

Informe de actividades realizadas en la pasantía de Ingeniería Multimedia en la empresa

Productos EcoPeques S.A.S

Luis Alejandro Córdoba Caro

Asesor

Natalia Elizabeth Pérez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Básicas Tecnología e Ingeniería ECBTI

Ingeniería Multimedia

2025

Agradecimientos

Agradezco a la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), institución que me brindó las herramientas académicas necesarias para crecer tanto en lo profesional como en lo personal, su direccionamiento me permitió asumir con responsabilidad cada reto y comprender que el conocimiento no se limita a las aulas, sino que se construye día a día con esfuerzo, compromiso y dedicación. Extiendo mi sincero reconocimiento y agradecimiento a la gerente de Productos EcoPeques, Paula Taborda, por brindarme la oportunidad de realizar mi pasantía en esta empresa, su liderazgo, confianza y orientación fueron claves para que pudiera integrar los conocimientos adquiridos en mi formación con la práctica real, comprendiendo así la importancia de la innovación, la responsabilidad social y la calidad en los procesos empresariales. A mi esposa por su comprensión y ser mi bastón y voz que me invitaba a no desfallecer, además por todos esos días que no pude estar con ella y apoyarla en decisiones importantes por estar comprometido con mi desarrollo profesional, y a mi madre por siempre contar con ella y ser una voz de aliento en cada parte del proceso. De igual manera, agradezco profundamente a mi asesora Natalia Elizabeth Pérez, quien con su guía constante me mostró la dirección adecuada en la que debía encaminar mi pasantía, sus palabras, su acompañamiento y la claridad con la que me orientó marcaron una diferencia significativa en el desarrollo de este proyecto, aportando no solo a mi crecimiento académico, sino también a mi formación.

Resumen

La pasantía desarrollada en la empresa Productos EcoPeques S.A.S constituyó un espacio de formación y aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en el programa de Ingeniería Multimedia, permitiendo el fortalecimiento de competencias técnicas y comunicativas; durante el proceso se elaboraron piezas gráficas y audiovisuales orientadas a redes sociales, entre ellas videos promocionales, imágenes y contenidos diseñados bajo criterios de edición, integración de efectos y adaptación a distintos formatos digitales, con el propósito de apoyar el posicionamiento de la marca y la difusión de su portafolio de productos, como parte principal se desarrolló su sitio web oficial, implementando una canasta de compras, pasarela de pago e integración de WhatsApp como canal principal y diversos formularios de contacto, se realizó una estrategias de SEO para la optimización del posicionamiento en motores de búsqueda, la experiencia también incluyó la elaboración de un manual de identidad corporativa, el cual contribuyó a la coherencia visual y un manual de usuario en video para la gestión autónoma de la plataforma; en conclusión, la pasantía no solo favoreció el fortalecimiento de la identidad digital de la compañía, sino que también representó un proceso de consolidación académica y profesional en el ámbito de la Multimedia.

Palabras clave: Multimedia, Comunicación, Marketing, SEO, WEB

Abstract

The internship conducted at Product's EcoPeques S.A.S. provided an opportunity for training and practical application of the knowledge acquired in the Multimedia Engineering program, allowing for the strengthening of technical and communication skills. During the process, graphic and audiovisual pieces were created for social media, including promotional videos, images, and content designed according to editing criteria, integration of effects, and adaptation to different digital formats, with the aim of supporting the positioning of the brand and the dissemination of its product portfolio. The main part of the internship involved developing the company's official website, implementing a shopping cart, payment gateway, and WhatsApp integration as the main channel, as well as various contact forms. SEO strategies were implemented to optimize search engine positioning. The experience also included the development of a corporate identity manual, which contributed to visual consistency, and a video user manual for autonomous management of the platform. In conclusion, the internship not only helped strengthen the company's digital identity but also represented a process of academic and professional consolidation in the field of multimedia.

Keywords: Multimedia, Communication, Marketing, SEO, WEB

Tabla de Contenido

Objetivos.....	15
Objetivo General.....	15
Objetivos Específicos.....	15
Plan de Trabajo	16
Creación de Interfases Visuales	17
Construcción del Sitio Web de Prueba.....	18
Manual de Identidad Corporativa	20
Proceso de Construcción Final Sitio Web.....	23
Optimización del Rendimiento y SEO.....	24
Producción de Contenidos para Redes Sociales	25
Manual Técnico de Usuario	27
Presentación de Resultados.....	27
Cronograma de Actividades	29
Resultados Obtenidos.....	47
Fortalecimiento de la Identidad de Marca	47
Incremento de Interacción en Redes Sociales.....	47
Mejora del sitio Web y Experiencia Digital.....	47
Inclusión de Métricas Análisis de Resultados.....	49
Crecimiento de la Comunidad Red Social Instagram.....	49
Métricas de Desempeño Alcance y Visualizaciones	50
Contenido Destacado	53
Actividades en el Perfil.....	54

Comparativa Profesional Línea Gráfica.....	55
Análisis Métrico del Sitio Web	58
Análisis de Tráfico y Audiencia.....	58
Volumen de Sesiones y Visitantes Únicos	58
Procedencia del Tráfico Fuentes de Adquisición	59
Dispositivos de Acceso	60
Comportamiento y Engagement del Usuario	61
Métricas de Interacción.....	61
Páginas Vistas por Sesión	61
Páginas más Visitadas	61
Puntos Fuertes del Sitio Web	62
Optimización del Rendimiento SEO y Web	63
Informe de Evaluación de Rendimiento Web	63
Evaluación por Dispositivo.....	63
Rendimiento en Escritorio	63
Rendimiento en Dispositivos Móviles	64
Posicionamiento en Motores de Búsqueda	65
Aprendizajes Personales y Profesionales.....	67
Conclusiones.....	69
Recomendaciones	70
Referencias Bibliográficas	72
Apéndices.....	73

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Cronograma Actividades por Mes</i>	29
Tabla 2 <i>Creación Promocionales Contenido en Redes Sociales 1</i>	37
Tabla 3 <i>Creación Promocionales Contenido en Redes Sociales 2</i>	40
Tabla 4 <i>Creación Promocionales Contenido en Redes Sociales 3</i>	42
Tabla 5 <i>Comparativa de Contenido con Línea Gráfica</i>	55

Lista de Figuras

Figura 01	<i>Interfases Visuales Ecopeques</i>	18
Figura 02	<i>Programación en VSCode</i>	19
Figura 03	<i>Manual De Identidad Corporativa</i>	21
Figura 04	<i>Parrilla de Publicaciones para Redes Sociales</i>	22
Figura 05	<i>Visualización Sitio Web de Prueba EcoPeques</i>	22
Figura 06	<i>Panel de Control y Gestor de Contenido</i>	23
Figura 07	<i>Optimizar el Rendimiento del Sitio Web - SEO</i>	25
Figura 08	<i>Publicación en Redes sociales</i>	26
Figura 09	<i>Manual del Usuario</i>	27
Figura 10	<i>Perfil Instagram EcoPeques</i>	49
Figura 11	<i>Perfil Para Profesionales Métricas Año 2024</i>	50
Figura 12	<i>Interacciones</i>	51
Figura 13	<i>Visualizaciones</i>	51
Figura 14	<i>Mejores Publicaciones</i>	53
Figura 15	<i>Actividades en el Perfil</i>	54
Figura 16	<i>Visualizaciones de Contenido Anterior</i>	56
Figura 17	<i>Visualizaciones de Contenido Actual</i>	57
Figura 18	<i>Métricas Análisis de Tráfico</i>	59
Figura 19	<i>Procedencia de Tráfico</i>	59
Figura 20	<i>Sesiones por Dispositivo</i>	60
Figura 21	<i>Páginas Vistas por Sesión</i>	61
Figura 22	<i>Páginas Vistas por Sesión</i>	62

Figura 23 <i>Rendimiento en PC</i>	64
Figura 24 <i>Rendimiento en Móviles</i>	65
Figura 25 <i>Posicionamiento en Google por Nombre</i>	66
Figura 26 <i>Posicionamiento en Google por Palabra Clave</i>	66

Lista de Apéndices

Apéndice A <i>Encuentros Sincrónicos y Actas de Acompañamiento</i>	73
Apéndice B <i>Carpeta de Trabajo Realizado Durante la Pasantía</i>	74
Apéndice C <i>Glosario</i>	75

Introducción

La transformación digital ha impulsado a las empresas a fortalecer su presencia en medios digitales, adoptando estrategias de comunicación acordes con las exigencias del mercado como el storytelling, estrategias de influencers, publicidad segmentada entre otros, es por esto que surge un nuevo modelo como lo indica, Benedetti (2016), sugiere que el modelo se establece a partir de “un diálogo entre individuos y empresas, que se ve impulsado por su carácter público y a la vista de una comunidad que intercambia y viraliza sus puntos de vista sobre una marca” (p. 47), en este panorama, el Ingeniero Multimedia asume un rol esencial al integrar conocimientos de diseño, programación, producción audiovisual y comunicación digital para generar soluciones efectivas que potencien la proyección de las marcas. “En tal sentido, las redes sociales están revolucionando las formas de la oferta y la demanda en el mercado, siendo mecanismos innovadores que permite a los ofertantes estar en contacto con los demandantes o consumidores de una manera mucho más rápida y eficiente” Cava & Sir, 2022, p. 39).

La pasantía permitió evidenciar cómo el diseño, la producción multimedia, el desarrollo web y las tecnologías aplicadas a la comunicación visual, se constituyen en herramientas estratégicas para consolidar la identidad digital, de acuerdo con Ramírez-Acosta (2017), la interfaz y la experiencia de usuario son parámetros determinantes en, “una nueva experiencia, las necesidades de los usuarios pueden también servir de base para un look & feel estéticamente agradable por medio de tipografía, colores y elementos gráficos, de manera que el usuario sea guiado en cada tarea” (p. 51), esta experiencia demuestra que la comunicación visual requiere más que la creación de piezas gráficas, pues demanda conocimientos en usabilidad, experiencia de usuario pero también se debe tener en cuenta “que si queremos que las páginas web sean eficaces, han de demostrar su encanto tras un vistazo rápido. La mejor forma de conseguirlo es

crear páginas fáciles de entender o, al menos, claras” (Krug, 2015, p. 19), a todo lo anterior se le suma la aplicación de estrategias de posicionamiento, cuya orientación va enfocada a la visibilidad y credibilidad de la marca, a través de técnicas como el SEO, el marketing de contenidos y la optimización de la experiencia de usuario, aunque según, Mesa (2021), el posicionamiento web o SEO, “es también el proceso consistente en mejorar la visibilidad de un sitio web de manera orgánica, sin realizar ningún pago, para que aparezca en posiciones destacadas” (p. 189).

De este modo, el Ingeniero Multimedia se consolida como un profesional capaz de articular creatividad, tecnología y estrategia para responder a las demandas de un entorno empresarial en constante transformación.

Justificación

En un entorno marcado por la transformación digital y el crecimiento acelerado de los medios digitales como principales escenarios de interacción, se hace evidente que las empresas requieren profesionales capaces de integrar creatividad, diseño y tecnología en sus procesos de comunicación, bajo esta perspectiva, la Ingeniería Multimedia aporta un valor diferencial, pues no se limita a la producción de recursos visuales, sino que articula conceptos de diseño, producción audiovisual, usabilidad, experiencia de usuario, programación y estrategias de comunicación digital para consolidar la identidad de las organizaciones en el mercado.

La pasantía desarrollada en Productos EcoPeques S.A.S responde a esta necesidad empresarial, al demostrar que un profesional del área de la multimedia entiende cómo articula estos conocimientos y crea acciones estratégicas para fortalecer el posicionamiento y reconocimiento de la marca, teniendo en cuenta según Benedetti (2016) que la “Relevancia, experiencia y engagement están entonces íntimamente relacionados entre sí” (p. 108) y en este sentido, cada recurso elaborado se convierte en un medio para optimizar la comunicación visual de la empresa, ayudando a reforzar la relación con sus clientes y proyectar sus valores en un entorno digital competitivo.

Esta experiencia se justifica desde dos perspectivas, por un lado, en el ámbito académico, el cual permitió poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera, vinculando teoría y práctica en un escenario real de aplicación, por otro lado, el ámbito empresarial brindó soluciones multimedia que respondieron a las necesidades comunicativas de la organización, generando resultados visibles en la difusión de sus productos y en la consolidación de su identidad digital.

En síntesis, la pasantía no solo tuvo un impacto positivo en la empresa al mejorar su proyección digital, sino que también reafirmó la relevancia del rol del Ingeniero Multimedia como un actor esencial en la transformación de la comunicación empresarial contemporánea.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar e implementar estrategias de producción multimedia en la empresa Productos EcoPeques S.A.S. que contribuyan al fortalecimiento de su identidad digital, al posicionamiento de sus productos en el mercado y a la optimización de sus procesos de comunicación visual en entornos digitales.

Objetivos Específicos

Diseñar y desarrollar una interfaz de usuario intuitiva y responsiva para el sitio web garantizando una experiencia de usuario (UX) óptima y adaptada a diversos dispositivos y navegadores.

Implementar y gestionar sistemas backend que permita integrar de forma eficiente los servicios externos y funcionalidades como autenticación de usuarios de ser necesario (opcional), asegurando la operatividad y escalabilidad de la plataforma.

Optimizar el rendimiento y la velocidad del sitio web, así como su posicionamiento en motores de búsqueda mediante estrategias de SEO, asegurando una mayor visibilidad y alcance en el entorno digital.

Planificar, crear y gestionar contenido digital para redes sociales, desarrollando estrategias que aumenten la interacción con el público objetivo y fortalezcan la marca en alineación con los objetivos organizacionales.

Plan de Trabajo

El cronograma de actividades diseñado para el desarrollo del proyecto (Pasantía) con Productos EcoPeques S.A.S, se estructura en cuatro meses, hasta cumplir 640 horas de trabajo, este plan de trabajo fue organizando de manera progresiva para que cada tarea permite alcanzar los objetivos planteados, la planeación busca no solo cumplir con cada aspecto técnico, sino también la creación de estrategias digitales, garantizando un proceso ordenado que facilite la evaluación de cada fase y la integración de aprendizajes.

Mes 1: Inducción y orientación empresarial, revisión de los objetivos y metodologías, definición de las herramientas (software, herramientas y equipos), investigación, análisis e identificación de requerimientos de la empresa, creación de interfaces visuales tipo Mockup para PC y Móvil sitio web, creación de brief creativo y propuesta de un sitio web responsivo con lenguaje de etiquetado, HTML 5, Lenguaje de programación PHP y JS para ser aprobado y proseguir a la creación del sitio web final.

Mes 2: Creación de manual de identidad corporativa, creación de contenido para redes sociales, creación y puesta en marcha de sitio web en plataforma seleccionada por la gerencia y estructuración del diseño aprobado, en la última semana se hace el manejo de imagen e incorporación de los productos al panel de tienda en línea, se estructura canasta de compras y pasarelas de pago.

Mes 3: Implementación de optimización del sitio web, aplicación de posicionamiento en línea, SEO para posicionamiento orgánico, optimización de los tiempos de carga optimización de imágenes; creación de contenido para redes sociales.

Mes 4: Pruebas de rendimiento, funcionalidad y compatibilidad, velocidad de carga sitio web, evaluación en diferentes navegadores y dispositivos, creación de contenidos para redes sociales, documentación y manuales y mantenimiento del sitio web.

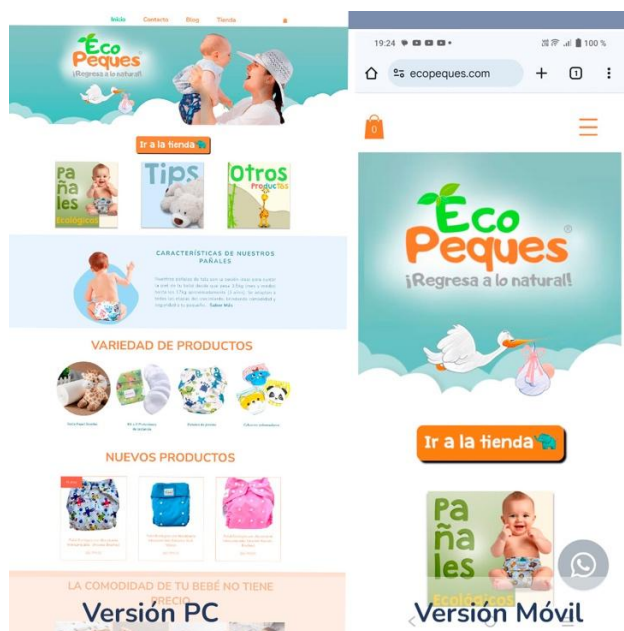
Durante la primera semana de ingreso como pasante en Productos EcoPeques S.A.S se llevó a cabo un proceso de inducción y orientación empresarial que permitió conocer la empresa, su infraestructura, la misión, visión, valores y filosofía de la organización, además de la dinámica interna de trabajo, en este espacio se revisaron los objetivos y metodologías de la pasantía, lo que facilitó una planificación clara de las actividades a desarrollar; asimismo, se definieron las herramientas necesarias, incluyendo software especializado, recursos técnicos y equipos de apoyo, garantizando así un entorno óptimo para el desempeño; de forma paralela, se realizó una fase de investigación, análisis e identificación de los principales requerimientos de la empresa, con el fin de orientar las acciones estratégicas hacia las necesidades reales del área comunicativa y digital.

Creación de Interfases Visuales

Como parte del proceso de desarrollo de la página web ecopeques.com se diseñaron interfaces visuales o mockups que funcionaron como una guía previa para la construcción del sitio web, estos prototipos permitieron visualizar la distribución de los elementos gráficos, la jerarquía de la información y la coherencia con la identidad de marca; además, facilitaron la evaluación temprana de la usabilidad y experiencia de usuario, asegurando que el diseño respondiera a las necesidades del público objetivo, una vez elaborados, los mockups fueron presentados a la empresa para su revisión y aprobación, garantizando así un proceso de construcción web alineado a las expectativas y objetivos.

Figura 01

Interfases Visuales Ecopeques



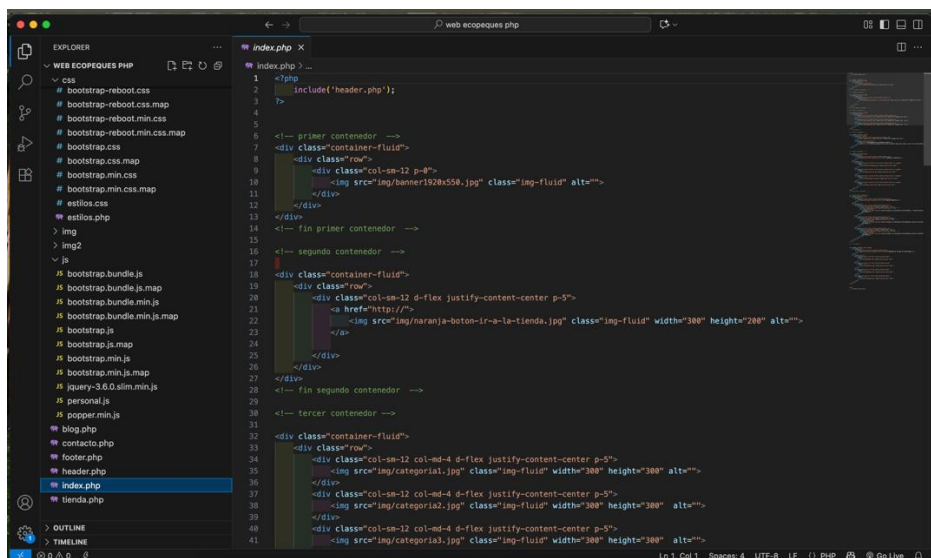
Nota. Muestra gráfica mockup de sitio web. *Fuente.* Autoría propia.

Construcción del Sitio Web de Prueba

Para la creación de prueba del sitio web se realizó con el lenguaje de etiquetado HTML 5, integración de lenguajes de programación PHP y JS, integración de framework: Bootstrap y uso del servidor local MAMP.

Figura 02

Programación en VSCode



Nota. Programación software VSCode con extensiones PHP. y aplicación JS. *Fuente.* Autoría propia.

El uso de software especializado como Visual Studio Code y la aplicación de extensiones de PHP, y JS y manejo de algunos framework como Bootstrap fue necesario para una construcción adecuada y con todo el diseño visual que se requería para este sitio web, esto representa una alternativa eficiente y versátil para proyectos empresariales y académicos, debido a la capacidad de ambas tecnologías para responder a las exigencias actuales del entorno digital.

En primer lugar, PHP ofrece la ventaja de ser un lenguaje de programación ampliamente difundido, con una comunidad activa que facilita la resolución de problemas y el acceso a múltiples recursos de apoyo, su carácter de software libre no solo reduce los costos de implementación, sino que también asegura compatibilidad con la mayoría de los servidores y

bases de datos, lo que lo convierte en una opción escalable y adaptable a distintos contextos de desarrollo.

Por su parte, Bootstrap aporta un marco de trabajo especializado en diseño responsivo, lo que garantiza que las aplicaciones web puedan visualizarse correctamente en diferentes dispositivos sin necesidad de realizar adaptaciones complejas, esta característica se alinea con las tendencias de consumo digital, donde el acceso a la información se realiza en gran medida desde teléfonos móviles y tabletas. Además, Bootstrap integra una amplia biblioteca de componentes reutilizables, como menús, botones y formularios, que agilizan los procesos de maquetación y contribuyen a mantener la coherencia visual del sitio.

Manual de Identidad Corporativa

Durante el proceso de pasantía se construyó el manual de identidad corporativa o identidad visual para poder dar seguimiento y ser fiel a la marca y evitar generar productos que no den dirección a la empresa.

En la cuarta semana y hasta finalizar la pasantía se generara contenido para redes sociales y se da comienzo con la campaña sobre los empaques en que llegan los productos, un video que informa que estos son biodegradables y sirven de abono para las plantas, en este trabajo se aplica creación, edición, integración de audio y aplicación de efectos a video usando el programa Adobe Premiere, Photoshop e illustrator e inteligencia artificial de Google Labs (Whisk), dicha campaña permite direccionar a aquellos padres conscientes de la contaminación que generan los pañales convencionales y desean aportar al cuidado del medio ambiente.

También se hace campaña de promoción para redes sociales para los pañales ecológicos, bebés, adultos, vestidos de baño y otros productos ecológicos para cada semana, se crea una pieza gráfica tipo imagen con efectos y fotomontaje en Adobe Photoshop, aplicación de vectores

en ilustrator como las ilustraciones de los animales que hacen parte de las fotografías creadas para mejorar el acercamiento al público al que se desea llegar.

La generación de imágenes con IA como los bebés, fue fundamental y de gran ayuda ya que, para mostrar un rostro de un niño o bebé de alguno de nuestros clientes, se debía firmar un permiso para que se pueda visualizar en las redes sociales y no entrar en problemas judiciales. Al tener un manual de identidad corporativa, no fue problema crear contenido debido a que este era la guía de cómo usar tanto el imagotipo como sus colores y junto a los parámetros que se indicaron del contenido de imágenes.

Figura 03

Manual De Identidad Corporativa



Nota. Construcción del manual de identidad en formato pliego. *Fuente.* Autoría propia.

Figura 04

Parrilla de Publicaciones para Redes Sociales

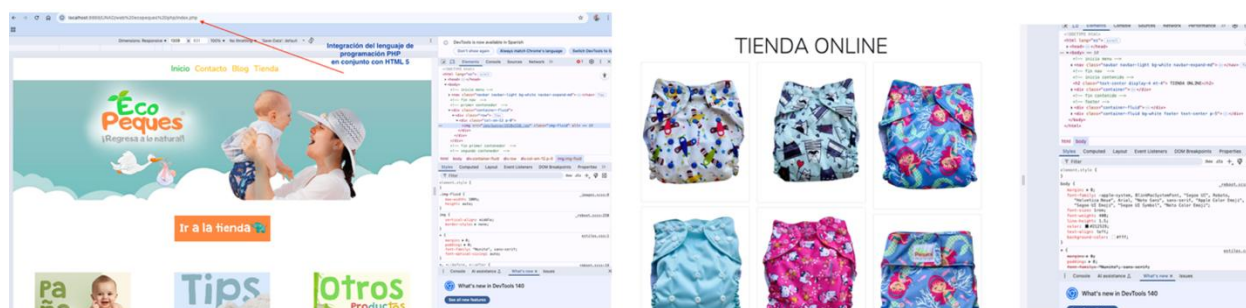
imagen 2 Ecopeques simplemente felicidad.jpg (Colores, diversión y cuidado para tu bebé y el planeta)	imagen 3 Ecopeques mejor. Lelo para la mamá más importante)	imagen 4 Ecopeques seguro y natu (¿Sabías que un pañal biodegradable tarda hasta 40 años en degradarse?)					
PUBLICACION	MARTES	PUBLICACION	MIERCOLES	PUBLICACION	JUEVES	PUBLICACION	VIERNES
18 de septiembre 10:00 am Imagen 6 Ecopeques juntos cuidamos el planeta (Cada gesto de amor hacia nuestros hijos también puede ser un gesto de amor hacia el planeta.)							
PUBLICACION	MARTES	PUBLICACION	MIERCOLES	PUBLICACION	JUEVES	PUBLICACION	VIERNES
23 de septiembre 10:00 am imagen 8 Ecopeques protege a tu bebé	24 de septiembre 10:00 am imagen 9 Ecopeques porque él se lo merece	25 de septiembre 10:00 am imagen 10 Ecopeques pañales ecológicos	26 de septiembre 10:00 am imagen 11 Ecopeques ellos también quieren				
PUBLICACION	MARTES	PUBLICACION	MIERCOLES	PUBLICACION	JUEVES	PUBLICACION	VIERNES
30 de septiembre 10:00 am imagen 13 Ecopeques bebé feliz	01 de octubre 10:00 am imagen 14 Ecopeques bebé feliz						
<p>Calendario de plant. mensual</p> <p>Repositorio de contenido</p>							

Nota. Parrilla de imágenes para redes sociales. *Fuente.* Autoría propia.

Se visualiza la parrilla preparada para las publicaciones de redes sociales, con hora de publicación y día de la semana, también se incluye un repositorio en otra hoja de las publicaciones ya realizadas y su respectivo enlace y fecha de publicación para mejor control.

Figura 05

Visualización Sitio Web de Prueba EcoPeques



Nota. Visualización del sitio web con inspección navegador Google. *Fuente.* Autoría propia.

Al desarrollar el sitio web inicial, se realiza una inspección que está disponible en navegadores como Google Chrome y constituye un recurso clave para comprender la estructura,

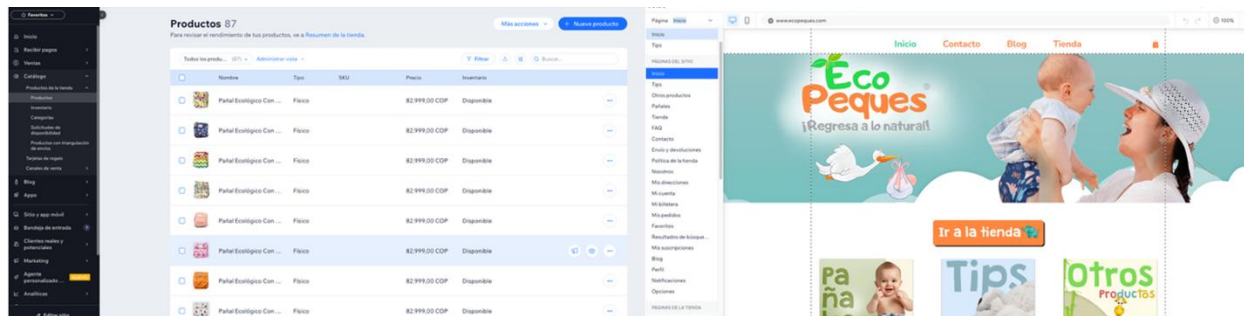
una de sus principales ventajas es que permite visualizar en tiempo real el código HTML y CSS de cualquier página, lo que facilita identificar cómo están contruidos los elementos y cómo responden a los estilos aplicados; este análisis resulta útil para detectar errores de maquetación, inconsistencias en el diseño o conflictos entre hojas de estilo.

Proceso de Construcción Final Sitio Web

Por decisión de la gerencia se decide que se debe construir el sitio web en Wix dado un beneficio que le otorgó la Cámara de Comercio de Medellín, se ejecuta con la misma interfase ya aprobada anteriormente, se hacen pruebas de carga y funcionalidad del panel de control para integración de productos y su gestor de contenido.

Figura 06

Panel de Control y Gestor de Contenido



Nota. Panel de control Wix y visualizador de su gestor de contenido en el desarrollo del sitio web. *Fuente.* Autoría propia.

El panel de control de Wix ofrece una interfaz intuitiva que centraliza la gestión del sitio web, permitiendo al usuario administrar diseño, contenido, estadísticas y herramientas de marketing. Su principal ventaja es brindar acceso a funciones profesionales como integraciones con redes sociales, optimización SEO, monitoreo de tráfico y gestión de tienda en línea.

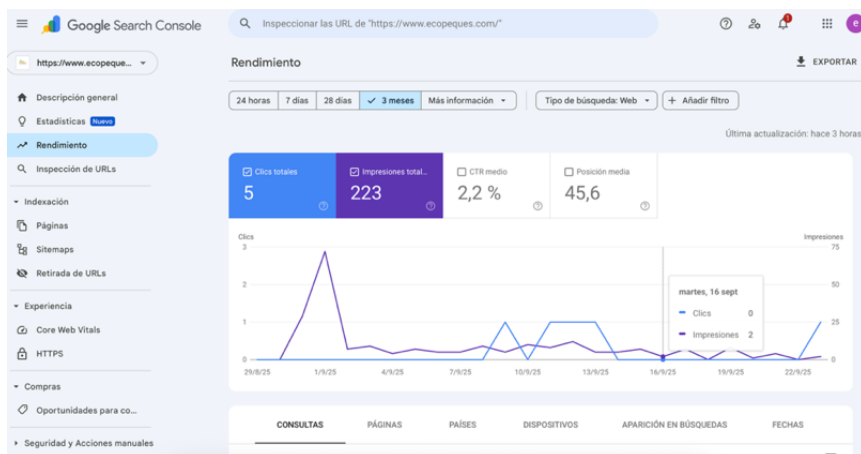
Optimización del Rendimiento y SEO

La optimización del rendimiento y SEO del sitio web de ecopeques.com se centra en garantizar que la plataforma sea rápida, accesible y fácilmente rastreable por los motores de búsqueda. Esto implica mejorar la velocidad de carga mediante la reducción de elementos pesados como imágenes sin comprimir, la implementación de un hosting eficiente y el uso de técnicas de caché y modificación de recursos, a nivel técnico, resulta clave asegurar que el sitio sea responsive, que cuente con certificados de seguridad (HTTPS) y que tenga una estructura limpia de enlaces internos y URLs amigables, lo cual facilita la navegación y mejora la experiencia del usuario.

En términos de SEO, la estrategia se orienta hacia la optimización de contenidos con palabras clave relevantes al sector infantil, de sostenibilidad y consumo consciente, lo que fortalece la visibilidad en buscadores, igualmente, se recomienda trabajar con meta etiquetas claras, títulos descriptivos y meta descripciones persuasivas, además de implementar datos estructurados que mejoren el posicionamiento, la generación constante de contenido en el blog y la correcta indexación de páginas permiten que ecopeques.com no solo atraiga tráfico orgánico, sino que también refuerce su autoridad digital y competitividad en el mercado colombiano de productos ecológicos para niños.

Figura 07

Optimizar el Rendimiento del Sitio Web - SEO



Nota. Análisis de rendimiento de Google Search Console 2025. *Fuente.* Autoría propia.

Google Search Console es una herramienta gratuita de Google que permite supervisar y optimizar la presencia de un sitio web en los resultados de búsqueda, el análisis de rendimiento muestra métricas clave como clics, impresiones, tasa de clics (CTR) y posición media, lo que facilita identificar las páginas más visitadas, las consultas que generan tráfico y las oportunidades de mejora en SEO.

Durante el último mes se realizó el manual técnico de usuario del sitio web y se establece la entrega de resultados y cierre de la pasantía, se entrega los informes finales, retroalimentación y recomendaciones para la empresa.

Producción de Contenidos para Redes Sociales

La producción de contenidos para redes sociales en ecopeques.com se orienta a transmitir los valores de sostenibilidad, calidad y cuidado infantil a través de estrategias visuales y narrativas que conectan emocionalmente con el público, esto se logra mediante la creación de videos y publicaciones que muestran el uso real de los productos como los pañales reutilizables,

gorros y vestidos de baño en contextos cotidianos, acompañados de mensajes claros que resaltan sus beneficios ecológicos y económicos, además, se utilizan recursos audiovisuales como planos detalle, paneos y tomas dinámicas de bebés en juego, lo que refuerza la autenticidad y cercanía de la marca.

Al mismo tiempo, los contenidos se diseñan para fortalecer la identidad digital de la empresa mediante parrillas de publicación organizadas que equilibran promoción, educación y entretenimiento, con un enfoque profesional y atractivo, se incorporan tendencias de marketing digital como el storytelling, el uso de hashtags estratégicos y el refuerzo de la interacción con la comunidad, de esta manera, la producción de contenidos en redes sociales de ecopeques.com no solo busca posicionar sus productos, sino también consolidar un vínculo emocional con las familias que priorizan el consumo responsable y el cuidado del medio ambiente.

Figura 08

Publicación en Redes sociales



Nota. Promoción pañales EcoPeques. *Fuente.* Autoría propia.

El manejo de redes sociales con una línea gráfica definida es fundamental para EcoPeques, ya que asegura coherencia visual y refuerza el reconocimiento de la marca en cada

publicación. Esta uniformidad transmite profesionalismo, genera confianza y permite que los clientes identifiquen fácilmente los productos en un entorno digital saturado.

Manual Técnico de Usuario

El manual de usuario para Wix de ecopeques.com es fundamental porque orienta a los encargados de la página en la correcta administración y actualización del sitio web. Su importancia radica en que facilita el uso de las herramientas disponibles, asegura coherencia en la gestión del contenido y optimiza el tiempo al ofrecer instrucciones claras y prácticas. Además, garantiza que cualquier miembro del equipo pueda mantener la página alineada con la identidad digital de la empresa.

Figura 09

Manual del Usuario



Nota. Manual del usuario de EcoPeques. *Fuente.* Autoría propia.

Presentación de Resultados

La presentación del informe de resultados constituye la etapa final de la pasantía, en la cual se exponen los análisis realizados y el crecimiento de la empresa en comparación con meses

anteriores, este balance refleja los procesos de participación, la planificación de las actividades y la ejecución de los planes de trabajo desarrollados durante la práctica.

Cronograma de Actividades

Tabla 1

Cronograma Actividades por Mes

Mes	Actividad	Proceso	Aprendizaje	Estado
Junio 2025	inducción y familiarización con EcoPeques	Participación en reuniones introductorias con el equipo de trabajo. Revisión de la historia, misión, visión y valores de la empresa. Conocimiento de los productos y los procesos que llevan en la producción y su posicionamiento en el mercado. Identificación de los roles y responsables de cada área.	El proceso inicial permitió comprender el funcionamiento interno de la organización, sus lineamientos y la dinámica laboral y de comunicación. este espacio de inducción fue clave para reconocer las expectativas frente a la pasantía y establecer una ruta de trabajo alineada con los objetivos de EcoPeques.	Terminado
	Revisión de objetivos, metodología de trabajo y herramientas	Análisis conjunto de los objetivos de la pasantía y de la empresa. Definición de la metodología de trabajo colaborativo. Selección de herramientas digitales para la gestión de proyectos y el diseño. Planificación preliminar de entregables.	esta fase sirvió para alinear las metas de la práctica con los requerimientos empresariales. se establecieron los criterios metodológicos, destacando un enfoque ágil y práctico, además de la elección de herramientas como gestores de tareas, software de diseño gráfico y editores de	

Mes	Actividad	Proceso	Aprendizaje	Estado
			código para optimizar el desarrollo del sitio web y las piezas digitales.	
	investigación y análisis de necesidades	Entrevistas y diálogo con la persona responsable de marketing. Análisis del estado actual de la comunicación digital de la empresa. Levantamiento de requerimientos técnicos para el sitio web Identificación de oportunidades para fortalecer la presencia en redes sociales.	Se realizó un diagnóstico y se definen las características principales del sitio web, así como las estrategias digitales necesarias para mejorar la visibilidad y la interacción con los clientes.	
	Diseño, desarrollo y aprobación del frontend	Creación del manual de identidad visual para establecer los parámetros de manejo de colores, tipografía y llamados a la acción. Creación de prototipos de interfaces visuales del sitio web. Estructuración del diseño responsivo para garantizar su adaptación a diferentes	Esta etapa se centró la creación del manual de identidad, que, si bien no estaba entre las actividades a desarrollar, era sumamente importante que se tuviera para poder continuar con el proceso de desarrollo, una vez se tuvo el	

Mes	Actividad	Proceso	Aprendizaje	Estado
		dispositivos HTML5, PHP, framework Bootstrap. Revisión y retroalimentación con el equipo. Ajustes y aprobación de la propuesta visual final.	manual de identidad corporativa, se centró en el diseño de la experiencia del usuario del sitio web, desarrollando un frontend atractivo, funcional y adaptable. las propuestas visuales fueron validadas con el equipo de la empresa, logrando la aprobación de un diseño coherente con la identidad corporativa y listo para avanzar hacia su implementación técnica.	
				https://drive.google.com/file/d/1eTsLp9_o82zlr36-XJSZ89CVE6rRZFpH/view?usp=sharing https://drive.google.com/file/d/1V52IKRrDT39E7VKbRJREr_mp3hk_sEkP/view?usp=sharing
Enlace Drive				https://drive.google.com/drive/folders/18ppehX70gw3IObZN-aGmwFOXvbv2SrXd?usp=sharing https://drive.google.com/drive/folders/1nLxVla1zo2G1pZpaUuf_4dh3kNWLEFxT?usp=sharing
Julio - Agosto 2025	implementación del backend en plataforma wix	Análisis de la decisión gerencial frente a la adopción de wix. Configuración inicial del entorno de trabajo en la	En esta primera fase se evaluaron las ventajas que wix representaba para la empresa, principalmente el beneficio obtenido con hosting y url incluidos,	

Mes	Actividad	Proceso	Aprendizaje	Estado
		plataforma. Exploración de las herramientas integradas que ofrece wix (hosting, url, plantillas y widgets). Planificación de la estructura interna del sitio web.	Además, se consideró su practicidad como editor intuitivo que facilita la integración de funcionalidades sin requerir un desarrollo técnico complejo.	
	integración de funcionalidades del sitio web	Desarrollo de la estructura del backend utilizando las opciones que wix permite Incorporación de la canasta de compras. Configuración de la pasarela de pagos segura y funcional. Pruebas iniciales de usabilidad del sistema de compra.	Se trabajó en la integración de las herramientas de comercio electrónico dentro del sitio, garantizando un flujo de compra claro y sencillo para los usuarios. se validó la seguridad de la pasarela de pagos y se revisó que los procesos de selección de productos y finalización de compras fueran intuitivos.	
	Revisión sobre funcionalidades de autenticación	Análisis del impacto de incluir o no registro de usuarios. Evaluación de	Tras analizar con la gerencia, se concluyó que las funciones de autenticación podían convertirse en una	

Mes	Actividad	Proceso	Aprendizaje	Estado
		tendencias y comportamiento del consumidor digital.	barrera de acceso, desmotivando al cliente ocasional, por ello, se optó por un sitio abierto, enfocado en facilitar las visitas y las compras sin procesos de registro para comprar que limiten al usuario.	
	Desarrollo de material audiovisual para redes sociales.	Decisión conjunta con la gerencia de no implementar esta funcionalidad. Ajustes al diseño para mejorar la navegación libre de registros.	Recepción de pedido contenido de RS tipo videos e imágenes temas: Pañales, Vestidos de Baño, otros productos. Recepción de material para de video, tema empaques compostables de EcoPeques Integración de efectos visuales y Voz en off	Se produce un video con enfoque ambiental para destacar que los empaques de EcoPeques son compostables, este material busca generar conciencia en los consumidores sobre el compromiso sostenible de la empresa, a la vez que fortaleció la identidad de la marca en sus plataformas digitales.
		Publicación del video en redes sociales oficiales		

Mes	Actividad	Proceso	Aprendizaje	Estado
URL	https://www.ecopeques.com/			
web				
Enlace	https://drive.google.com/file/d/1p7qM9kNDvY4uqrFqfvN6V7J1_kBpxGLj/view?usp=sharing			
Drive				
Enlace	https://drive.google.com/file/d/1sepVw3XgSwAK_02-oxA770UlxVLISMKH/view?usp=sharing			
Drive				
Enlace	https://drive.google.com/file/d/1whSIzr2Zju_djhDOFM9auyGcBA3UQQc5/view?usp=sharing			
Drive				
Enlace	https://www.instagram.com/p/DMSysrkNOO3/			
Enlace	https://www.instagram.com/p/DM_tghIoPcl/			
Enlace	https://www.instagram.com/p/DNCHAeKOB8A/			
Septiembre	Optimización del rendimiento del sitio web	Pruebas de velocidad en diferentes entornos. Ajustes básicos de seo (palabras clave, metadatos, títulos y descripciones). Mejoras en tiempos de carga mediante optimización de imágenes y recursos internos.	Se aplicaron pruebas técnicas para identificar factores que afectaban la rapidez del sitio, se optimizaron imágenes y se configuraron elementos de SEO bajo la plataforma de Google Search Console para favorecer la visibilidad en buscadores, buscando un mejor posicionamiento digital	Terminado

Mes	Actividad	Proceso	Aprendizaje	Estado
			y una navegación fluida.	
	Pruebas de funcionalidad y compatibilidad	Verificación del correcto funcionamiento de formularios y enlaces. Pruebas de navegación en distintos navegadores (chrome, firefox, edge, safari). Revisión de compatibilidad en dispositivos móviles y de escritorio.	Se realizaron pruebas para asegurar que la experiencia de usuario fuera consistente sin importar el navegador o dispositivo utilizado. se ajustaron detalles de visualización y usabilidad, garantizando accesibilidad y coherencia en la interfaz.	
	Gestión de redes sociales: creación de parrilla y contenido	Planificación y diseño de una parrilla de publicaciones para el mes. Programación de piezas gráficas y audiovisuales según objetivos de marca. Edición de fotografías recibidas e integración en	En esta etapa se trabajó en la organización estratégica de redes sociales, creando un calendario visual que facilitó la coherencia en la comunicación digital. el material fotográfico fue editado y adaptado a diferentes formatos como reels, historias y publicaciones.	

Mes	Actividad	Proceso	Aprendizaje	Estado
		contenidos promocionales.		
	Documentación, cierre de pasantía y presentación de resultados	Elaboración de documentación técnica y manual de mantenimiento del sitio web en modo usuario. Preparación de informe final de pasantía Presentación de resultados a la gerencia Retroalimentación y recomendaciones finales	La fase de cierre incluyó la entrega de documentos útiles para la empresa, como el manual de mantenimiento del sitio para que pueda ser gestionado internamente. además, se presentó el informe de resultados, con una evaluación crítica de lo realizado y sugerencias de mejora a futuro.	
Enlace Drive				https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vbeqmpnE9pvxj3SU3CXN_F0Xx-s3SxP/edit?usp=sharing&oid=111383366873624533828&rtpof=true&sd=true
Link de carpeta general				https://drive.google.com/drive/folders/1uHv7c0htoqcBkqlE2mZuGQH5HTIy3h3J?usp=sharing

Nota. Descripción del cronograma por mes. *Fuente.* Autoría propia.

Tabla 2*Creación Promocionales Contenido en Redes Sociales 1*

Mes	Actividad	Proceso	Estado
Mes 1 2025	Video 1	Creación de video para redes social Instagram, se establece la necesidad de dar a conocer que no todos los pañales ecológicos son iguales y de informar que este tipo de producto cuida la piel y el planeta.	Terminado
	Video 2		
Enlace Drive	https://drive.google.com/drive/folders/1VjHe38vPCREx1EUu2xK5-0-9zwQol54A?usp=sharing		
Guion video 1			
Enlace	https://www.instagram.com/p/DHb5UgyhaQw/		
Escena	Acción visual	Diálogo / Audio	
Escena 1	Plano americano, música suave de fondo, persona 1 le habla a persona 2 y la toca desde atrás, solo se observa la mano de la primera persona y pregunta:	Persona 1: 'Paula, ¿verdad que ustedes solo venden pañales reutilizables para bebés?'	
Escena 2	Persona 2 Paula, se voltea y toma un pañal del estante de pañales, permanece el mismo plano y responde.	Paula: 'No, también tenemos pañales para adultos.'	
Escena 3	Permanece el plano americano y Paula responde para luego hacer un cercamiento al pañal que Paula sostiene, cambia el plano y es un hombre trabajador de la empresa, sosteniendo el pañal. Cámara hace zoom al producto.	Paula: 'Te tenemos la solución: estos son los pañales ecológicos para adultos que se ajustan a diferentes tallas.'	

Mes	Actividad	Proceso	Estado
Escena 4	Paula sentada mostrando el pañal abierto y señalando características de los pañales.		Paula: 'Están elaborados con materiales de excelente calidad y su absorbente de 12 capas brinda mayor absorción y seguridad.'
Escena 5	Plano medio de Paula, música suave, muestra el pañal y lo acerca a la cámara.		Paula: 'Si deseas más información, escríbenos a nuestra línea de WhatsApp o envíanos un mensaje.'
Guion video 2			
Enlace	https://www.instagram.com/p/DHy8IAhhfGa/		
Escena	Plano	Acción	Diálogo
Escena 1 Comparación inicial	Plano medio cuerpo, Paula sentada	Paula toma una capa de un pañal ecológico de otra marca, la suelta y se nota que no absorbe bien.	¿Cansada de esos pañales ecológicos donde la absorción no dura nada?
Escena 2 Presentación de la solución	Plano detalle sobre el producto	Se enfoca el material del pañal mientras Paula lo muestra.	Nuestros absorbentes están elaborados con materiales de excelente calidad, hipoalergénicos que protegen la piel de tu bebé y no lo queman.
Escena 3 Explicación técnica	Plano medio cuerpo de Paula mostrando el pañal en sus manos	Ella señala las capas del pañal y las barreras laterales.	Por tal motivo, no necesitas aplicarle crema antipañalitis.

Mes	Actividad	Proceso	Estado
			Están elaborados con ocho capas de absorción y, además, cuentan con barreras a los lados que evitan filtraciones.
Escena 4 – Refuerzo de calidad	Primer plano detalle del pañal	Paula muestra un pañal EcoPeques, mostrando su consistencia y resistencia. Luego lo acerca a cámara.	Si realmente buscas un pañal ecológico con buena absorción, este es el ideal.
Escena 5 – Cierre y llamada a la acción	Zoom al pañal acercado por Paula hacia la cámara	Se resalta la marca. Música de fondo mantiene un ritmo positivo.	Escríbenos a nuestras líneas de WhatsApp para más información.

Nota. Guion para video de EcoPeques. *Fuente.* Autoría propia.

Tabla 3*Creación Promocionales Contenido en Redes Sociales 2*

Mes	Actividad	Proceso	Estado
	Video 3	Edición de video para red social Instagram, se crea video en campaña de cero desperdicios	
Mes 2 2025	Imagen	Se realiza publicación para establecer la comodidad de los bebés cuando usan los pañales de EcoPeques	Terminado
Enlace Drive	https://drive.google.com/drive/folders/1VjHe38vPCREx1EUu2xK5-0-9zwQol54A?usp=sharing		
Enlace imagen	https://www.instagram.com/p/DIXF_MhhITW/		
Guion video 3			
Enlace	https://www.instagram.com/p/DIuKQq1sAgf/		
Escena	Acción en cámara	Diálogo	Observaciones
Escena 1 Plano general	Persona 1 de pie, mirando a persona 2, con retazos en la mano.	Persona 1: “Paula, ¿qué hacemos con estos retazos, los botamos?”	Se inicia con plano general para dar contexto. Iluminación, música de fondo suave.
Escena 2 Plano medio	Persona 2 sentada en una silla, sostiene retazos y los muestra a cámara.	Persona 2: “En Ecopeques no desperdiciamos nada. Con estos residuos de	Paula explica mientras hace gestos mostrando los retazos. Puede haber subtítulos en

Mes	Actividad	Proceso	Estado
		tela que nos quedan elaboramos las bolsitas para los protectores de lactancia y adicional elaboramos los gorritos de piscina.”	pantalla para enfatizar el mensaje ecológico.
Escena 3 Plano detalle	Cámara enfoca las bolsitas elaboradas con los retazos.	Sin diálogo, música de fondo continua.	Se muestra detalle de costuras y acabados de las bolsitas.
Escena 4 Plano detalle	Cámara se desplaza a mostrar gorritos de piscina y otros productos hechos con retazos.	Sin diálogo.	Encadenado visual de productos, con un movimiento suave (paneo o zoom in).

Nota. Guion para video de EcoPeques. *Fuente.* Autoría propia.

Tabla 4*Creación Promocionales Contenido en Redes Sociales 3*

Mes	Actividad	Proceso	Estado
	Video 4	En esta campaña se estable que se debe tener en cuenta que no todos los pañales ecológicos lo son realmente.	
Mes 3	Video 5	En esta campaña comunicamos que con los sobrantes de material se construyen otros productos, alcanzando a minimizar perdidas y desperdicios.	Terminado
	Video 6	Campaña para el reconocimiento que los pañales son adaptables según la edad del bebé y por esto son de alta calidad.	

[https://drive.google.com/drive/folders/1V7xCHK73zmcQBNfkb_F13YejCxBoF2-](https://drive.google.com/drive/folders/1V7xCHK73zmcQBNfkb_F13YejCxBoF2-b?usp=sharing)

Enlace Drive [b?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1V7xCHK73zmcQBNfkb_F13YejCxBoF2-b?usp=sharing)

Guion video 4 campaña de conciencia pañales ecológicos

Enlace <https://www.instagram.com/p/DJ-TdwXuAey/>

Escena	Acción en cámara	Diálogo	Observaciones
Escena 1	Plano detalle de un pañal ecológico, iluminación suave.	¿Sabías que no todos los pañales ecológicos lo son realmente?	Enfocar el pañal con claridad para captar la atención inicial.
Escena 2	Paneo general de siete pañales	Nuestros pañales ecopeques están hechos con tela	La planta resalta lo natural y ecológico del producto.

Mes	Actividad	Proceso	Estado
	ecopeques con una planta decorativa.	hipoalergénica, impermeable y transpirable, ideales para la piel de tu bebé.	
Escena 3	Plano detalle comparativo: se coloca un pañal de un color junto a otro diferente.	Duran hasta 5 años y resisten entre 300 a 400 lavadas.	Contraste visual de diseños y colores para destacar variedad.
Escena 4	Plano medio: bebé de espaldas jugando en unas pequeñas escaleras.	Con 8 capas de absorción aguantan 3 a 4 horas.	Escena tierna que conecta emocionalmente con padres.
Escena 5	Plano lateral y paneo de varios pañales alineados, resaltando texturas y colores.	A diferencia de los pañales chinos que duran 100 lavadas y absorben 30 a 40 minutos.	Mostrar detalle estético: colores vivos e iluminación.
Escena 6	Paneo de pañal con su protector, mano acaricia y toma uno de mala calidad mostrando desaprobación.	(Silencio visual, gesto negativo con la cabeza)	Contrastar calidad de ecopeques vs pañales de baja calidad.
Escena 7	Plano final: niña en un resbaladero de madera jugando con pañales ecopeques.	Elige calidad, elige ecopeques.	Cierre emotivo, refuerzo de marca y mensaje de confianza.

Guion video 5 promoción vestidos de baño 1

Enlace <https://www.instagram.com/p/DKKv9KhtMIW/>

Escena Acción en cámara Diálogo Observaciones

Mes	Actividad	Proceso	Estado
Escena 1	Aparece la placa de Ecopeques con datos de la empresa y redes sociales.	En Ecopeques transformamos residuos en cuidado y ternura.	Plano fijo de la placa con música de fondo.
Escena 2	Se muestran algunos productos con etiqueta de Ecopeques.	Nuestros gorros de baño para bebés están elaborados con suave tela de licra reciclada.	Transición suave, plano detalle sobre etiquetas.
Escena 3	Niña en piscina con su muñeca, ambas con gorro de baño. Acercamiento al logo en el gorro.	Proveniente de los sobrantes textiles de nuestros pañales para piscina.	Plano medio y detalle al logo, ambiente natural.
Escena 4	Manos en máquina de coser elaborando gorros.	Así le damos una segunda vida a los materiales y reducimos nuestro impacto ambiental.	Plano detalle, ritmo pausado, música continua.
Escena 5	Toma de diferentes pañales colgados con buena iluminación.	Diseñados para proteger el delicado cabello de tu pequeño del cloro y del agua.	Paneo lateral sobre los pañales.
Escena 6	Vuelve la toma de la niña jugando en la piscina, sonriente.	Estos gorros no solo cuidan a tu bebé, también cuidan al planeta.	Plano general, colores vivos.
Escena 7	Paso de pantallas mostrando gorros de baño en varios diseños.	Confortables, reutilizables, responsables con el medio ambiente.	Montaje final con música y cierre con fade out a negro.

Guion video 6 - promoción vestidos de baño 2

Enlace <https://www.instagram.com/p/DKQOMNXtYTx/>

Mes	Actividad	Proceso	Estado
Escena	Acción en cámara	Diálogo	Observaciones
Escena 1	Primer plano de bebé con vestido de baño, jugando y gateando en el piso.	¿Te has preguntado cómo es crecer con Ecopeques?	Fondo musical suave y alegre. Luz natural cálida.
Escena 2	Transición con fundido. Plano general de un segundo bebé caminando.	Mi hija ha crecido con ellos, sigue disfrutando de sus vestidos de baño desde que tenía 10 meses...	Se alternan planos generales y medios.
Escena 3	Diferentes tomas de bebés caminando y gateando desde otros ángulos.	... y ahora cerca a los 2 años lo sigue usando.	Cámara en movimiento fluido, estilo natural y familiar.
Escena 4	Se reutilizan tomas de otros videos: bebés con vestidos de baño, gorros y pañales reutilizables.	Su gorro de baño siempre nos acompaña y sus pañales reutilizables son cómodos para jugar y divertirse.	Uso de barridos y transiciones suaves entre planos.
Escena 5	Plano general: bebé visto desde atrás subiendo un resbalador, jugando en exteriores.	Nos ha acompañado en cada etapa.	Luz natural, énfasis en juego libre y ecológico.
Escena 6	Primer plano de los calzones entrenadores en detalle.	Y ahora nos preparamos para los calzones entrenadores...	Detalle con foco en textura y calidad del producto.
Escena 7	Regreso a escenas anteriores: bebés jugando en piscina,	Porque con Ecopeques crecemos juntos con amor, conciencia y sostenibilidad.	Fade in/out de productos y bebés felices.

Mes	Actividad	Proceso	Estado
	usando gorros y pañales.		
Escena 8	Última toma de bebés sonriendo y jugando, cierre con fade out a negro.	¿Qué esperas para que tu pequeño crezca con nosotros?	Pantalla final con logo de EcoPeques y redes sociales.

Nota. Descripción de guiones para videos de EcoPeques. *Fuente.* Autoría propia.

Resultados Obtenidos

Fortalecimiento de la Identidad de Marca

Se consolidó una línea visual coherente en todos los materiales digitales (videos, gráficas, sitio web): esto significa que los colores, tipografías, estilo de imágenes y edición se mantuvieron alineados con la identidad visual de EcoPeques, lo que contribuye a que los usuarios reconozcan la marca con mayor facilidad.

El sitio web cumplió con los lineamientos de UI/UX establecidos: interfaces responsivas, navegación amigable, diseño limpio, uso de espaciado adecuado, y coherencia visual, la migración a una plataforma como Wix también permitió mantener consistencia visual con menor esfuerzo de mantenimiento técnico.

Incremento de Interacción en Redes Sociales

Frecuencia de publicaciones: al implementar parrillas mensuales y contenido planificado, EcoPeques pudo aumentar la constancia, esto suele correlacionar con mejor visibilidad.

Mejora en formatos visuales: uso de videos tipo reels, historias, publicaciones promocionales con gráficas editadas profesionalmente. Estos formatos tienen mayor potencial de engagement, lo que debería reflejarse en más “me gusta”, comentarios, compartidos y guardados.

Contenido de valor agregado: el video promocional sobre empaques compostables es un ejemplo de contenido que no solo vende, sino que comunica valores de sostenibilidad, lo que puede aumentar fidelización y relevancia social.

Mejora del sitio Web y Experiencia Digital

Implementación de la cesta de compras y pasarela de pago: mejora del flujo comercial online.

Mejora de la velocidad del sitio, SEO básico, optimización de imágenes: esto reduce tiempos de carga y puede mejorar posicionamiento en buscadores, favoreciendo que más usuarios encuentren el sitio de EcoPeques.

Pruebas de compatibilidad con diferentes navegadores y dispositivos: garantizar que usuarios móviles vean correctamente el sitio es clave en mercados donde gran parte del tráfico proviene de celulares.

Inclusión de Métricas Análisis de Resultados

Crecimiento de la Comunidad Red Social Instagram

Seguidores actuales: 8,865

Seguidos: 2,361

Figura 10

Perfil Instagram EcoPeques



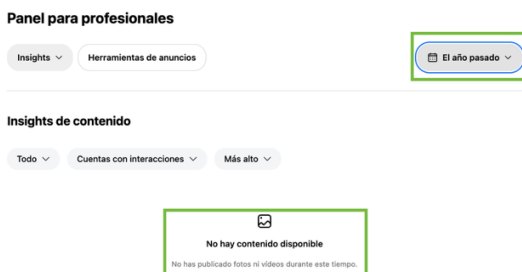
Nota. Perfil de Instagram EcoPeques. Tomado de. https://www.instagram.com/ecopeques_col

La cuenta tiene un volumen considerable de seguidores para un emprendimiento en el sector infantil y ecológico.

Se visualiza los seguidores como un indicador de crecimiento ya que al año pasado el Insights de contenidos en la cuenta de @ecopeques_col no mostraba mucho movimiento.

Figura 11

Perfil Para Profesionales Métricas Año 2024



Nota: Insights que demuestra los resultados 2024. *Fuente.* Autoría propia.

Métricas de Desempeño Alcance y Visualizaciones

Reels: 54.3%

Publicaciones: 42.4%

Historias: 3.3%

Visualizaciones totales: 22,821 en 30 días

Cuentas alcanzadas: 2,577

Seguidores: 37.2%

No seguidores: 62.8%

El análisis refleja un panorama detallado del rendimiento de la cuenta de Instagram de Productos EcoPeques durante un periodo de treinta días, mostrando indicadores clave que permiten evaluar la efectividad de la estrategia digital aplicada.

Figura 12

Interacciones

Interacciones ⓘ

98

Interacciones

Seguidores **61,2%**

No seguidores **38,8%**

Cuentas con interacciones **59**

Por interacciones con el contenido

Reels **54,3%**

Publicaciones **42,4%**

Historias **3,3%**

• Seguidores y no seguidores

Nota. Cantidad de interacciones último mes. *Fuente.* Autoría propia.

Figura 13

Visualizaciones



Nota. Insights de los últimos 30 días. *Fuente.* Autoría propia.

En primer lugar, el número de cuentas alcanzadas asciende a 2,577, lo que representa un indicador positivo de visibilidad, especialmente si se tiene en cuenta que un 62.8% corresponde a usuarios no seguidores, este dato es fundamental, ya que demuestra la capacidad de los contenidos para expandirse más allá de la audiencia ya fidelizada y atraer a nuevos públicos, fortaleciendo así el reconocimiento de la marca, el 37.2% de cuentas alcanzadas que sí son seguidoras respalda la idea de que el contenido mantiene un impacto sostenido en la comunidad existente, fomentando la lealtad.

En cuanto a las impresiones totales (22,821), estas superan ampliamente el número de cuentas alcanzadas, lo que indica que los usuarios han interactuado con las publicaciones en múltiples ocasiones, este comportamiento sugiere que la estrategia no solo logra visibilidad inicial, sino que también motiva a la audiencia a revisar repetidamente el contenido, un aspecto que incrementa la recordación de marca y refuerza la identidad corporativa.

Los resultados confirman el predominio de los videos cortos en el ecosistema digital actual, ya que ofrecen dinamismo, cercanía y alta capacidad de viralización. Sin embargo, también es relevante el papel de las publicaciones gráficas, que contribuyen a mantener coherencia visual y a comunicar mensajes más directos y permanentes, las historias, por su baja participación, se presentan como un espacio con potencial de mejora, especialmente mediante el uso de herramientas interactivas que incrementen la participación del público.

En síntesis, el análisis de esta métrica no solo demuestra la efectividad de la labor desarrollada en la pasantía, sino que también resalta la importancia de aplicar principios de ingeniería multimedia en la planeación de estrategias digitales, la integración de formatos audiovisuales, criterios de usabilidad y segmentación de audiencias se convierte en un factor

clave para optimizar el impacto comunicacional y proyectar el crecimiento de la marca en el entorno digital.

Contenido Destacado

Figura 14

Mejores Publicaciones



Nota. Mejores publicaciones según el contenido. *Fuente.* Autoría propia.

En este contenido podemos evidenciar que cuatro de las publicaciones con mayor alcance e interacción corresponden directamente a piezas producidas en el marco de la pasantía y que se encuentran en la parrilla de publicaciones para redes sociales, lo cual confirma la efectividad de la estrategia de diseño y producción multimedia implementada, estos resultados demuestran que los recursos gráficos y audiovisuales creados bajo criterios de coherencia visual, adaptación a formatos digitales y alineación con la identidad corporativa de productos EcoPeques no solo fortalecen la imagen de marca, sino que también amplían la capacidad de llegar a públicos nuevos y fidelizar a los seguidores existentes.

Este hallazgo resalta la importancia de mantener y profundizar la línea de comunicación desarrollada durante la práctica, ya que su impacto positivo refleja el valor agregado que un ingeniero multimedia aporta a las dinámicas empresariales.

La producción de contenidos innovadores, con enfoque en sostenibilidad y responsabilidad ambiental, constituye una ruta estratégica para consolidar el posicionamiento digital de la empresa y asegurar su proyección a largo plazo en un entorno cada vez más competitivo.

Actividades en el Perfil

Visitas al perfil: 592

Clics en enlace externo: 145 (= 24.5% de las visitas).

Buen indicador de interés en el sitio web, este demuestra que Instagram es un trampolín que impulsa tráfico a la página de ventas.

Figura 15

Actividades en el Perfil



Nota. Actividad por día según el número de seguidores. *Fuente.* Autoría propia.

En la imagen se puede observar una gestión estratégica orientada al fortalecimiento de la identidad digital de la marca, todos los contenidos permitieron diversificar los formatos y

alcanzar diferentes segmentos de audiencia; el análisis de las métricas muestra que los reels se consolidaron como el formato de mayor alcance e interacción, mientras que las publicaciones estáticas garantizaron coherencia visual y recordación de marca, y aunque las historias representaron un porcentaje menor de impacto, constituyen un espacio con potencial de mejora para incentivar la participación directa del público; en conjunto, estas acciones evidencian que la planeación de contenidos, sumada al diseño profesional y a la adaptación a los criterios de usabilidad de la plataforma, generó un crecimiento en la visibilidad de la empresa.

Comparativa Profesional Línea Gráfica

La comparativa profesional entre la línea gráfica actual y la anterior de Productos EcoPeques, evidencia una evolución significativa en coherencia visual, modernidad y comunicación de marca, la línea anterior utilizaba composiciones simples con paletas de colores limitadas y tipografías poco consistentes, lo que generaba una percepción más artesanal; la línea gráfica actual incorpora tonos más frescos y equilibrados, una estructura visual limpia y un manejo armónico del espacio que refuerza la identidad ecológica y familiar de la empresa, todo esto lo podemos visualizar en el comparativo por figura de la tabla 5.

Tabla 5

Comparativa de Contenido con Línea Gráfica

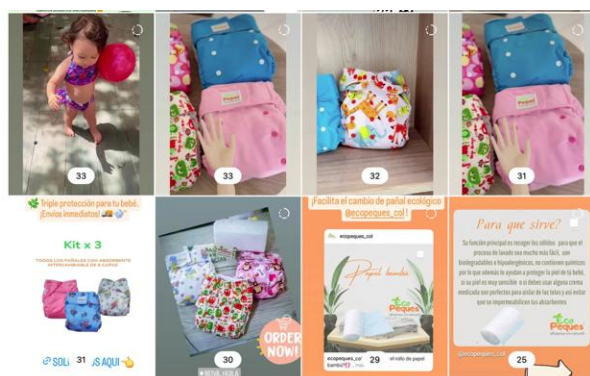
Criterio	Imagen Figura 16	Imagen Figura 17
Línea gráfica	presenta cierta dispersión en colores, tipografías y estilos, lo que genera una percepción menos cohesionada de la identidad visual.	Mantiene coherencia en el uso de colores, tipografías y elementos gráficos, reforzando la identidad de marca.
Consistencia visual	Algunas publicaciones carecen de uniformidad, lo que dificulta la recordación y	Alto nivel de consistencia entre piezas, facilitando la

Criterio	Imagen Figura 16	Imagen Figura 17
Pertinencia en visualizaciones	reconocimiento inmediato por parte del público. Las visualizaciones son funcionales, pero con menor impacto debido a la falta de una estética homogénea.	identificación de la marca y su profesionalismo. Se logra un mejor rendimiento en visualizaciones gracias a la coherencia gráfica, que atrae y retiene la atención de los usuarios.
Percepción de marca	Transmite un mensaje válido, aunque con limitaciones para consolidar un posicionamiento fuerte en el entorno digital.	Proyecta solidez y confianza, fortaleciendo la imagen institucional y la recordación en la audiencia.
Impacto en la interacción	La respuesta de la audiencia se mantiene, pero sin un patrón claro que potencie el engagement.	La uniformidad gráfica favorece mayor interacción y reconocimiento, consolidando la relación con los seguidores.

Nota. Comparativa profesional de la línea gráfica aplicada. *Fuente.* Elaboración propia.

Figura 16

Visualizaciones de Contenido Anterior



Nota. Visualización de contenido sin línea gráfica. *Fuente.* Autoría propia.

Figura 17*Visualizaciones de Contenido Actual*

Nota. Visualización de contenido con línea gráfica. *Fuente.* Autoría propia.

Análisis Métrico del Sitio Web

La evaluación en el desempeño del sitio web, www.ecopeques.com durante el último mes, se hace con base en datos cuantitativos recabados a través de herramientas de analítica web, los resultados reflejan un crecimiento notable en la participación de los usuarios, y si bien es bueno también se identifican áreas que deben ir mejorando para la captación de nuevos visitantes y la diversificación de las fuentes de tráfico, el análisis sugiere que, si bien la experiencia del usuario recurrente es sólida, se requiere una estrategia más robusta para ampliar la base de audiencia y consolidar la presencia en canales digitales clave.

Análisis de Tráfico y Audiencia

El análisis de tráfico y audiencia en el sitio web de ecopeques.com permite comprender el comportamiento de los visitantes, identificando aspectos clave como la cantidad de usuarios que ingresan, el tiempo de permanencia en cada sección, las páginas más visitadas y las fuentes de acceso (orgánico, redes sociales o referidos), esta información es fundamental para optimizar la experiencia de navegación, mejorar el posicionamiento SEO y ajustar las estrategias de marketing digital (Mesa, Gómez & Valladares, 2021, Cava & Sir, 2022).

Volumen de Sesiones y Visitantes Únicos

El sitio registró en los últimos 30 días un total de visitantes recientes de 1741 personas y 75 sesiones representando un incremento del 15% respecto al período anterior, no obstante, este crecimiento nos indica que se debe mejorar respecto a la cifra de visitantes únicos, que fue de 26 personas, en este análisis se observa que se tiene una audiencia recurrente y muestra un alto nivel de engagement, pero se debe tener la capacidad de atraer nuevas visitas que se convierte en un desafío prioritario.

Figura 18

Métricas Análisis de Tráfico



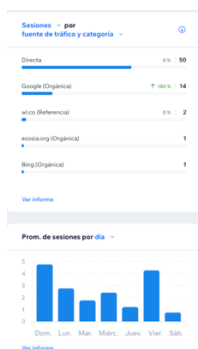
Nota. Análisis de tráfico de Ecopeques. *Fuente.* Autoría propia.

Procedencia del Tráfico Fuentes de Adquisición

La fuente de tráfico predominante es el acceso directo (50 sesiones), lo que denota una base de usuarios fieles que ingresa la URL manualmente o tiene el sitio guardado en favoritos, le sigue el tráfico orgánico de buscadores, con Google como principal motor, experimentando un crecimiento extraordinario del 180% (14 sesiones). Otras fuentes, como Ecosia y Bing, aportan un volumen marginal (1 sesión cada una), mientras que el tráfico de referencia desde wl.co es mínimo (2 sesiones). La en redes sociales y campañas de marketing digital nos muestra una oportunidad para diversificar la captación de audiencia.

Figura 19

Procedencia de Tráfico



Nota. Visualización de procedencia del tráfico. *Fuente.* Autoría propia.

Dispositivos de Acceso

La mayoría de las sesiones (80%, equivalente a 55) se realizan desde dispositivos de escritorio, mientras que el 20% restante (14 sesiones) proviene de dispositivos móviles, por la creciente tendencia de navegación en smartphones, esta distribución sugiere la necesidad de optimizar la experiencia móvil para no excluir a un segmento potencialmente amplio de usuarios.

Figura 20

Sesiones por Dispositivo



Nota. Visualización dispositivos que ingresan al sitio web. Fuente. Autoría propia.

Comportamiento y Engagement del Usuario

Métricas de Interacción

Las métricas de engagement presentan un desempeño excepcionalmente positivo, la duración promedio de la sesión: 14 minutos y 41 segundos, con un aumento del 255%. Este dato refleja que los usuarios que acceden al sitio encuentran contenido de valor que los motiva a permanecer en él.

Páginas Vistas por Sesión

Un promedio de 1,9 páginas, con un crecimiento del 45%. Aunque la cifra absoluta es moderada, la tendencia alcista es alentadora, su tasa de rebote se sitúa en 56,0%, registrando una disminución del 33%. Una tasa de rebote por debajo del 60% generalmente se considera aceptable, especialmente para sitios de contenido o comercio electrónico, e indica que más de la mitad de los visitantes interactúan con el sitio en el index - página de entrada.

Figura 21

Páginas Vistas por Sesión



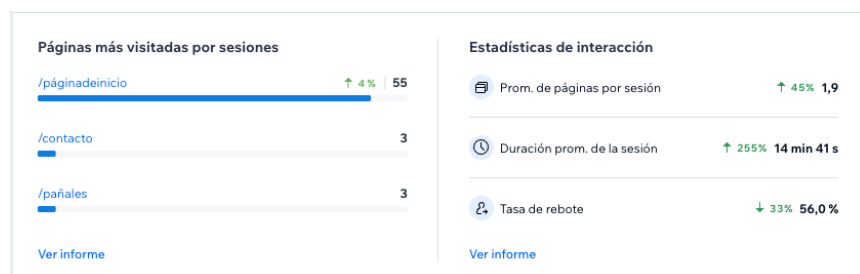
Nota. Páginas por sesión. Fuente. Autoría propia.

Páginas más Visitadas

La página de inicio (/index) es la más visitada (55 sesiones, +4%), seguida de las páginas de /contacto y /pañales (3 sesiones cada una). Esto confirma que el inicio actúa como principal punto de entrada y sugiere un interés en los productos (pañales) y en la comunicación con la empresa.

Figura 22

Páginas Vistas por Sesión



Nota. Páginas vistas por sesión en el sitio web. *Fuente.* Autoría propia.

Puntos Fuertes del Sitio Web

La alta fidelidad de la audiencia y la predominancia del tráfico directo en el aumento en las métricas de engagement (duración de sesión y reducción de rebote) señalan que los usuarios recurrentes valoran el contenido o los servicios ofrecidos.

El crecimiento en buscadores orgánicos y el notable incremento del tráfico desde Google es un indicador muy positivo de la visibilidad orgánica del sitio web.

Optimización del Rendimiento SEO y Web

Informe de Evaluación de Rendimiento Web

La experiencia del usuario en un sitio web no se limita exclusivamente a la calidad de sus contenidos o a su diseño estético; la velocidad de carga y la capacidad de respuesta constituyen factores determinantes para la retención de visitantes y la conversión de objetivos, el análisis examina el desempeño técnico de EcoPeques.com a través de los resultados obtenidos en la herramienta PageSpeed Insights, con el propósito de identificar aciertos y oportunidades de mejora en materia de optimización.

Fecha del análisis: 25 de septiembre de 2025

Herramienta utilizada: Google PageSpeed Insights

Dispositivos evaluados: Móvil y Escritorio

URL analizada: www.ecopeques.com

Evaluación por Dispositivo

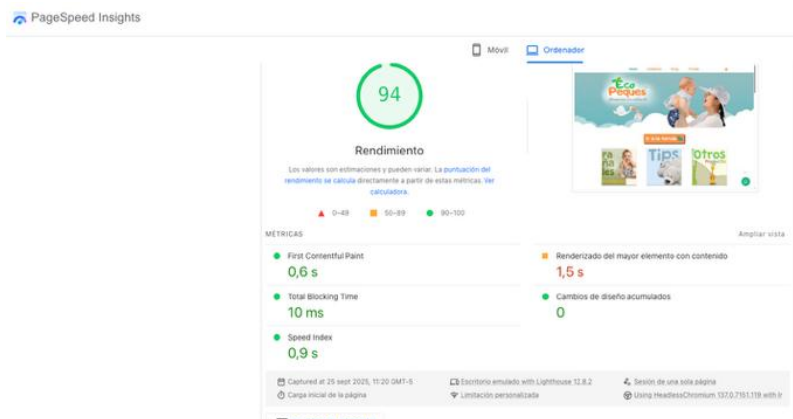
El análisis revela una diferencia sustancial en la experiencia de usuario dependiendo del dispositivo utilizado para acceder al sitio.

Rendimiento en Escritorio

El desempeño en ordenadores es significativamente superior, las métricas individuales son excelentes, el FCP (First Content Paint) es de apenas 0.6 segundos, y el SI (Speed Index) se reduce a 0.9 segundos, valores que se consideran óptimos. El TBT (Total Blocking Time) se mantiene en un nivel muy bajo, de 10 ms. Adicionalmente, el Largest Contentful Paint (LCP), que marca el momento en que el elemento más grande de la pantalla termina de renderizarse, es de 1.5 segundos en escritorio, cumpliendo con el estándar recomendado.

Figura 23

Rendimiento en PC



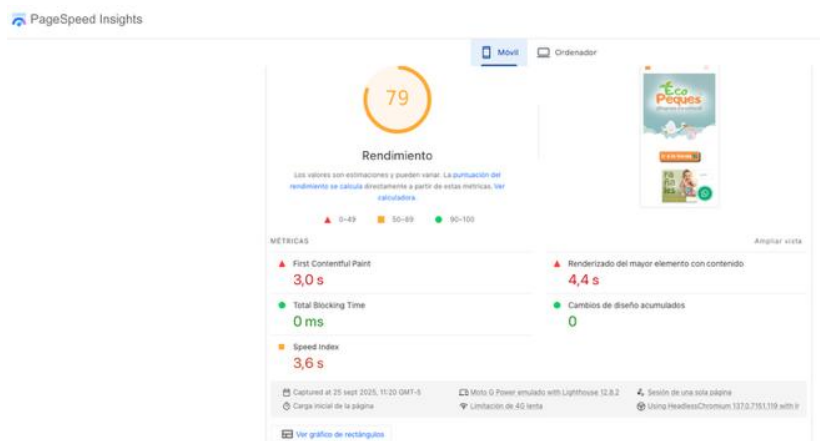
Nota. Rendimiento en computadores. *Fuente.* Autoría propia.

Rendimiento en Dispositivos Móviles

El desempeño en móviles arroja una puntuación de 79 sobre 100 en la métrica de rendimiento, esta calificación se sitúa dentro del rango catalogado como "Adecuado" (50-89), desglosando las métricas centrales, se observa un First Contentful Paint (FCP) de 3.0 segundos, lo que indica que el usuario percibe el primer elemento de contenido en un tiempo ligeramente superior al óptimo. El Speed Index (SI), que mide la velocidad a la que los contenidos se vuelven visiblemente útiles, es de 3.6 segundos. Un aspecto sumamente positivo es el Total Blocking Time (TBT) de 0 milisegundos, lo que significa que la página no experimenta bloqueos significativos que impidan la interacción del usuario durante su carga.

Figura 24

Rendimiento en Móviles



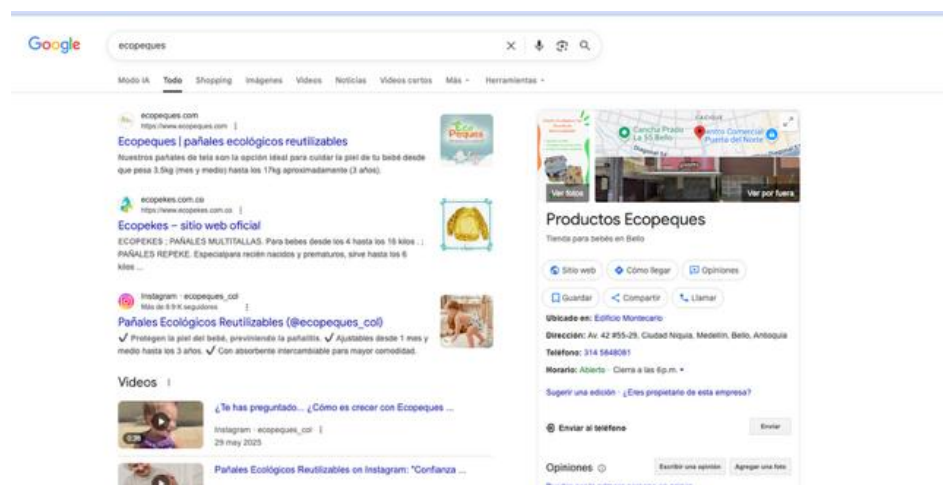
Nota. Rendimiento en móviles. *Fuente.* Autoría propia.

Posicionamiento en Motores de Búsqueda

El posicionamiento de EcoPeques en motores de búsqueda refleja una gestión adecuada de estrategias de seo, ya que la marca logra ubicarse entre los primeros lugares al utilizar palabras clave relacionadas con su portafolio de productos ecológicos y de cuidado infantil, este logro evidencia que la estructura del sitio web, el contenido optimizado y la integración de herramientas como metaetiquetas, títulos claros y descripciones pertinentes han fortalecido la visibilidad de la empresa frente a potenciales clientes; además, el buen rendimiento en buscadores contribuye a consolidar la confianza en la marca y a aumentar las posibilidades de conversión, demostrando que una correcta planificación digital es clave para competir en el mercado actual.

Figura 25

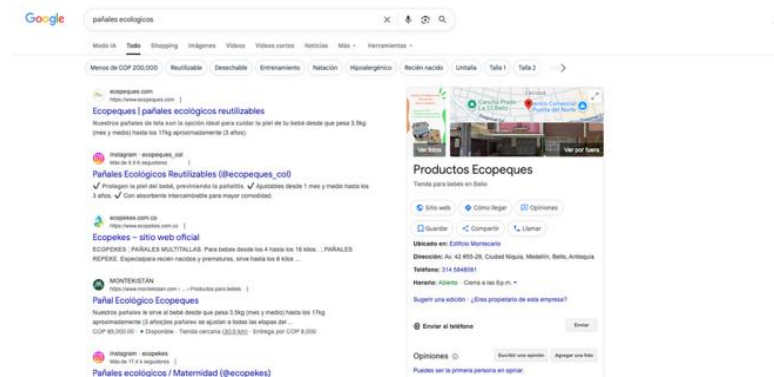
Posicionamiento en Google por Nombre



Nota. Búsqueda en navegadores por nombre. Tomado de. Google. <https://tinyurl.com/ecopeques>

Figura 26

Posicionamiento en Google por Palabra Clave



Nota. Búsqueda en navegadores por palabra clave. Tomado de. Google.

<https://tinyurl.com/reutilizables>

Aprendizajes Personales y Profesionales

Durante mi proceso en la empresa Productos EcoPeques S.A.S tuve la oportunidad de vivir un aprendizaje que trascendió lo meramente técnico, ya que se convirtió en una experiencia que integró lo personal con lo profesional, en el plano individual, aprendí a reconocer la importancia de la constancia, la organización y la disciplina como pilares para alcanzar resultados visibles, lo cual me permitió fortalecer mi confianza en la capacidad de enfrentar nuevos retos.

Desde la perspectiva profesional, el contacto directo con los proyectos me impulsó a dominar cada día más los programas y herramientas de software especializado como el Photoshop, Illustrator, Indesign y Premiere, Audition, MAMP (Servidor local), Visual Studio Code así como la IA Whisk de Google Labs para generar los bebés y los entornos de peluches, comprendiendo que no solo son instrumentos de trabajo, sino recursos estratégicos que potencian la creatividad, facilitan la innovación y ayudan a comunicar de manera más efectiva los valores de la marca.

Igualmente, la planificación en equipo se convirtió en un eje fundamental, ya que me enseñó a valorar la diversidad de ideas, a coordinar esfuerzos de forma equilibrada y a gestionar los tiempos de manera responsable, asegurando que se pueda dar el logro de los objetivos, a esto se sumó el fortalecimiento de mis habilidades comunicativas y creativas, las cuales resultaron esenciales para transmitir mensajes claros y atractivos, conectando con diferentes públicos y generando un impacto positivo tanto en la imagen de la empresa como en mi crecimiento personal.

En definitiva, esta experiencia no solo consolidó mis conocimientos, sino que me permitió proyectar un futuro profesional más sólido, con bases construidas a partir de la práctica, la reflexión y la capacidad de aprender en comunidad.

Conclusiones

La pasantía evidenció que la producción multimedia (videos, piezas gráficas y sitio web) no solo fortaleció la identidad visual de Productos EcoPeques, sino que también generó un impacto directo en la interacción digital y el reconocimiento de la marca.

La integración de estrategias digitales con coherencia estética y tecnológica permitió consolidar un modelo de comunicación visual más profesional y competitivo frente a las demandas del mercado actual.

Se comprobó que el uso de herramientas de diseño, edición y gestión web, aplicadas con criterios de ingeniería multimedia, potencia la efectividad de las campañas y la llegada a públicos nuevos.

La experiencia práctica reafirmó que la colaboración entre empresa y pasante se convierte en un escenario de mutuo beneficio, la organización recibe aportes concretos a su proyección digital y el estudiante adquiere habilidades aplicadas a contextos reales.

Los datos muestran un desempeño sólido de las publicaciones y evidencian que el trabajo multimedia realizado tuvo un efecto directo en la interacción y el posicionamiento digital de la marca.

El reto a futuro será aprovechar el alto porcentaje de usuarios no seguidores alcanzados para generar estrategias de fidelización que se traduzcan en crecimiento sostenido de la comunidad digital y, en última instancia, en mayor conversión comercial.

Recomendaciones

Se recomienda a la universidad que, si un estudiante tiene la posibilidad de hacer una pasantía, agilice el proceso para su aprobación dado que las empresas no pueden esperar tanto tiempo por sus necesidades apremiantes, mi proceso tardó más de 6 meses en ser aprobado, también tener en cuenta la asignación inmediata de director una vez aprobada la pasantía.

Para futuros pasantes, resulta clave mantener una actitud proactiva y flexible, reconociendo que los cambios internos en la empresa (como migraciones de plataformas o ajustes estratégicos) forman parte del proceso de aprendizaje.

Se recomienda que los próximos practicantes fortalezcan sus competencias en diseño multimedia y marketing digital, y a la vez desarrollen habilidades blandas como comunicación asertiva y trabajo colaborativo, pues son esenciales para integrarse con éxito en un entorno empresarial.

A EcoPeques que debería continuar invirtiendo en la creación de contenidos audiovisuales y estrategias digitales que refuercen su narrativa ecológica, ya que estos recursos generan confianza y cercanía con los clientes, también se sugiere implementar un sistema de métricas constante (analytics y social media insights) que permita evaluar periódicamente el impacto de cada acción y orientar las decisiones en tiempo real.

En el Insights de la cuenta de Instagram se debe implementar métricas comparativas mensuales (seguidores ganados/perdidos) para visualizar mejor la tendencia de crecimiento.

El contenido alcanza a más del 60% de no seguidores, lo que es positivo para atraer clientes, pero se debe trabajar en convertir ese alcance en seguidores y compradores, por eso es primordial se le dé respuesta a todos los usuarios que escriben por las diferentes plataformas y hacer el análisis del feedback que proporciona los resultados del desempeño en cada sitio web.

En Instagram se debe optimizar el link de la biografía con un Linktree o Beacons que lleve a tienda, catálogos y promociones.

Se debe mantener la línea gráfica y narrativa de imágenes familiares y bebés ya que crea una conexión emocional y potencia el storytelling de la marca.

Para incrementar los accesos al sitio web y por la creciente tendencia de navegación en smartphones, esta distribución sugiere la necesidad de optimizar la experiencia móvil para no excluir a un segmento potencialmente amplio de usuarios.

Monitorización Continua y establecer un programa de medición permanente del rendimiento, utilizando herramientas como PageSpeed Insights o Lighthouse CI. Esto permitirá detectar regresiones de velocidad tras cada actualización del sitio.

Referencias Bibliográficas

- Benedetti, A. M. (2016). *Marketing en redes sociales: Detrás de escena* (2ª ed.). Asociación de Marketing Directo e Interactivo de Argentina.
- Cava, L. G. M., & Sir, V. M. V. (2022). *Tendencias en el uso de redes sociales como estrategia de marketing digital, 2013-2022: una revisión bibliográfica*. *Horizonte empresarial*, 9(2), 32-41. <https://doi.org/10.26495/rce.v9i2.2320>
- Krug, S. (2015). *No me hagas pensar una aproximación a la usabilidad y los móviles*. Anaya Multimedia. <https://anayamultimedia.es/libro/titulos-especiales/no-me-hagas-pensar-actualizacion-steve-krug-9788441537279/>
- Mesa, Y. R., Gómez, A. M. M., & Valladares, L. A. (2021). *Optimización para los motores de búsqueda (SEO) y la garantía de posicionamiento en los buscadores*. *MediSur*, 19(1), 188-192.
- Ramírez-Acosta, K. (2017). *Interfaz y experiencia de usuario: parámetros importantes para un diseño efectivo*. *Revista Tecnología en Marcha*, 30, 49-54. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0379-39822017000500049

Apéndices

Apéndice A

Encuentros Sincrónicos y Actas de Acompañamiento

Al dar comienzo la pasantía no se contó con asesor, la empresa Productos EcoPeques fue la que hizo el acompañamiento y aunque no se tenía lineamientos de cómo debería hacerse el seguimiento, se contó con la realización de actas internas para dar fe de lo realizado en la pasantía, al igual de reuniones tipo sincrónicas para demostración del comienzo de la misma, a mediados de agosto la asesora del proceso Natalia Elizabeth Pérez se comunicó conmigo, informando de su asignación y desde ese momento hizo acompañamiento y seguimiento de lo realizado en la empresa.

<https://drive.google.com/drive/folders/1lrhojEu15oxTsn7EpExEdssAFc5VRUAx?usp=sharing>

<https://drive.google.com/drive/folders/1TovRtFHmGVsUTnghYlnrKRTaPQ-1QepA?usp=sharing>

Apéndice B

Carpeta de Trabajo Realizado Durante la Pasantía

Para dar demostración al proceso se integró una carpeta tipo repositorio para guardar el trabajo realizado, así demostrar la práctica y aprendizaje obtenido; en este proceso hubo varios cambios que enseñaron a la aceptación de dichos cambios, como en el caso del sitio web y su desarrollo, que, aunque no se puede estar de acuerdo en un proceso, se deben comprender y velar porque si se realice bajo las condiciones de la empresa, estos cambios se evidencian en las carpetas de trabajo realizado.

<https://drive.google.com/drive/folders/1uHv7c0htoqcBkqlE2mZuGQH5HTIy3h3J?usp=s>
[haring](#)

Apéndice C

Glosario

Adobe Illustrator: Software especializado en creación y edición de gráficos vectoriales (logos, ilustraciones, iconos).

Adobe Photoshop: Herramienta de diseño gráfico para editar imágenes, crear fotomontajes y manipular gráficos.

Adobe Premiere: Software profesional de edición de video para crear, cortar y montar contenido audiovisual.

Actas de acompañamiento: Registros formales que documentan el seguimiento, avances y acuerdos durante un proyecto.

Alcance: Número de personas únicas que ven un contenido en redes sociales o un sitio web.

Backend: Parte de una aplicación que gestiona la lógica interna, bases de datos y servidores (no visible para el usuario).

Bootstrap: Framework de código abierto para diseñar interfaces web responsivas y adaptables a diferentes dispositivos.

Brief: Documento que detalla objetivos, requisitos y especificaciones de un proyecto creativo o técnico.

Canasta de compras: Funcionalidad de e-commerce que permite a los usuarios seleccionar y gestionar productos antes de finalizar la compra.

CTR (Click-Through Rate): Porcentaje de usuarios que hacen clic en un enlace o anuncio en relación con el número de veces que se muestra (impresiones).

Comercio electrónico (E-commerce): Modalidad de compra y venta de productos o servicios a través de internet.

Compostables: Materiales biodegradables que, bajo condiciones controladas, se descomponen en abono orgánico sin dejar residuos tóxicos, contribuyendo a la sostenibilidad ambiental.

Dispositivo: Equipo utilizado para acceder a internet (móvil, tablet, computadora de escritorio).

Engagement: Nivel de interacción y conexión que una audiencia establece con un contenido digital (redes sociales, web), medido a través de acciones concretas como comentarios,

Formularios de contacto: Elementos web que permiten a los usuarios enviar mensajes o consultas a la empresa.

Framework: Estructura predefinida de código que facilita el desarrollo de software al ofrecer soluciones estándar para tareas comunes.

Frontend: Parte visible de una aplicación web con la que interactúa el usuario (interfaz, diseño, navegación).

Gestor de contenido (CMS): Sistema que permite crear, editar y publicar contenido digital sin necesidad de programación (ej: Wix, WordPress).

Google Search Console: Herramienta gratuita de Google para monitorear y optimizar el rendimiento de un sitio web en resultados de búsqueda.

HTML 5: Última versión del lenguaje de marcado estándar para estructurar contenido en páginas web.

Hosting: Servicio que almacena los archivos de un sitio web en un servidor para que sea accesible en internet.

Identidad corporativa: Conjunto de elementos visuales (logotipo, colores, tipografías) que representan la esencia y valores de una marca.

Impresiones: Número de veces que un contenido (anuncio, publicación) es visualizado por usuarios.

Ingeniería Multimedia: Disciplina que integra diseño, programación, producción audiovisual y comunicación digital para crear soluciones digitales efectivas.

Inteligencia Artificial (IA): Tecnología que simula procesos humanos de aprendizaje y razonamiento para automatizar tareas complejas.

Interacciones: Acciones de los usuarios con un contenido (me gusta, comentarios, compartidos).

JS (JavaScript): Lenguaje de programación que agrega interactividad y funcionalidades complejas a las páginas web.

MAMP: Software que crea un entorno de servidor local (Apache, MySQL, PHP) para desarrollo web en macOS y Windows.

Marketing digital: Estrategias de promoción y comunicación realizadas en canales online para alcanzar objetivos comerciales.

Métricas: Datos cuantitativos que miden el rendimiento de acciones digitales (ej: alcance, interacciones).

Mockup: Maqueta visual estática que muestra cómo se verá un diseño final (ej: interfaz web) antes de su desarrollo.

Optimización: Proceso de mejorar el rendimiento, velocidad y eficiencia de un sistema o sitio web.

Páginas vistas por sesión: Promedio de páginas que un usuario visita durante una sola sesión en un sitio web.

Panel de control: Interfaz de administración de una plataforma (como WIX) para gestionar contenido, diseño y funciones del sitio.

Palabras clave: Términos que los usuarios escriben en buscadores y que definen el contenido de un sitio web.

Parrilla de publicaciones: Planificación visual que organiza las fechas, horas y contenido a publicar en redes sociales. **No se encontraron entradas de tabla de contenido.**

Pasarela de pago: Sistema que procesa transacciones financieras en línea de forma segura, permitiendo cobros electrónicos en sitios web.

PHP: Lenguaje de programación del lado del servidor usado para crear contenido dinámico en sitios web.

Posicionamiento: Lugar que ocupa un sitio web en los resultados de búsqueda para palabras clave específicas.

Redes sociales: Plataformas digitales (Instagram, Facebook) para compartir contenido e interactuar con audiencias.

Reels: Formato de video corto (hasta 90 segundos) en redes sociales como Instagram, diseñado para contenido vertical, dinámico y con potencial viral. Utiliza herramientas de edición integradas (música, efectos, transiciones) y se optimiza para el algoritmo de descubrimiento, aumentando el alcance orgánico.

Responsive: Técnica de diseño web que asegura que un sitio se adapte visualmente a cualquier dispositivo (móviles, tablets, escritorio).

Rendimiento: Medida de la velocidad y eficiencia de un sitio web o aplicación (tiempo de carga, respuesta).

SEO (Search Engine Optimization): Estrategias para optimizar la visibilidad de un sitio web en motores de búsqueda (como Google), mejorando su posicionamiento orgánico.

Sesiones: Período de actividad continua de un usuario en un sitio web (desde que entra hasta que sale).

Software: Conjunto de programas, instrucciones y reglas que permite ejecutar tareas específicas.

Tráfico web: Flujo de visitantes que llegan a un sitio web desde diferentes fuentes (buscadores, redes sociales).

UI (User Interface / Interfaz de Usuario): Conjunto de elementos visuales y controles (botones, menús, iconos) con los que un usuario interactúa en un sistema digital para facilitar su uso intuitivo.

URL: Dirección única que identifica un recurso en internet (www.ecopeques.com).

UX (User Experience): Experiencia del usuario al interactuar con un sistema, enfocada en usabilidad, accesibilidad y satisfacción.

Vectores: Gráficos digitales creados con fórmulas matemáticas, que permiten escalar sin pérdida de calidad.

Visualizaciones: Cantidad total de veces que un video, imagen o página es visto por usuarios.

VSCoDe (Visual Studio Code): Editor de código fuente popular para desarrollo web, con soporte para múltiples lenguajes y extensiones.

WIX: Plataforma de desarrollo web que permite crear sitios sin programación mediante herramientas visuales y plantillas predefinidas.