# Propuesta de validación de práctica académica con experiencia en el área de gestión administrativa y marketing digital

Yimi Lorenzo Vergara Monsalve

Informe de práctica presentado para optar al título de Administrador de Empresas

Universidad de Antioquia
Facultad de Ciencias Económicas
Administración de Empresas
Medellín, Antioquia, Colombia
2026

| | |
|---|---|
| **Cita** | (Vergara Monsalve, 2026) |
| **Referencia**<br><br>**Estilo APA 7 (2020)** | Vergara Monsalve, Y. L. (2026). *Propuesta de validación de práctica académica con experiencia en el área de gestión administrativa y marketing digital* [Informe de práctica]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia. |

Centro de Documentación de la Facultad de Ciencias Económicas

**Repositorio Institucional:** http://bibliotecadigital.udea.edu.co

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

## Tabla de contenido

Introducción ..... 6

Justificación ..... 7

Marco teórico ..... 9

Información sobre la experiencia ..... 13

Desarrollo de contenido ..... 15

Conclusiones ..... 18

Referencias ..... 19

Anexos ..... 21

## Resumen

El presente informe sustenta la validación de la práctica académica del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Antioquia a partir de la experiencia laboral desarrollada en Asesorías y Representaciones Elmo S.A.S. La experiencia, desempeñada inicialmente como Manager–Coordinador de Creadores de Contenido y posteriormente como responsable del área de marketing digital, permitió aplicar de manera integral los conocimientos adquiridos durante la formación profesional en un entorno organizacional real.

Las funciones desarrolladas incluyeron la coordinación de equipos de trabajo, la gestión de procesos administrativos, el reclutamiento y selección de personal, la planeación y ejecución de estrategias de marketing digital, así como el análisis de indicadores para la toma de decisiones. Estas actividades fortalecieron competencias relacionadas con el liderazgo, la planeación estratégica, la gestión del talento humano y la orientación a resultados. Entre los principales logros se destaca un crecimiento aproximado del 32 % en los indicadores de alcance e interacción de las plataformas digitales de la organización, gracias a la implementación de estrategias basadas en datos.

En conclusión, la experiencia evidencia el cumplimiento de los criterios institucionales para la validación de la práctica académica, al demostrar afinidad con el perfil profesional, continuidad, nivel de responsabilidad y desarrollo de competencias propias del Administrador de Empresas.



*Palabras clave*: Administración de Empresas; aprendizaje basado en el trabajo; marketing digital; gestión estratégica; toma de decisiones.

## Abstract

This report supports the validation of the academic internship required for the Business Administration program at the University of Antioquia based on professional experience acquired at Asesorías y Representaciones Elmo S.A.S. The experience, initially performed as Manager and Content Creators Coordinator and later as the person responsible for the digital marketing area, enabled the practical application of the knowledge and skills developed throughout the undergraduate program in a real organizational environment.

The responsibilities included team coordination, administrative process management, recruitment and personnel selection, planning and execution of digital marketing strategies, and performance indicator analysis to support managerial decision-making. These activities strengthened professional competencies related to leadership, strategic planning, human resource management, and results-oriented management. Among the main achievements was an approximate 32% increase in the organization's digital reach and engagement indicators, resulting from the implementation of data-driven marketing strategies.

In conclusion, the professional experience demonstrates compliance with the institutional requirements for academic internship validation by evidencing consistency with the Business Administration professional profile, continuity of employment, an appropriate level of responsibility, and the development of key managerial competencies.



*Keywords***:** Business Administration; work-based learning; digital marketing; strategic management; decision-making.

## Introducción

La práctica académica constituye un componente fundamental en la formación del estudiante de Administración de Empresas, ya que permite aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo del proceso formativo en contextos organizacionales reales. En este marco, la Universidad de Antioquia contempla la posibilidad de validar la práctica académica a partir de experiencias laborales significativas, siempre que estas guarden coherencia con el perfil profesional, evidencien continuidad y permitan el desarrollo de competencias propias del programa.

El presente informe tiene como propósito sustentar la solicitud de validación de la práctica académica con base en la experiencia laboral desarrollada por el estudiante Yimi Lorenzo Vergara Monsalve en la empresa Asesorías y Representaciones Elmo S.A.S., organización dedicada a la gestión y acompañamiento de procesos administrativos y estratégicos en entornos digitales. Dicha experiencia se ha desarrollado de manera continua y activa, permitiendo al estudiante asumir responsabilidades de carácter administrativo, organizacional y estratégico. Durante el ejercicio de sus funciones, el estudiante desempeñó el rol de  Manager – Coordinador de creadores de contenido, articulando actividades relacionadas con la planeación, coordinación, seguimiento y control de procesos, así como con la gestión de equipos de trabajo y el análisis de indicadores para la toma de decisiones, Posteriormente, asumió funciones estratégicas como Community Manager y responsable del área de marketing del estudio, participando en la planificación, ejecución y análisis de campañas digitales, estableciendo métricas de desempeño, optimizando la comunicación con la audiencia y fortaleciendo el posicionamiento digital de la empresa. Estas funciones se alinean con los objetivos formativos del programa de Administración de Empresas, al involucrar la dirección de procesos, la gestión de recursos humanos y la participación en dinámicas organizacionales reales.

En consecuencia, este documento presenta la justificación académica de la experiencia laboral como equivalente a la práctica empresarial, describiendo el contexto organizacional, las funciones desarrolladas y los aprendizajes obtenidos, con el fin de evidenciar su pertinencia y coherencia con los criterios institucionales establecidos por la Universidad de Antioquia para la validación de la práctica académica.

## Justificación

La validación de la práctica académica a partir de la experiencia laboral se sustenta en la normativa de la Universidad de Antioquia, la cual reconoce como escenarios formativos legítimos aquellas experiencias desarrolladas en contextos organizacionales reales que permitan la aplicación de conocimientos teóricos, el desarrollo de competencias profesionales, la afinidad con el perfil del programa académico y el cumplimiento de criterios de continuidad y responsabilidad (Universidad de Antioquia, s. f.). En este sentido, el perfil profesional del Administrador de Empresas de la Universidad de Antioquia se orienta a la formación de un profesional capaz de planear, organizar, dirigir y controlar procesos organizacionales, analizar información para la toma de decisiones, gestionar recursos humanos y participar en la formulación e implementación de estrategias en entornos dinámicos. Este perfil enfatiza competencias analíticas, estratégicas y de liderazgo, aplicadas a contextos reales del sector productivo y social (Universidad de Antioquia, s. f.).

La experiencia laboral desarrollada por el estudiante en la empresa Asesorías y Representaciones Elmo S.A.S. presenta una correspondencia directa con dicho perfil profesional. En su rol como Manager – Coordinador de creadores de contenido digital y que posteriormente asumió la responsabilidad del área de Marketing, el estudiante asumió funciones de carácter administrativo, táctico y estratégico, relacionadas con la coordinación de procesos internos, la gestión de recursos humanos, la planeación y ejecución de estrategias de marketing digital y la toma de decisiones orientadas al posicionamiento organizacional. Estas funciones evidencian la aplicación práctica de los principios fundamentales de la administración en un entorno organizacional real.

En cuanto al desarrollo de competencias profesionales, la experiencia permitió fortalecer habilidades propias del campo de la Administración de Empresas, tales como la planeación estratégica, el análisis de información para la toma de decisiones, el liderazgo de equipos de trabajo y el control de procesos. La gestión estratégica de redes sociales y contenidos digitales fue abordada como una herramienta para el posicionamiento de la empresa, la construcción de marca y el

relacionamiento con públicos de interés, integrando métricas de desempeño y criterios de evaluación para orientar decisiones administrativas. Desde la perspectiva del marketing, estas funciones se alinean con el enfoque que reconoce esta disciplina como una función estratégica de la organización, orientada a la generación de valor y al fortalecimiento de la competitividad empresarial (Kotler & Keller, 2016).

Adicionalmente, la experiencia implicó un nivel de responsabilidad coherente con el perfil profesional del Administrador de Empresas. El estudiante no se limitó a la ejecución de tareas tácticas, sino que participó activamente en la supervisión de procesos, la coordinación y liderazgo de equipos de trabajo, la evaluación del desempeño del personal, la participación en procesos de selección y capacitación, y la elaboración de reportes para la toma de decisiones administrativas. De acuerdo con Chiavenato (2017), este tipo de responsabilidades reflejan el ejercicio efectivo de funciones administrativas orientadas a la gestión eficiente de las organizaciones, mientras que Mintzberg (2009) destaca la experiencia práctica como un componente clave en la construcción de capacidades gerenciales. Respecto al requisito de tiempo y continuidad establecidos para la validación de la práctica académica, la experiencia laboral cumple plenamente con los criterios institucionales, al haberse desarrollado de manera continua durante un periodo superior a un (1) año, tal como se certifica mediante la carta expedida por la empresa. Esta permanencia permitió la asunción progresiva de responsabilidades y la consolidación de aprendizajes significativos, superando el carácter transitorio de una vinculación ocasional y configurándose como un proceso formativo sostenido (Universidad de Antioquia, s. f.).

En consecuencia, la experiencia laboral certificada cumple de manera explícita con los requisitos institucionales para la validación de la práctica académica, en términos de afinidad con el perfil profesional del Administrador de Empresas, desarrollo de competencias administrativas y estratégicas, duración y continuidad de la vinculación, y nivel de responsabilidad asumido. Desde esta perspectiva, dicha experiencia constituye un escenario formativo equivalente a la práctica empresarial, coherente con los principios pedagógicos y los objetivos formativos del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Antioquia, y con los enfoques de aprendizaje basado en el trabajo reconocidos en la educación superior (Boud & Solomon, 2001).

## Marco teórico

El presente marco teórico articula cuatro ejes conceptuales directamente vinculados con las funciones desempeñadas por el estudiante en Asesorías y Representaciones Elmo S.A.S.: (1) el proceso administrativo y la gestión organizacional, (2) el aprendizaje basado en el trabajo como modalidad formativa, (3) la gestión estratégica del talento humano y (4) el marketing digital y la gestión de contenidos. Estos ejes se relacionan con el perfil del egresado del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Antioquia, orientado al liderazgo, la gestión estratégica y la generación de valor en diferentes contextos organizacionales (Universidad de Antioquia, s. f.).

La administración, entendida como el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar los recursos de una organización para alcanzar objetivos definidos (Chiavenato, 2017), constituye el núcleo teórico del programa de Administración de Empresas. Esta conceptualización hunde sus raíces en los postulados clásicos de Fayol (1916), quien estableció que administrar es prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar, principios que siguen siendo el eje articulador de la formación administrativa contemporánea. Robbins y Coulter (2018) señalan que el administrador moderno opera en entornos de alta volatilidad, lo que exige habilidades para la toma de decisiones ágiles, la adaptabilidad estratégica y el liderazgo situacional. En esta misma línea, Mintzberg (2009) argumenta que las capacidades gerenciales auténticas se construyen en la práctica, en la acción directa sobre equipos y procesos reales, y no exclusivamente en el aula. Adicionalmente, Jones y George (2021) destacan que la eficacia gerencial depende de la integración de habilidades conceptuales, técnicas e interpersonales, las cuales se desarrollan de forma progresiva a través de la experiencia en contextos organizacionales reales. Dávila (2001) plantea que las prácticas administrativas deben leerse en clave del entorno cultural e institucional específico, lo que implica que la formación del administrador no puede desligarse de las dinámicas organizacionales locales. Esta perspectiva muestra una experiencia laboral desarrollada en una empresa del sector de servicios digitales, donde el estudiante aplicó de manera sistemática las cuatro funciones del proceso administrativo: planear las estrategias digitales, organizar los procesos del equipo, dirigir a los colaboradores y controlar los indicadores de desempeño semanal. Cuantitativamente, la

experiencia del estudiante abarcó la coordinación de un equipo de aproximadamente (7) personas, con seguimiento periódico de indicadores de productividad, consistencia y cumplimiento de metas.

Este ejercicio de control y retroalimentación sistemática es precisamente el tipo de práctica que los teóricos identifican como determinante para la consolidación de competencias administrativas (Robbins & Coulter, 2018; Mintzberg, 2009). El aprendizaje basado en el trabajo (Work-Based Learning, WBL) es reconocido como una modalidad formativa legítima que integra la teoría y la práctica en contextos laborales reales. Boud y Solomon (2001) señalan que la aplicación de conceptos teóricos, pues implica la transferencia activa de conocimientos, el desarrollo de competencias complejas como la resolución de problemas, la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre y el trabajo colaborativo en entornos dinámicos. Gómez y Martínez (2018), evidencian que las prácticas empresariales son escenarios clave para el desarrollo de competencias profesionales en programas de administración, especialmente cuando la vinculación laboral involucra responsabilidades de carácter estratégico. Restrepo (2019) identifica que la práctica empresarial, cuando se desarrolla con continuidad y con un nivel de responsabilidad coherente con el perfil del programa, constituye un proceso formativo que permite la consolidación de aprendizajes significativos y duraderos.

La experiencia laboral del 3 estudiante muestra un rol que evolucionó progresivamente desde la coordinación táctica de un equipo hasta la gestión estratégica del área de marketing digital, se ajusta plenamente a los criterios que definen el WBL como modalidad formativa. La continuidad, la complejidad creciente de las responsabilidades y el impacto medible en los resultados organizacionales —entre los que se destaca un crecimiento del 32 % en indicadores digitales de alcance e interacción— son evidencias concretas de un proceso de aprendizaje activo y situado. La gestión del talento humano se ha desplazado desde enfoques operativos hacia modelos estratégicos orientados al desarrollo de capacidades organizacionales. Chiavenato (2017) define esta función como el conjunto de procesos de selección, vinculación, capacitación, evaluación del desempeño y desarrollo de personas, todos ellos orientados a alinear el talento disponible con los objetivos estratégicos de la organización. Calderón et al. (2010) documentaron que la gestión humana en las empresas del país ha transitado hacia enfoques más estratégicos, donde el desarrollo

del talento se convierte en un factor determinante de la competitividad. Su investigación, que analizó empresas de distintos sectores, concluyó que las organizaciones que articulan la gestión humana con la estrategia corporativa obtienen mejores resultados en términos de desempeño y adaptabilidad.

Por su parte Calderón Hernández et al. (2023) actualizaron este diagnóstico señalando que la gestión humana en Colombia ha avanzado hacia prácticas emergentes relacionadas con la gestión por competencias, el liderazgo y la cultura organizacional como ejes de diferenciación competitiva. Flores y Rozas (2020) demostraron que la evaluación del desempeño basada en indicadores cuantificables incrementa considerablemente la productividad de los equipos de trabajo, cuando se acompaña de retroalimentación individual oportuna. Esta evidencia respalda las acciones implementadas por el estudiante, quien estableció rutinas de seguimiento semanal al desempeño de los integrantes del equipo, definió indicadores de productividad y consistencia, y tomó decisiones de redistribución de roles a partir del análisis de dichos indicadores. El estudiante también asumió responsabilidades en los procesos de reclutamiento y selección de talento humano, lo que, según Chiavenato (2017) y Dessler (2015), constituye una de las funciones más estratégicas del administrador, pues la calidad de las personas que ingresan a la organización determina en gran medida su capacidad de respuesta ante los desafíos del entorno.

El marketing digital se ha consolidado como una función estratégica en las organizaciones contemporáneas. Kotler y Keller (2016) afirman que el marketing moderno trasciende la promoción de productos y servicios para convertirse en una disciplina orientada a la creación de valor sostenible y al fortalecimiento de relaciones duraderas con los consumidores. Armstrong y Kotler (2017) destacan que la estrategia de marketing debe partir del análisis del entorno, la identificación de necesidades del mercado y la implementación de acciones de posicionamiento coherente con los objetivos organizacionales, en el entorno digital, la gestión de contenidos adquiere una dimensión estratégica diferencial. Saura (2021) demuestra que el uso sistemático de datos y métricas en el marketing digital es determinante para la toma de decisiones en tiempo real, la medición de la efectividad de las estrategias y la optimización continua de los resultados.

Su investigación, publicada en el Journal of Innovation & Knowledge, documenta que las empresas que integran ciencias de datos en sus procesos de marketing digital logran mejoras sustanciales en indicadores de alcance, interacción y conversión, lo que confirma la pertinencia del enfoque adoptado por el estudiante en la gestión de métricas digitales de Elmo S.A.S. 4 Reyes Rodríguez (2021) concluye que el marketing digital se ha convertido en un instrumento de competitividad indispensable, donde la visibilidad en entornos digitales determina en gran medida la captación y fidelización de clientes. Su trabajo, identifica estrategias como el marketing de contenidos, la gestión de redes sociales y el análisis de métricas como las más efectivas para el posicionamiento de pequeñas y medianas empresas. Rodríguez Naranjo y La Puente Jabib (2022) analizan las estrategias de marketing digital utilizadas en pymes colombianas y concluyen que la integración de contenido orientado al público objetivo, combinada con el seguimiento de indicadores de desempeño, es la práctica que mayor impacto genera en el reconocimiento y la competitividad organizacional. Según Lamb et al. (2018) señalan que, el marketing debe concebirse como un proceso integral que incluye la planificación, ejecución y control de estrategias, con métricas que permitan evaluar el retorno sobre las acciones implementadas. El estudiante ejerció precisamente esta visión integral, liderando campañas publicitarias, formulando lineamientos de contenido, analizando el comportamiento de las audiencias y ajustando las estrategias en función de los datos, lo que derivó en un crecimiento sostenido del 32 % en los indicadores digitales de la organización.

A continuación, se presentan tres trabajos similares al presente informe en términos de temática, contexto y objetivos, que sirven como referentes académicos para fundamentar la validación de la práctica empresarial a partir de la experiencia laboral en gestión administrativa y marketing digital.

Antecedente 1. Reyes Rodríguez (2021), en su trabajo La implementación del marketing digital como herramienta de competitividad en PyMes del sector comercio en Colombia, analizó la aplicación del marketing digital como factor de competitividad en las pymes colombianas. Los resultados evidenciaron que la gestión de redes sociales, el marketing de contenidos y el posicionamiento digital contribuyen al aumento de la visibilidad, la captación de clientes y la competitividad organizacional. Este antecedente guarda relación con las actividades desarrolladas

en Elmo S.A.S., particularmente en la gestión de estrategias de posicionamiento digital y análisis de indicadores de desempeño.

Antecedente 2. Rodríguez Naranjo y La Puente Jabib (2022), en el estudio Análisis de las estrategias de marketing digital utilizadas en las pymes de Colombia, concluyeron que la planificación estratégica de contenidos y el seguimiento de métricas fortalecen el reconocimiento de marca y el posicionamiento organizacional. Este trabajo resulta pertinente para la presente validación debido a su relación con las actividades de gestión de contenidos, análisis de resultados y toma de decisiones basadas en indicadores desarrolladas por el estudiante.

Antecedente 3. Calderón Hernández, Naranjo Valencia y Álvarez Giraldo (2010), en su investigación sobre gestión humana en las empresas colombianas, identificaron que las organizaciones que integran procesos de selección, capacitación y evaluación del desempeño con sus objetivos estratégicos alcanzan mayores niveles de competitividad. Este antecedente se relaciona con las funciones desempeñadas por el estudiante en procesos de selección de personal, acompañamiento, seguimiento al desempeño y coordinación de equipos de trabajo.

## Información sobre la experiencia

La empresa Asesorías y Representaciones Elmo S.A.S., con sede en la ciudad de Medellín, desarrolla actividades en el sector de servicios digitales, orientadas al procesamiento de datos, creación audiovisual y comercio electrónico, integrando procesos administrativos, estratégicos y de marketing digital en entornos organizacionales dinámicos.

El estudiante Yimi Lorenzo Vergara Monsalve se encuentra vinculado laboralmente a la empresa Asesorías y Representaciones Elmo S.A.S. desde el 15 de octubre de 2024 hasta la fecha, desempeñando el cargo de Manager – Coordinador de creadores de contenido digital, y posteriormente asumiendo funciones relacionadas con la gestión estratégica de marketing digital y procesos de reclutamiento. Esta evolución en el rol permitió una mayor participación en la toma de

decisiones y en la gestión de procesos organizacionales asumiendo un nivel táctico y estratégico dentro de la organización.

El jefe inmediato y responsable directo del cargo es:
Nombre: Edward Alonso Lozada Molina
Cargo: Representante Legal
Teléfono: 321 277 4595

En una primera fase, el estudiante asumió la función de coordinar y liderar el trabajo de un grupo de aproximadamente siete (7) personas, llevando a cabo funciones propias de la asignación de trabajo, el seguimiento al desempeño y el control de actividades. Tal tipo de responsabilidad estaba vinculado a la adopción de dinámicas de trabajo relacionadas a la satisfacción de los objetivos marcados semanalmente, así como la evaluación continua del trabajo del grupo teniendo en cuenta indicadores de rendimiento previamente definidos. Consecutivamente, la función de liderazgo relacionada al trabajo del grupo fue acentuando las características propias de la función de carácter más estratégico, relacionadas a la planificación y la ejecución de estrategias de marketing digital. En este sentido, el estudiante dirigió la formulación de lineamientos de contenido, el análisis de métricas digitales (alcance, interacción y crecimiento) y la toma de decisiones estratégicas relacionadas al fortalecimiento del posicionamiento digital de la organización. Estas actividades permitieron optimizar la presencia digital de la empresa al mismo tiempo que aumentaban la coherencia de la comunicación organizacional.

Adicionalmente, el estudiante asumió responsabilidades en los procesos de reclutamiento y selección de personas, analizando perfiles, competencias y niveles de rendimiento, con el propósito de asegurar la adecuada integración de los nuevos miembros al equipo de trabajo, lo que conllevaba aplicar criterios de idoneidad y adaptación a las dinámicas propias de la organización. Desde el punto de vista de la administración, las funciones que fueron llevadas a cabo están orientadas a las etapas del proceso administrativo. Así, la planeación se hace evidente en el establecimiento de las estrategias digitales y a la organización, la distribución de las tareas y de los procesos internos, la dirección en el liderazgo del equipo de trabajo y el control de los indicadores de rendimiento y de

resultados. Estas actividades son las que se 6 corresponden a la práctica de los fundamentos de la Administración de Empresas en un contexto real de la organización (Chiavenato, 2017).

En términos de impacto, la experiencia permitió mejorar la organización interna de los procesos, fortalecer el desempeño del equipo de trabajo y optimizar la gestión de contenido digital, mediante el uso sistemático de indicadores para la toma de decisiones. Asimismo, la participación en procesos estratégicos contribuyó al desarrollo de competencias profesionales relacionadas con el liderazgo, la gestión del talento humano, el análisis de información y la toma de decisiones en entornos dinámicos.

## Desarrollo de contenido

La formación de la experiencia laboral gira en torno a la administración de procesos en cuanto a la gestión administrativa de procesos, en la coordinación de los grupos de trabajo y la toma de decisiones para la mejora del rendimiento de la organización en entornos digitales. Las tareas impulsadas en esta experiencia se ciñeron a las funciones que comprende el proceso administrativo, el cual se compone de la planificación, la ejecución, el seguimiento y el control de actividades relacionadas con la producción de contenidos digitales, la gestión del marketing, la administración del personal o recursos humanos. En una primera fase del desarrollo de la experiencia laboral, de acuerdo con el análisis del funcionamiento del equipo, se detectan problemas relacionados con la organización de tareas, la homogeneidad del contenido producido y el cumplimiento de los objetivos de la organización. Ante esta situación, se llevarán a cabo los cambios correspondientes en la asignación de tareas, se establecieron rutinas de trabajo y, para finalizar, se fijan indicadores de los resultados en el ámbito semanal, con la intención de mejorar el funcionamiento final del grupo, transformar la distribución de funciones y al mismo tiempo, mejorar el cumplimiento de metas determinadas.

En relación con la gestión de equipos, se desarrollaron procesos de seguimiento continuo al desempeño de aproximadamente siete (7) integrantes, mediante la evaluación de indicadores asociados a productividad, consistencia y cumplimiento de objetivos. A partir de este análisis, se

tomaron decisiones orientadas a la retroalimentación individual, la redefinición de roles y la priorización de actividades, lo cual contribuyó a una mayor claridad en las responsabilidades del equipo y a una mejora en su desempeño general.

Posteriormente, en el ámbito estratégico, asumió la responsabilidad integral de la gestión de marketing digital de la organización, liderando la planificación y ejecución de campañas, estrategias de publicidad y el desarrollo de proyectos temáticos orientados al posicionamiento de la empresa en entornos digitales. En este contexto, se implementaron acciones orientadas al crecimiento de las redes sociales y al fortalecimiento de la presencia digital, logrando un incremento sostenido en indicadores como alcance, interacción y crecimiento de audiencia en las plataformas utilizadas evidenciado en un crecimiento aproximado del 32%

El análisis sistemático de métricas permitió identificar patrones de comportamiento de las audiencias y oportunidades de mejora en la estrategia de contenido. A partir de esta información, se definieron lineamientos estratégicos, se optimizaron las dinámicas de publicación y se ajustaron los enfoques de comunicación, lo cual contribuyó a una mayor coherencia en la presencia digital de la organización y a una mejora en los niveles de interacción con el público objetivo. Adicionalmente, se gestionaron campañas publicitarias 7 orientadas al posicionamiento y crecimiento de la organización, así como proyectos temáticos diseñados para aumentar la visibilidad y el engagement en entornos digitales. Estas acciones se apoyaron en el seguimiento constante de indicadores de desempeño, permitiendo realizar ajustes en tiempo real y optimizar los resultados obtenidos.

En paralelo, se asumieron responsabilidades en procesos de reclutamiento y selección de talento humano, identificando perfiles acordes con las necesidades de la organización y evaluando competencias relacionadas con el desempeño en entornos digitales. Este proceso permitió fortalecer el equipo de trabajo mediante la incorporación de nuevos integrantes, contribuyendo al crecimiento operativo y a la mejora en la capacidad productiva del grupo.

Como resultado de las acciones implementadas, se evidenció una mejora en la organización interna de los procesos, un fortalecimiento en el desempeño del equipo de trabajo y un crecimiento progresivo en los indicadores digitales de la organización. La incorporación de métricas como herramienta de análisis permitió estructurar la toma de decisiones de manera más objetiva, favoreciendo una gestión orientada a resultados y a la mejora continua.

En conjunto, la experiencia permitió la aplicación práctica de los principios de la Administración de Empresas, especialmente en lo relacionado con la planeación estratégica, la dirección de equipos, el control de procesos y la toma de decisiones basada en datos. Este proceso no solo contribuyó al fortalecimiento del desempeño organizacional, sino que también favoreció el desarrollo de competencias profesionales alineadas con el perfil del administrador, tales como el liderazgo, la capacidad analítica, la gestión del talento humano y la orientación a resultados en entornos dinámicos.

En conjunto, las decisiones adoptadas, las mejoras implementadas y el uso sistemático de indicadores de desempeño permitieron transformar la experiencia laboral en un ejercicio formativo de carácter demostrativo, en el cual el estudiante aplicó de manera concreta los principios de planeación, organización, dirección y control propios de la Administración de Empresas. Este proceso favoreció el desarrollo de competencias administrativas y estratégicas, alineadas con el perfil profesional del programa y con los criterios académicos establecidos para la validación de la práctica empresarial.

## Conclusiones

La experiencia laboral desarrollada por el estudiante en la empresa Asesorías y Representaciones Elmo S.A.S. evidencia una aplicación pertinente de los conocimientos adquiridos en el programa de Administración de Empresas de la Universidad de Antioquia, al desarrollarse en un contexto organizacional real y alineado con el perfil profesional del administrador.

Durante el periodo evaluado, la experiencia presentó una clara afinidad disciplinar, al involucrar funciones propias de la administración como la planeación, organización, dirección y control de procesos, la gestión de recursos humanos y la participación en estrategias de marketing y posicionamiento organizacional.

Estas actividades se desarrollaron en un nivel de responsabilidad táctico y estratégico, coherente con el nivel de formación profesional del estudiante. Asimismo, la vinculación laboral continua por un periodo superior a un (1) año permitió la consolidación de aprendizajes significativos y el desarrollo de competencias profesionales clave, tales como la toma de decisiones basada en información, el liderazgo de equipos de trabajo, el análisis del desempeño y la gestión estratégica de procesos organizacionales.

En consecuencia, la experiencia laboral presentada cumple de manera explícita con los requisitos institucionales para la validación de la práctica académica, en términos de afinidad disciplinar, nivel de responsabilidad, duración de la experiencia y desarrollo de competencias profesionales, por lo cual puede ser reconocida como equivalente a la práctica empresarial del programa de Administración de Empresas de la Universidad de Antioquia.

## Referencias


Armstrong, Gary y Lourdes Amador Araújo. Fundamentos de marketing (13a. ed.) . Pearson Educación, 2017.

Boud, David, et al., editores. Work-Based Learning: A New Higher Education? Society for Research into Higher Education & Open University Press, 2001.

Calderón-Hernández, G., Vivares, J. A., & Naranjo, J. C. (2023). Gestión humana en Colombia: nivel de desarrollo de la función y de sus prácticas. Estudios Gerenciales, 39(166), 77–92. https://doi.org/10.18046/j.estger.2023.166.5521

Chiavenato, I. (2017). Introducción a la teoría general de la administración (9.ª ed.). McGraw-Hill Education.

Dávila, C. (2001). Teorías organizacionales y administración: Enfoque crítico. McGraw-Hill.

Dessler, G. (2015). Administración de recursos humanos (14.ª ed.). Pearson.

Fayol, H. (1916). Administración industrial y general. Herrero Hermanos. https://archive.org/details/administracionin00fayo

Jones, G. R., & George, J. M. (2021). Administración contemporánea (10.ª ed.). McGraw-Hill Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing (15.ª ed.). Pearson.

Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018). Marketing (13.ª ed.). Cengage Learning.

Mintzberg, H. (2009). Managing. Berrett-Koehler Publishers.

Reyes Rodríguez, K. J. (2021). La implementación del marketing digital como herramienta de competitividad en PyMES del sector comercio en Colombia [Trabajo de grado, Universidad de La Salle]. https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/662

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). Administración (13.ª ed.). Pearson.

Rodríguez Naranjo, A. M., & La Puente Jabib, K. I. (2022). Análisis de las estrategias de marketing digital utilizadas en las pymes de Colombia [Trabajo de grado, Universidad Cooperativa de Colombia]. https://hdl.handle.net/20.500.12494/45748

Saura, J. R. (2021). Using data sciences in digital marketing: Framework, methods, and performance metrics. Journal of Innovation & Knowledge, 6(2), 92–102. https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.08.001

Universidad de Antioquia. (s.f.). Perfil profesional y ocupacional – Administración de Empresas. https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/unidades-academicas/ciencias-economicas/estudiar-facultad/pregrados/administracion-empresas/Contenido/asMenuLateral/perfiles

Universidad de Antioquia. (s.f.). Prácticas académicas. https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/somos-udea/estudiantes/practicas-academicas

Universidad de Antioquia. (s.f.). Reglamento de prácticas: Articulación de objetivos académicos y profesionales. https://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/unidades-academicas/educacion/practicas-pedagogicas/asesores/reglamento-practicas

## Anexos

Los siguientes anexos contienen documentos de interés para el proceso validación de práctica académica.

## Anexo 1. Carta de certificación para validación de práctica



1 de 3

**ASESORIAS & REPRESENTACIONES ELMO S.A.S.**
**NIT. 901.310.604-7**

Medellín, enero 31 de 2026

Señores
**COORDINACIÓN DE PRÁCTICAS ACADÉMICAS**
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad de Antioquia
Medellín

Asunto: **CARTA DE CERTIFICACIÓN PARA VALIDACIÓN DE PRÁCTICAS**

Respetados señores:

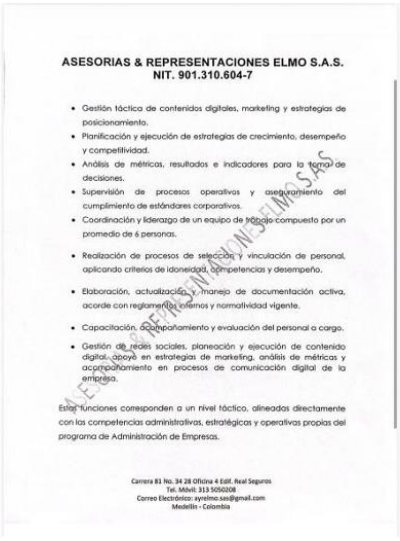
**EDWARD ALONSO LOZADA MOLINA**, identificado con cedula de ciudadanía No. 93.401.528, en calidad de representante legal de la sociedad **ASESORÍAS Y REPRESENTACIONES ELMO S.A.S.**, identificada con Nit. 901.310.604, de la manera más atenta, certificamos que, el señor **YIMI LORENZO VERGARA MONSALVE**, identificado con cedula de ciudadanía No. 1193139439, labora para nuestra empresa, desempeñando el cargo de Manager – Coordinador de creadores de contenido digital.

El colaborador se encuentra vinculado, a la empresa desde el 15 de octubre de 2024, desempeñándose de manera continua y satisfactoria para la fecha del 15 de octubre de 2025, completo, un (1) año de antigüedad, requisito solicitado por la Universidad para la validación de prácticas académicas.

Funciones y responsabilidades (afines a la carrera de Administración de Empresas):

- Coordinación administrativa y operativa de procesos internos.

Carrera 81 No. 34 28 Oficina 4 Edif. Real Seguros
Tel. Móvil: 313 5050208
Correo Electrónico: ayrelmo.sas@gmail.com
Medellín - Colombia



**ASESORIAS & REPRESENTACIONES ELMO S.A.S.**
**NIT. 901.310.604-7**

- Gestión táctica de contenidos digitales, marketing y estrategias de posicionamiento.
- Planificación y ejecución de estrategias de crecimiento, desempeño y competitividad.
- Análisis de métricas, resultados e indicadores para la toma de decisiones.
- Supervisión de procesos operativos y aseguramiento del cumplimiento de estándares corporativos.
- Coordinación y liderazgo de un equipo de trabajo compuesto por un promedio de 6 personas.
- Realización de procesos de selección y vinculación de personal, aplicando criterios de idoneidad, competencias y desempeño.
- Elaboración, actualización y manejo de documentación activa, acorde con reglamentos internos y normatividad vigente.
- Capacitación, acompañamiento y evaluación del personal a cargo.
- Gestión de redes sociales, planeación y ejecución de contenido digital, apoyo en estrategias de marketing, análisis de métricas y acompañamiento en procesos de comunicación digital de la empresa.

Estas funciones corresponden a un nivel táctico, alineadas directamente con las competencias administrativas, estratégicas y operativas propias del programa de Administración de Empresas.

Carrera 81 No. 34 28 Oficina 4 Edif. Real Seguros
Tel. Móvil: 313 5050208
Correo Electrónico: ayrelmo.sas@gmail.com
Medellín - Colombia



**ASESORIAS & REPRESENTACIONES ELMO S.A.S.**
**NIT. 901.310.604-7**

Por medio, de esta carta, **ASESORÍAS Y REPRESENTACIONES ELMO S.A.S.**, certifica que el estudiante, **YIMI LORENZO VERGARA MONSALVE**, identificado con cedula de ciudadanía No. 1193139439, cumple con los requisitos de antigüedad y afinidad laboral, establecidos por la Universidad de Antioquia para el proceso de validación de prácticas académicas – periodo 2025-2.

Se expide esta certificación para los fines pertinentes.

Atentamente,

Asesorías y Representaciones ELMO S.A.S NIT. 901310604-7

**EDWARD ALONSO LOZADA MOLINA**
CC No 93.401.528
Representante Legal
**ASESORÍAS Y REPRESENTACIONES ELMO S.A.S.**
NIT: 901310604-7
Tel: 321 2724595
Correo: ayrelmo.sas@gmail.com

Carrera 81 No. 34 28 Oficina 4 Edif. Real Seguros
Tel. Móvil: 313 5050208
Correo Electrónico: ayrelmo.sas@gmail.com
Medellín - Colombia