modelos basados en la nube implica una transición de gastos de capital (CapEx) a gastos operativos (OpEx), lo que introduce variabilidad en los presupuestos y exige nuevos controles para gestionar el uso y facturación de recursos tecnológicos (IDC, 2024).

La incorporación de herramientas de Big Data e inteligencia artificial demanda una gobernanza de datos más estricta, ya que incrementa el riesgo de sesgos algorítmicos, errores en la calidad de los datos y posibles infracciones a normativas de privacidad. Esto puede traducirse en responsabilidades legales, daños reputacionales y pérdida de confianza del cliente (América Economía, 2023; ACIS, 2024).

La adopción de metodologías ágiles en la gestión de proyectos requiere ajustes en los mecanismos de seguimiento, control de entregables y validación de calidad, con el desafío de mantener trazabilidad en ciclos de desarrollo más cortos.

El incremento de la demanda de servicios de ciberseguridad no solo eleva los costos operativos, sino que obliga a dedicar mayores recursos a garantizar la continuidad del negocio. Además, aumenta la complejidad de la gestión de riesgos de terceros y la supervisión de incidentes, lo que exige mayor rigurosidad en los controles de seguridad (Schneider Electric, 2024).

La rápida obsolescencia tecnológica genera lo que se conoce como "deuda técnica", presionando los planes de renovación de activos y demandando controles rigurosos en la gestión de inventarios tecnológicos.

La competencia por talento especializado en tecnologías emergentes impacta los procesos de recursos humanos, especialmente en la planificación de capacidades, retención de personal clave y tiempos de entrega de proyectos.

En conjunto, el entorno tecnológico incrementa la complejidad de los procesos internos de la empresa y exige una revisión frecuente de sus sistemas de control financiero, operativo y de gobernanza, con riesgos asociados a costos, cumplimiento normativo y calidad del servicio ofrecido.

2.5. Entorno ambiental

En el entorno ambiental, Controles Empresariales S.A.S. se enfrenta a una creciente presión regulatoria y social respecto a la sostenibilidad y la gestión adecuada de residuos tecnológicos. En Colombia, el marco normativo ha evolucionado hacia estándares más exigentes, especialmente con la implementación del Decreto 284 de 2018, la Resolución 851 de 2022 y la actualización de la Guía Técnica para la Gestión de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) publicada en 2024 por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

Estas normativas establecen responsabilidades específicas para los generadores, comercializadores y gestores de equipos electrónicos, obligando a la empresa a adaptar sus procesos de compra, almacenamiento, uso y disposición de hardware. Para Controles Empresariales S.A.S., esto se traduce en la necesidad de implementar controles más rigurosos en su inventario tecnológico, establecer alianzas con operadores ambientales certificados y asegurar la trazabilidad de sus equipos al final de su vida útil, lo que incrementa tanto los costos operativos como la carga administrativa.

Además, la creciente presión de clientes por prácticas empresariales sostenibles implica que la empresa no solo debe cumplir con la ley, sino también demostrar públicamente su compromiso ambiental. Informes como el Global E-Waste Monitor (Forti et al., 2020) han aumentado la conciencia global sobre el impacto de los desechos tecnológicos, lo que obliga a las organizaciones del sector TI a reforzar sus políticas de sostenibilidad.

En consecuencia, la empresa debe fortalecer sus sistemas de registro, reporte y auditoría ambiental, incorporar criterios de eficiencia energética en la adquisición de nuevos equipos, y capacitar a su personal sobre manejo adecuado de residuos. Asimismo, la sostenibilidad se convierte en un factor competitivo, ya que muchas licitaciones públicas y privadas comienzan a exigir certificaciones o prácticas verificables en este ámbito. No adaptarse a estas exigencias podría implicar riesgos legales, sanciones o pérdida de oportunidades comerciales.

3. Análisis del Microentorno

El análisis del microentorno de Controles Empresariales S.A.S. considera los actores y factores cercanos que influyen directamente en su operatividad, competitividad y posicionamiento en el mercado. A continuación, se desglosan los aspectos clave:

3.1. Clientes

En el mercado específico de Controles Empresariales S.A.S., que se enfoca en la comercialización de productos y soluciones informáticas, así como en servicios de mantenimiento e instalaciones en Colombia, Perú y Ecuador, los clientes empresariales están cada vez más informados y comparan fácilmente múltiples opciones. Esto genera presión sobre los márgenes de ganancia y exige a la empresa una clara diferenciación basada en valor percibido.

En Colombia, el mercado de TI alcanzó ventas por COP 572 billones en 2023, con alta concentración de grandes actores que dominan la mayor parte de las ventas, lo cual incrementa la competencia para empresas medianas (Observatorio de Datos de la Industria TI, 2023). En Perú, la digitalización crece de forma sostenida gracias al comercio electrónico y proyectos de modernización (DataReportal, 2024a). Por su parte, Ecuador reportó un crecimiento del 17% en servicios digitales, con una facturación cercana a los USD 948 millones en 2021 (Canal News Ecuador, 2024).

Esta dinámica regional presenta oportunidades de expansión, pero también una fuerte fragmentación del mercado con numerosos proveedores locales y globales. Los clientes valoran la relación costo-beneficio, confiabilidad del soporte postventa y cercanía en la atención. No obstante, los bajos costos de cambio y la elevada exigencia de calidad elevan su poder de negociación. Asimismo, la volatilidad de precios en hardware y la necesidad de actualización tecnológica afectan la planeación financiera y los controles sobre inventario y precios.

3.2. Públicos

Además del cliente como público clave, Controles Empresariales S.A.S. interactúa con diversos públicos estratégicos que influyen en su desempeño, tal como se indica en la teoría de marketing:

- Públicos financieros: La empresa depende del acceso a crédito, inversiones y relaciones bancarias para financiar la adquisición de tecnología e infraestructura. En un entorno con tasas de interés variables, estos públicos pueden facilitar u obstaculizar la expansión de la empresa.
- Públicos de medios de comunicación: Aunque su influencia es indirecta, los medios que difunden noticias sobre ciberseguridad, transformación digital o normativas influyen en la percepción pública de empresas del sector TI. Un buen relacionamiento con prensa especializada puede posicionar a Controles Empresariales S.A.S. como referente tecnológico.
- Públicos gubernamentales: Las políticas de cada país respecto a innovación, digitalización, contratación pública y regulación (como las leyes de protección de datos o residuos electrónicos) influyen directamente en la operatividad de la empresa. Mantener una relación cercana con entes gubernamentales permite anticipar cambios normativos y participar en licitaciones.
- Públicos comunitarios: Especialmente relevante en zonas donde la empresa instala infraestructura o presta servicios continuos. El compromiso social y la participación en proyectos de sostenibilidad o formación digital pueden mejorar la reputación de la empresa y facilitar alianzas locales.
- Públicos internos (empleados): La retención y formación del talento humano es crítica en el sector tecnológico. Altas tasas de rotación o falta de capacitación impactan la calidad del servicio. Controles Empresariales S.A.S. debe mantener programas de bienestar, incentivos y actualización profesional para asegurar equipos estables y productivos.
- Públicos de apoyo (abogados, consultores, auditores): Son esenciales para el cumplimiento normativo y financiero, especialmente en entornos

multiculturales como el andino. Ayudan a mitigar riesgos legales y facilitar operaciones en nuevos mercados.

- Públicos ciudadanos o de presión: En un contexto de creciente conciencia sobre sostenibilidad, grupos de ciudadanos y ONG pueden influir en las prácticas empresariales. La transparencia y la responsabilidad ambiental se vuelven clave para evitar conflictos y fortalecer la imagen corporativa. Según la información publicada en la sección de clientes de su sitio web (Controles Empresariales, s.f.), la empresa presta sus servicios a:

3.2.1. Grandes empresas y corporativos

Organizaciones de renombre que requieren soluciones integrales en tecnología (software, hardware y servicios de consultoría) para optimizar sus procesos y mejorar la competitividad.

3.2.2. Instituciones del sector público y privado

Clientes del ámbito gubernamental y de otras industrias que demandan altos estándares en términos de seguridad, innovación y soporte técnico.

3.2.3. Diversos sectores industriales

La variedad en el portafolio de clientes demuestra la capacidad de la empresa para adaptar sus soluciones a las necesidades específicas de cada industria, lo que se traduce en un alto nivel de flexibilidad y especialización.

Esta diversidad y calidad en su cartera de clientes no solo refuerza la reputación de Controles Empresariales S.A.S. en el mercado, sino que también representa una ventaja competitiva al permitirle mantener relaciones estratégicas y desarrollar soluciones ajustadas a los requerimientos de cada sector.

4. Competencia

El sector de servicios tecnológicos en Colombia se caracteriza por la presencia de empresas consolidadas que ofrecen soluciones integrales en software, hardware, consultoría y mantenimiento, lo que genera una competencia directa para Controles Empresariales S.A.S. Entre los principales actores se destacan:

4.2. Grupo Sonda

Referente en América Latina para la integración de sistemas y servicios tecnológicos. Según informes sectoriales, Grupo Sonda ha invertido significativamente en innovación y en la diversificación de su portafolio, lo que le permite atender a grandes empresas y organismos gubernamentales en múltiples países (IDC, 2022). Esta estrategia representa un reto competitivo para Controles Empresariales S.A.S., que debe mantenerse a la vanguardia tecnológica.

4.3. Carvajal Tecnología y Servicios

Con una sólida trayectoria en el mercado colombiano, esta compañía destaca por su amplia red de alianzas estratégicas y su capacidad para implementar soluciones tecnológicas integrales. Su enfoque en la eficiencia operativa y la calidad del servicio le permite fidelizar a clientes de diversos sectores, lo que supone una presión constante sobre la oferta de Controles Empresariales S.A.S. (Kotler & Keller, 2016).

5. Proveedores

5.2. Alianzas Estratégicas (Partners)

Controles Empresariales S.A.S. mantiene relaciones estratégicas con proveedores y desarrolladores líderes en el mercado tecnológico. De acuerdo con la información oficial, sus partners incluyen:

- Adobe, Autodesk, Apple, Aruba, Cisco, Fortinet, F5, HPE, HP Inc., IBM, Kaspersky, Lenovo, Microsoft, Red Hat, VMware y Veeam.

Estas alianzas permiten a la empresa ofrecer un portafolio robusto de soluciones en software, hardware y consultoría, respaldado por tecnologías de vanguardia. Además, el acceso a certificaciones, capacitaciones exclusivas y actualizaciones constantes de productos le brinda una ventaja competitiva significativa (Osterwalder & Pigneur, 2010), permitiendo personalizar e integrar soluciones de seguridad, productividad, virtualización y almacenamiento, de acuerdo con las necesidades de cada sector industrial y de cada cliente.

5.3. Intermediarios de Marketing

Controles Empresariales S.A.S. mantiene relaciones estratégicas con intermediarios líderes en la distribución de soluciones tecnológicas. De acuerdo con la información oficial, sus principales aliados son: Nexsys de Colombia S.A.S., MPS Mayorista de Colombia S.A., Impresistem SAS, Licencias OnLine y TD SYNEX Colombia Ltda.

Estos intermediarios permiten a la empresa acceder de manera eficiente a software, hardware y servicios en la nube, además de facilitar la gestión de licenciamiento, la disponibilidad de productos, el soporte técnico especializado y la capacitación continua para su equipo y sus clientes. Gracias a estas alianzas, Controles Empresariales puede ofrecer soluciones integrales y actualizadas, adaptadas a las necesidades de cada cliente y sector. Asimismo, el trabajo conjunto con estos socios estratégicos contribuye a mejorar los tiempos de entrega, ampliar la cobertura nacional, reducir riesgos operativos y fortalecer la competitividad de la organización en el mercado tecnológico.

6. Formulación del problema

Durante el desarrollo de las prácticas se pudo evidenciar una problemática en el área de mercadeo relacionada con el seguimiento y análisis del desempeño de las campañas y actividades digitales. Si bien se ejecutan diversas acciones en redes sociales y otros canales, no se realiza un monitoreo constante de las métricas clave como el engagement, alcance, tráfico web o la conversión, lo cual dificulta medir con claridad el cumplimiento de los objetivos y resultados clave (OKRs) e indicadores de desempeño (KPIs). Esta falta de seguimiento impide generar informes precisos y oportunos que sirvan como base para proponer acciones de mejora y optimizar las estrategias.

Además, no se está aprovechando el benchmarking competitivo ni los insights derivados del análisis de la competencia, lo que limita la capacidad de innovación y diferenciación. Por ende, se vuelve esencial establecer procesos sistemáticos para la recolección, análisis y uso de datos que permitan tomar decisiones fundamentadas y mejorar la efectividad de las campañas de marketing.

7. Justificación

La monitorización constante de métricas clave y la elaboración de informes sobre OKRs y KPIs fortalecen la dimensión social al fomentar la colaboración entre marketing, ventas y operaciones, creando un entorno de confianza y aprendizaje compartido en el que cada equipo aporta mejoras basadas en datos; en el ámbito organizacional, esta práctica alinea con precisión las iniciativas de mercadeo a los objetivos corporativos, acelera la detección de desviaciones mediante dashboards interactivos y reportes periódicos, y optimiza la asignación de recursos para maximizar el retorno de la inversión; y desde una perspectiva académica, se sustenta en Doerr (2018) para centrar el enfoque en resultados esenciales y transparentar el avance, en Marr (2015) para identificar patrones que optimizan la rentabilidad de las campañas, en Kaplan y Haenlein (2010) y Merodio (2012) para contextualizar métricas de engagement y ajustar continuamente el contenido a las

necesidades de la audiencia, en Chaffey y Ellis-Chadwick (2019) para recalibrar tácticas digitales con agilidad mediante reportes regulares, y en Kietzmann et al. (2011) para incorporar benchmarking competitivo y pruebas de nuevos formatos, todo lo cual convierte el seguimiento sistemático en la palanca estratégica que resuelve el problema de toma de decisiones subjetivas y dispersas en Controles Empresariales S.A.S.

8. Objetivos

8.2. Objetivo general

Apoyar al área de mercadeo, mediante la gestión de informes de gestión, análisis y optimización de datos de marketing y comunicaciones, con el fin de maximizar estrategias de mercadeo y mejorar el desempeño de los OKRs establecidos para el 2025.

8.3. Objetivos específicos

- Realizar investigaciones de tendencias digitales y benchmarking para fortalecer estrategias de mercadeo.
- Generar informes y análisis detallados con el fin de medir el cumplimiento de OKRs y KPIs del área.
- Monitorear métricas clave en redes sociales, tráfico web y campañas para optimizar resultados (semanal, mensual).
- Apoyar la gestión de redes sociales mediante la creación, programación y supervisión de contenido.
- Brindar apoyo operativo en procesos de compras o en procesos de mercadeo que sea necesario.

9. Resultados

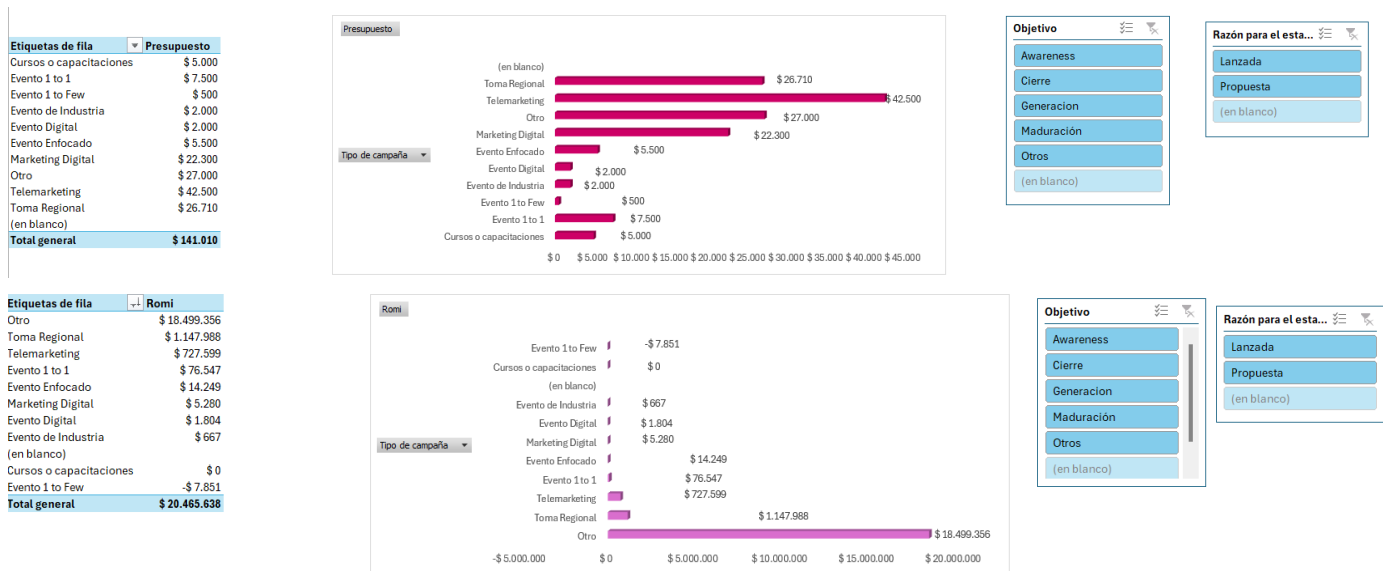
9.2. Evaluación y optimización de indicadores

9.2.1. Medición de KPIs del área

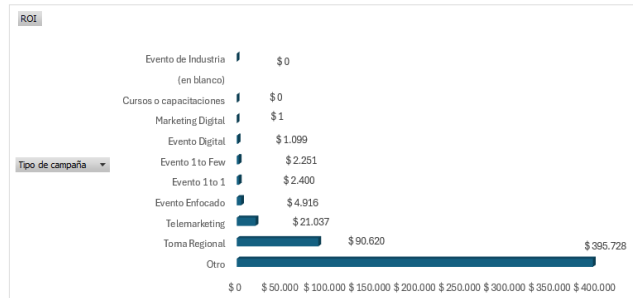
Elaboración de 10 pronósticos semanales de marketing que midieron el desempeño de campañas activas mediante indicadores clave como ROMI (Return on Marketing Investment), ROI (Return on Investment) y CAO (Cost per Opportunity). Estos análisis fueron consolidados en dashboards interactivos en Excel y Power BI, diseñados para facilitar la toma de decisiones en reuniones semanales del equipo de mercadeo.

Gracias a esta sistematización, se logró identificar campañas con retorno inferior al 80 %, lo que permitió reasignar presupuestos y optimizar estrategias en tiempo real.

Ilustración 2 - Rendimiento campañas



Etiquetas de fila	ROI
Otro	\$ 395.728
Toma Regional	\$ 90.620
Telemarketing	\$ 21.037
Evento Enfocado	\$ 4.916
Evento 1 to 1	\$ 2.400
Evento 1 to Few	\$ 2.251
Evento Digital	\$ 1.099
Marketing Digital	\$ 1
Cursos o capacitaciones (en blanco)	\$ 0
Evento de Industria	\$ 0
Total general	\$ 518.052



Objetivo
Awareness
Cierre
Generacion
Maduracion
Otros
(en blanco)

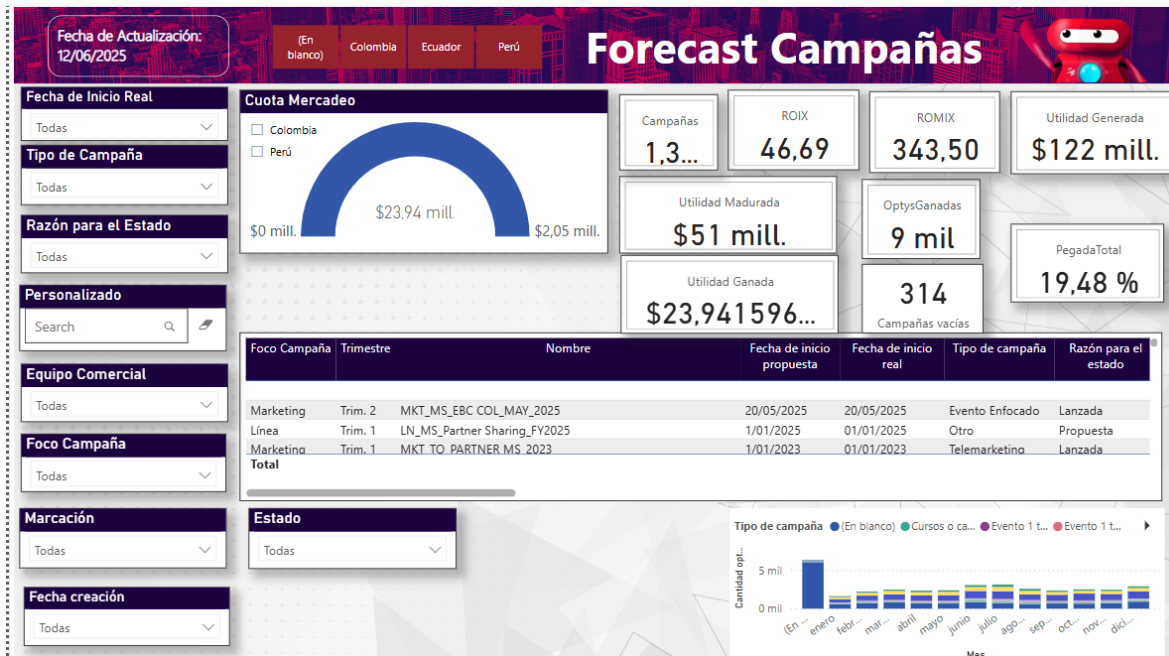
Razón para el estado
Lanzada
Propuesta
(en blanco)

Fuente: Elaboración propia

La ilustración 2 combina, en un solo bloque, el presupuesto invertido y el retorno de inversión (ROMI) de cada tipo de campaña. En la parte superior, una tabla y un gráfico de barras muestran cuánto se ha destinado a canales como Eventos 1-to-1, Telemarketing o Marketing Digital. Debajo, otra tabla y barras equivalentes reflejan el ROMI, es decir, los ingresos netos generados por cada peso invertido permitiendo identificar rápidamente las iniciativas más rentables y aquellas con menor eficiencia.

A la derecha, dos filtros los cuales muestran el objetivo y estado en el que se encuentra la campaña. De este modo, cualquier lector puede profundizar en el análisis de un subconjunto específico, extraer insights claros y actuar con agilidad: reasignar presupuestos entre canales, potenciar las acciones de mayor ROMI y ajustar las que no cumplen expectativas.

Ilustración 3 - Dashboard forecast marketing en power bi



Fuente: Elaboración conjunta del área de marketing y mi autoría en Power BI Desktop

Este dashboard compara presupuesto invertido versus retorno de inversión en campañas por canal (Eventos 1-to-1, Telemarketing y Marketing Digital). Además, incluye filtros interactivos para segmentar por objetivos y estados, lo que facilitó al equipo actuar con agilidad. El equipo hizo un seguimiento constante a los comerciales para mejorar el porcentaje del ROMI en un 12%.

9.2.2. Medición de OKR'S del área

Realización de 4 reportes mensuales y 1 trimestral de seguimiento a los OKRs del área de mercadeo, extrayendo datos desde el CRM, plataformas digitales y archivos internos.

Cálculos y análisis de porcentajes de avance de 12 resultados clave asociados a metas como expansión en mercados regionales, incremento en leads calificados y

cumplimiento de planes de contenido. Estos informes se presentaron al área gerencial y permitieron priorizar acciones correctivas para alcanzar objetivos con desvíos mayores al 15 %.

Ilustración 4 - OKR'S marketing

Objetivos		Key results	KPI	KPI	Q1
Expandir la presencia en los 3 mercados (CO, PE, EC)	1	Incrementar el tráfico web en un 35% en el año	Tráfico web (nuevas visitas)	35%	22%
	2	Incrementar en un 50% el número de los NUEVOS CONTACTOS logrados por formularios digitales vs 2024	Nuevos contactos x formularios digitales		12%
	3	Hacer seguimiento semanal al 100% de las campañas del CRM [MKT, LN, DMN]	Campañas	100%	100%
	4	Implementar al menos una campaña de TO al trimestre	Generación de oportunidades por campañas o	3	100%
	5	Incrementar el porcentaje de conversión de PROSPECTO a OPTYS en las campañas de mercadeo	Tasa de conversión por campaña	10%	11%
Aportar a la cuota de ventas de la compañía	1	Pasar el 40% de OPTYS a UPSIDE en el mes	Tasa de conversión		41%
	2	Aportar al 20% de la cuota de la compañía en el año (COL 85.280 MLL COP)	Porcentaje de aporte a la cuota		15%
	3	Aportar al 20% de la cuota de la compañía en el año (EC \$570.000 US)	Porcentaje de aporte a la cuota		69%
	4	Aportar al 20% de la cuota de la compañía en el año (PE \$2.250.000 USD)	Porcentaje de aporte a la cuota		32%
	5	Disminuir mes a mes la CARTERA VENCIDA resultado de fondos de fabricantes Vs. mes anterior	Porcentaje de disminución Vs. Mes anterior		100%
Maximizar el retorno de inversión (ROI) en todas las campañas de marketing	1	Diseñar planes de mercadeo en los 3 mercados con foco, entregarlos y ejecutarlos en los tiempos establecidos	Planes de mkt. Planeados vs. Ejecutados		22%
	2	ROI 3 a 1 en utilidad bruta en todas las campañas del CRM [MKT, LN, DMN]	4X		-70%
	3	ROMI 10 a 1 en utilidad bruta proyectada en todas las campañas	11X		
	4	Todas las campañas con oportunidades	Campañas con optys		70%
	5	Reducir el CAO Vs. 2024 de todas las campañas	Reduccion 50%		
Garantizar que nuestros clientes conozcan nuestra oferta de valor	1	Comunicaciones segmentadas que vendan (ENTER, CORP, SMB)	Parrilla de contenido planeada vs. Ejecutada	100%	100%
	2	Plan de mercadeo por DOMINIO (Servicios)	Plan de mkt planeado vs. Ejecutado	100%	100%
	3	Actualización de evidencia física en puntos de contacto de marca	Nº de puntos de contacto vs. actualizaciones	90%	90%
	4	Posicionamiento del COEM EXPERIENCE CENTER	Por semestre: 30 cuentas SMC + 30 cuentas	90%	10%
Brindar la mejor experiencia a nuestros clientes externos e internos	1	Atención al 100% de los PQRS de cada mes	Parrilla de contenido planeada vs. Ejecutada	100%	100%
	2	0% de No Conformidades	Cero invitaciones a no conformidades desde C	100%	100%
	3	95% de satisfacción de nuestros clientes internos y externos	Satisfacción de cliente interno	100%	90%
	4	# de Certificaciones por área	Plan de Mkt planeado Vs. Ejecutado	100%	100%

Fuente: Elaboración propia

Los informes permitieron controlar de manera estructurada el cumplimiento de objetivos como:

- Incrementar la participación del área de mercadeo en las ventas en un 18 %.
- Mejorar el posicionamiento digital en los mercados de Perú y Ecuador.
- Aumentar la efectividad de pauta en un 20 %.

Los objetivos abarcan aspectos clave del desempeño del área, como:

- Expansión de presencia en mercados clave (Colombia, Perú y Ecuador),

- Contribución de mercadeo a las ventas de la compañía,
- Maximización del retorno de inversión (ROI) en campañas,
- Mejora en la comunicación de la propuesta de valor a los clientes, y
- Calidad de la experiencia del cliente tanto interno como externo.

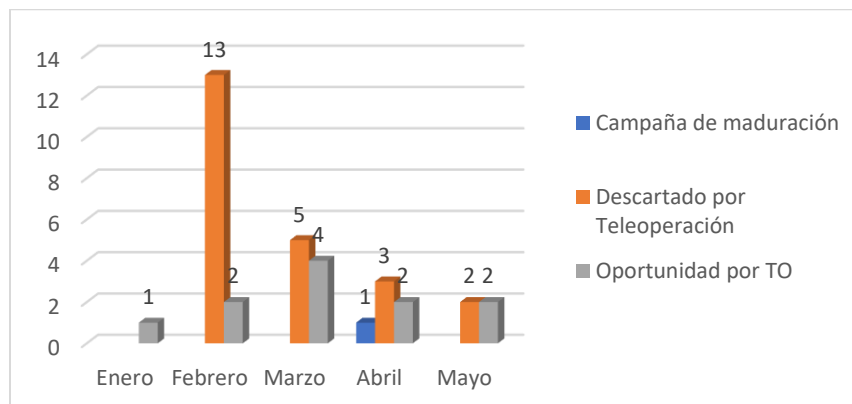
9.3. Análisis y seguimiento de desempeño de métricas de marketing digital

Seguimiento mensual de campañas pagas en Google Ads, analizando el comportamiento de 35 leads generados para la unidad de negocio HP Inc. entre enero y mayo de 2025. Clasifiqué a los leads según su avance en el embudo comercial:

- 11 oportunidades generadas (31,4 %)
- 23 descartados (65,7 %)
- 1 en campaña de maduración (2,9 %)

El análisis identificó que febrero tuvo el mayor número de descartes (13), lo que alertó sobre una deficiente segmentación del público objetivo, permitiendo ajustar los filtros de audiencia en campañas posteriores.

Figura 2 - Comportamiento de leads registrados pauta HPInc



Fuente: Elaboración propia

Este seguimiento permitió optimizar la calidad de leads, aumentar la eficiencia del presupuesto publicitario y mejorar la tasa de conversión en embudos comerciales.

9.4. Apoyo en la gestión de redes sociales

Diseño y gestión de un cronograma mensual de publicaciones, pasando de 1–2 publicaciones semanales a 5 publicaciones semanales (20 al mes) en redes como Instagram, Facebook, LinkedIn y X.

Redacción de más de 18 copys alineados con campañas estratégicas como Azure, Veeam, Smart Choice y Kaspersky, ajustándolos al tono de cada red.

Implementación de la programación de contenido en HubSpot, con lógica de carga informativa según los días de la semana, lo que generó un incremento del 35 % en el alcance promedio por publicación.

Ilustración 5 - Crono post

Cronograma de contenidos redes sociales						
Fecha	Día	Canales	Formato	Status	Campaña	País
12-may	Lunes	Linkdln CE	Pieza Blog	Publicado	Azure	Colombia
13-may	Martes	Linkdln CEPE	Toma Cali	Publicado	NA	Perú
14-may	Miércoles	Linkdln CEECU		Publicado	NA	Ecuador
15-may	Jueves	Todos	Carrusel Mitos sobre Azure video Recap F5	Publicado	Veeam	Todos
19-may	Lunes	Todos	Capsula de coem Talks Veamware	Publicado	VMWare	Todos
20-may	Martes	Todos	Toma eje / Blo	Publicado	Kaspersky	Todos
21-may	Miércoles	Linkedin col	Pieza hpe SM	Publicado	Smart choice	Colombia
22-may	Jueves	Todos	Video recap e	Publicado	Ebc	Ecuador
23-may	Viernes	Todos	Video Veeam	Publicado	Veeam	Todos
26-may	Lunes	Todos	Tech Tour Co	Publicado	CSP	Colobia
27-may	Martes	Todos	Video expect	Publicado	CSP	Todos

Fuente: Elaboración propia.

Ilustración 6 - Pieza kaspersky para redes



Fuente: Elaboración equipo comunicaciones de Controles Empresariales.

Figura 3 - Copy sobre la pieza kaspersky ciberseguridad



🔒 ¿Crees que con un antivirus estás protegido?

La mayoría de las amenazas no entran por donde crees... y el 90% de los incidentes de ciberseguridad ocurren por un simple error humano.

👉 No se trata solo de tener herramientas, sino de saber usarlas estratégicamente.

Descubre qué estás pasando por alto y cómo proteger tu empresa desde adentro.

🗨️ Lee más en nuestro blog <https://hubs.la/Q03rtL8h0>

#Ciberseguridad #ControlesEmpresariales #Kaspersky #ProtecciónInteligente

Fuente: Elaboración propia

Figura 4 - Resultados desempeño publicación ciberseguridad

ME GUSTA	12
COMENTARIOS	0
VECES COMPARTIDO	3
CLICS CON SEGUIMIENTO DE HUBSPOT ⓘ	1
CLICS CON SEGUIMIENTO DE RED ⓘ	8
ALCANCE	249
IMPRESIONES	388

Fuente: Hubspot Controles Empresariales

Esta publicación generó:

- 12 “me gusta”
- 3 compartidos
- 9 clics (8 desde redes sociales y 1 desde HubSpot)
- 388 impresiones y 249 personas alcanzadas

Estos datos reflejan que la estrategia de contenido fortaleció la visibilidad de la marca en temas clave como ciberseguridad.







9.5. Investigación y benchmarking competitivo

Elaboración de un benchmark competitivo de 5 proveedores CSP (Claro Cloud, Movistar, SoftwareOne, Noventiq y NEXSYS), analizando sus diferenciadores, modelos de facturación y canales de atención.

Este análisis fue presentado al equipo de comunicaciones, incluyendo 4 recomendaciones estratégicas para posicionar mejor la oferta CSP de la empresa:

- Reforzar soporte local
- Aumentar transparencia en tarifas
- Comunicar beneficios FinOps
- Adaptar tono del mensaje según target

Ilustración 7 - Benchmarking sobre modelo CSP (Cloud Service Provider)

Categoría	Claro Cloud	Movistar	SoftwareOne	Noventiq	NEXSYS (Mayorista)
 Propuesta de valor	“Con una experiencia localizada, facturación transparente, una red de baja latencia entre regiones y la nube más extensa, flexible y segura de Latinoamérica, ayudamos a empresas de todos los tamaños a mitigar el costo, tiempo y riesgo de la adopción de la nube.”	“Movistar es un aliado estratégico para que tus equipos estén conectados y productivos desde cualquier lugar, con Microsoft Teams sin consumo de datos en los primeros meses y acceso a Azure bajo CSP.”	“SoftwareOne Microsoft CSP Services trasciende ser solo un servicio: es una asociación diseñada para agilizar y simplificar tu viaje hacia la nube de Microsoft.”	“Obtén las soluciones Microsoft que te ayudarán a lograr tus objetivos de negocio, a través de Cloud Solution Provider (CSP), un modelo de suscripción rápido, flexible y rentable.”	“Microsoft Azure ofrece eficiencia de TI para empresas que necesitan almacenar información o hacer crecer sus aplicaciones, en una plataforma única, segura, flexible, escalable y de bajo costo. Entrega la posibilidad de respaldar tu información en distintos datacenters alrededor del mundo, pagando solo por lo que usas.”
 Servicios destacados	Enterprise Cloud: Máquinas Virtuales, Kubernetes con Tanzu, almacenamiento SSD y servicios de red. Hybrid Cloud: Extensión on-premise con conectividad avanzada y servicios profesionales. MultiCloud: Gestión unificada de AWS, Azure, GCP y nubes privadas mediante panel Ustore.	Microsoft Teams gratuito (3-6 meses sin consumo de datos) integrado en planes empresariales . Office 365 (Exchange, OneDrive, SharePoint) para colaboración . Azure IaaS/PaaS: Máquinas Virtuales, App Services y funciones serverless, bajo modelo CSP	Microsoft 365: Servicios gestionados y soporte para maximizar el rendimiento de las licencias. Azure: Servicios gestionados para optimizar, asegurar y administrar entornos en Azure	Microsoft Azure: IaaS, PaaS, SaaS, más de 5.000 servicios en la nube (VMs, AI, IoT, CDN). Microsoft 365: Office, Exchange, SharePoint, OneDrive, Teams. Microsoft Teams: chat, videoconferencia, colaboración en tiempo real para hasta 500 usuarios	Microsoft Azure (IaaS, PaaS, SaaS): VM, AI, IoT, CDN, “paga sólo por lo que usas” Office 365: Word, Excel, PowerPoint con actualizaciones mensuales y seguridad integrada Exchange Online: correo corporativo seguro y confiable con antimalware y antisppam
 Soluciones personalizadas	Socio local de confianza: punto único de contacto y soporte en la región. Modelos de consumo flexibles: ajustables a presupuesto y necesidades cambiantes. Seguridad end-to-end: cumplimiento regional y protección de datos.	Teams + Office 365 + firewall perimetral + VPN corporativa . Cloud híbrida: Conectividad MPLS + extensiones seguras de on-premise a Azure Telefonica Tech FinOps: Monitoreo y optimización de consumo Azure mediante paneles de control personalizados	Digital Workplace Essentials: Servicios para habilitar un entorno de trabajo de alto rendimiento con soporte integral para Microsoft 365. Cloud Services Essentials para Azure: Servicios para optimizar, asegurar y administrar entornos en Azure.	Compra rápida en línea: licencias disponibles al instante en Noventiq Digital Platform. Paga por uso: facturación mensual o anual basada en consumo real, con informes en tiempo real. Gestión flexible: agrega o quita licencias al instante, sin mínimos obligatorios.	Pago por uso: justa capacidad y tiempo de servidores “on-demand” Seguridad y confianza: tú eres dueño de tus datos; cumplimiento de normativas globales Adaptabilidad: soporte para iOS, Android, Windows, Oracle, Linux
 Tipo de cliente objetivo	“Más de 1.500 compañías y 1.5 millones de pymes en todo el mundo usan Claro Cloud.”	Organizaciones de cualquier tamaño (startups, pymes, grandes empresas y sector público) que requieran: Teletrabajo seguro con Teams sin sobrecostos de datos . Migración ágil a Azure con facturación flexible mensualmente Telefonica Tech Soporte 24/7 y escalamiento directo a Microsoft	Organizaciones de todos los tamaños que buscan una gestión eficiente y soporte experto en sus entornos de Microsoft 365 y Azure.	Organizaciones de cualquier tamaño que buscan agilidad en licenciamiento, control de costos y acceso inmediato a soluciones Microsoft con un modelo de suscripción.	Empresas de cualquier tamaño que requieran: Migrar o escalar aplicaciones en Azure con facturación flexible. Colaborar bajo Office 365 y Exchange Online con seguridad garantizada.
 Tono de marca	Confiable y profesional, enfatizando “peace of mind”, “trusted partner” y “no surprises” para generar seguridad en la adopción de la nube.	Profesional–cercano, con énfasis en “aliado estratégico” y “sin sorpresas” en la factura .	Profesional y confiable	Profesional y global, transmitiendo confianza.	Técnico-profesional, con lenguaje claro sobre eficiencia, escala y seguridad en la nube
 ¿Qué comunican?	Narrativa de “viaje guiado” hacia la nube, donde se mitigan costo, tiempo y riesgo, convirtiendo la migración en una oportunidad segura.	Movistar narra la adopción cloud como un viaje seguro: “trabajar desde cualquier lugar sin preocuparte por el consumo de datos” y “pagar solo por lo que uses en Azure” .	SoftwareOne enfatiza su experiencia y capacidad para simplificar la complejidad de la gestión de licencias y servicios en la nube de Microsoft, ofreciendo soporte continuo y soluciones personalizadas.	La transición a la nube como un modelo de consumo eficiente: “compra lo que necesites y paga sólo por lo que usas”, con control total del presupuesto.	Que la adopción de la nube es ágil y rentable: “paga sólo por lo que usas”, sin sacrificar escalabilidad ni cumplimiento de datos.

Fuente: Elaboración propia.

Este informe contribuyó directamente a la redefinición de la narrativa de valor de la solución CSP, adoptando mensajes más cercanos al cliente y orientados a eficiencia operativa.

9.6. Apoyo operativo

Apoyo en la organización de 3 eventos internos, gestionando la instalación de material POP, señalización, registro de asistentes y logística de información.

Este apoyo permitió mejorar la experiencia de 150 participantes internos y externos, garantizando un flujo de información claro y un ambiente ordenado.

Figura 5 - Fotografía evento Adobe



Fuente: Elaboración propia.

10. Logros obtenidos

- La practicante impulsó la cultura analítica al diseñar y construir dashboards interactivos en Excel y Power BI que permitieron el seguimiento de métricas clave (ROMI, ROI, CAO) y OKRs, mejorando la toma de decisiones basada en datos.
- Detectó y optimizó el embudo de leads, identificando puntos críticos (alta tasa de descarte y baja activación) y proponiendo cambios de segmentación y mensajes que elevaron la conversión.
- Fortaleció la presencia digital en Colombia, Perú y Ecuador al planificar y programar contenidos diarios en HubSpot, generando cronogramas y copys alineados con los objetivos de la marca.
- Redefinió la propuesta de valor tras consolidar un benchmark de cinco proveedores CSP y presentar hallazgos que destacaron diferenciadores como cercanía local, transparencia en facturación, FinOps y seguridad.
- Garantizó experiencias corporativas impecables al coordinar logística y montaje para asistentes en eventos internos, reforzando la imagen profesional de la compañía.
- Potenció campañas específicas al redactar copys para piezas gráficas en HubSpot y analizar sus métricas, lo que incrementó el alcance y la visibilidad.
- Fortaleció la rendición de cuentas al extraer y consolidar datos de CRM y plataformas digitales, alimentando informes ejecutivos de OKRs mensuales y trimestrales.

Conclusiones

En conclusión, durante el período de su práctica profesional en Controles Empresariales S.A.S., adquirió y perfeccionó conocimientos clave en el análisis de campañas, automatización de procesos y elaboración de informes estratégicos, los cuales representan un aporte significativo a su desarrollo profesional y personal. Esta experiencia le permitió aplicar lo aprendido en el ámbito académico a contextos reales, enfrentando desafíos que fortalecieron sus habilidades en proactividad, innovación y capacidad analítica.

A lo largo del proceso, identificó tanto fortalezas como oportunidades de mejora dentro de la organización, lo que le permitió aportar ideas con base en datos y generar valor desde la perspectiva del marketing. Asimismo, pudo evidenciar cómo la empresa avanza en su proceso de transformación digital, implementando herramientas tecnológicas para optimizar la gestión de campañas y tomar decisiones más ágiles y fundamentadas.

Finalmente, esta práctica representó una oportunidad valiosa para consolidar tanto competencias técnicas, como el manejo de plataformas de automatización, visualización de datos y análisis de KPIs, como habilidades blandas esenciales en el entorno empresarial actual. Esta vivencia no solo fortaleció su perfil como futura profesional en mercadeo, sino que también reafirmó su motivación por seguir aprendiendo y creciendo en áreas como la inteligencia digital, la analítica y la gestión estratégica de datos.

Referencias bibliográficas

América Economía. (2023). Big Data y ciberseguridad: Dos aliados estratégicos en transformación digital. <https://www.americaeconomia.com/>

Asociación Colombiana de Ingenieros de Sistemas (ACIS). (2024). Informe sobre riesgos y ética en inteligencia artificial. <https://www.acis.org.co>

Banco de la República de Colombia. (2025, mayo 5). Informe de política monetaria: abril de 2025. <https://www.banrep.gov.co/es/publicaciones-investigaciones/informe-politica-monetaria/abril-2025>

Banco Mundial. (2022). DataBank: Colombia y Perú. <https://data.worldbank.org/>

BBVA Research. (2025, junio 11). BBVA Research proyecta que el PIB colombiano crecerá 2,3 % en 2025 y 2,7 % en 2026. <https://www.bbva.com/es/co/economia-y-finanzas/bbva-research-proyecta-que-el-pib-colombiano-crezca-23-en-2025-y-se-acelere-a-27-en-2026/>

Canal News Ecuador. (2024, mayo 6). Resumen ejecutivo estudio sectorial servicios TIC's (Parte 4). <https://canalnews.ec/2024/05/06/resumen-ejecutivo-estudio-sectorial-servicios-tics-parte-4/>

Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones (CCIT). (2021). Informe del sector TIC en Colombia.

Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones (CCIT). (2024). TicTac: Boletín trimestral del sector TIC, cifras tercer trimestre de 2024. <https://www.ccit.org.co/wp-content/uploads/tictac-2024-oportunidades-y-desafios-para-la-masificacion-del-5g-en-colombia.pdf>

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing (7^a ed.). Pearson.

Controles Empresariales S.A.S. (s. f.). Clientes. <https://www.controlempresariales.com/clientes/>

DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística). (2022). Encuesta Pulso Empresarial: uso de tecnologías emergentes en empresas colombianas. <https://www.dane.gov.co>

DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística). (2025, junio 9). Boletín técnico: Índice de precios al consumidor, mayo de 2025. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPC/may2025/bol-IPC-may2025.pdf>

DataReportal. (2024a). Digital 2024: Colombia. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-colombia>

DataReportal. (2024b). Digital 2024: Perú. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-peru>

Doerr, J. (2018). Measure what matters: How Google, Bono, and the Gates Foundation rock the world with OKRs. Portfolio.

Forti, V., Baldé, C. P., Kuehr, R., & Bel, G. (2020). The global e-waste monitor 2020. UNU/ITU/ISWA. <https://ewastemonitor.info>

Gobierno del Perú. (2024). Plataforma Nacional de Talento Digital. <https://www.gob.pe/talentodigital>

HubSpot. (2024). Desempeño de contenidos de ciberseguridad: Tendencias y mejores prácticas. <https://www.hubspot.com/>

IDC. (2022). IDC Latin America semiannual IT services tracker.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15^a ed.). Pearson.

Ley 1581 de 2012 (Colombia). Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.

Marr, B. (2015). *Big data in practice: How 45 successful companies used big data analytics to deliver extraordinary results*. Wiley.

Merodio, J. (2012). *Marketing en redes sociales: Estrategias para profesionales y empresas*. Alienta Editorial.

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MinAmbiente). (2018). Decreto 284 de 2018: Gestión integral de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE).

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MinAmbiente). (2022). Resolución 851 de 2022: Gestión de RAEE.

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MinAmbiente). (2024). Guía técnica para la gestión integral de RAEE.

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC). (2021). Misión TIC 2022. <https://www.mintic.gov.co/>

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC). (2023). Estrategia Nacional Digital de Colombia 2023–2026. https://www.mintic.gov.co/portal/715/articles-334120_recurso_1.pdf

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.

Sánchez Forero, V. (2024, septiembre 30). Sector digital en Colombia creció 25,7 % en 2023 y generó ventas por \$57,2 billones. La República. <https://www.larepublica.co/especiales/el-poder-del-software-transformando-industrias/el-sector-digital-en-colombia-crecio-25-7-el-ano-pasado-3964260>

Schneider Electric. (2024). Tendencias de ciberseguridad para empresas de tecnología en América Latina. <https://www.se.com/co/>