

**NOMBRE: CÁNDIDO MARTÍNEZ GONZÁLEZ**

**GRUPO: M23C2G39-040**

**ASESOR VIRTUAL: Yolanda Carrión Sánchez**

**TE. Alejandra Guadalupe Hernández Lomeli**

**FECHA DE ENTREGA:**

**01 DE SEPTIEMBRE 2024**

# Actividad Integradora

**Fase 6: Control.  
Medir y Corregir**



# Peor de los Escenarios

El peor de los escenarios sería que la campaña promocional no logre el alcance esperado en redes sociales, lo que resultaría en una baja participación en los eventos culturales y artísticos.

Adicional a esto, si hubiera retrasos en la creación y publicación del contenido debido a la falta de coordinación entre los equipos, esto afectaría la calidad y el impacto del proyecto.

# Propuesta de Solución

Para solucionar este problema, se podría implementar una revisión exhaustiva del plan de campaña y la estrategia de contenido. Esto incluiría:

Reevaluar la estrategia de redes sociales: Ajustar el contenido, las horas de publicación y los canales de distribución para mejorar el alcance.

Mejorar la coordinación: Implementar reuniones semanales de seguimiento con todos los equipos para asegurarse de que las tareas se están completando a tiempo y de acuerdo con los estándares establecidos.

# Acciones para la Resolución de Problemas



Monitoreo constante de las métricas de redes sociales: Identificar rápidamente cualquier disminución en el rendimiento y ajustar la estrategia en consecuencia.



Revisar y adaptar el plan de comunicación interna: Asegurar que todos los miembros del equipo estén alineados y trabajando hacia los mismos objetivos.



Implementar pruebas A/B: Probar diferentes versiones de contenido para determinar qué resonará mejor con la audiencia.



# Mejor de los Escenarios

El mejor de los escenarios sería que la campaña promocional y las actividades en redes sociales logren un gran alcance, resultando en una alta participación en los eventos culturales y artísticos.

Además, que el contenido creado sea bien recibido por la audiencia, fortaleciendo la identidad cultural del municipio y promoviendo su cultura de manera efectiva.

# Acciones para Mantener el Desarrollo en Condiciones Óptimas



**Monitoreo continuo y optimización:** Continuar monitoreando las métricas y ajustando las estrategias para mantener el alto rendimiento.



**Feedback y mejoras constantes:** Recopilar comentarios de los participantes y colaboradores para mejorar continuamente las campañas y el contenido.



**Celebrar y compartir los éxitos:** Publicar los logros del proyecto en las redes sociales y otras plataformas para mantener el entusiasmo y el apoyo de la comunidad.



**Responde las siguientes preguntas**

# ¿Qué estándares servirían para identificar el peor de los escenarios?

- Estándares estadísticos: Estos servirían para comparar el rendimiento actual de la campaña en redes sociales con datos históricos obtenidos de los datos de las campañas de los meses anteriores o comparando con el rendimiento de campañas de la competencia. Si las métricas actuales están significativamente por debajo de estos estándares, podría indicar que el proyecto está en un escenario crítico.
- Estándares técnicamente elaborados: Estos estándares basados en análisis cuantitativos (como el alcance esperado, la tasa de conversión o la participación) también serían útiles para identificar problemas potenciales en el rendimiento de la campaña.



## ¿Qué estándares servirían como guía para cerciorarse de que las acciones propuestas para mejorar el desarrollo del proyecto son adecuadas?

- Estándares técnicamente elaborados: Estos serían ideales para evaluar si las acciones correctivas están teniendo el impacto esperado. Por ejemplo, si después de ajustar la estrategia de contenido se observa una mejora en las métricas de alcance y participación, se podría confirmar que las acciones fueron efectivas.
- Estándares fijados por apreciación: La experiencia del equipo, por ejemplo, la del Community manager en proyectos anteriores podría ayudar a establecer juicios sobre si las acciones correctivas son adecuadas y suficientes para mejorar la situación.



¿De qué tipo tendrían que ser los estándares para medir los resultados del proyecto? Pueden ser de calidad, cantidad, tiempo, finanzas, etc.  
¿Por qué?

Calidad: Para asegurar que el contenido y las campañas cumplen con los niveles esperados de creatividad, relevancia y atractivo visual.

Cantidad: Para medir el alcance, la participación y el número de asistentes a los eventos, o para medir la cantidad de publicaciones realizadas en redes sociales.

Tiempo: Para asegurar que todas las actividades se realicen dentro de los plazos establecidos, lo cual es crucial para la ejecución del proyecto.

Finanzas: Para garantizar que los costos del proyecto se mantengan dentro del presupuesto.

Estándares que  
posibilitarán el  
seguimiento del  
desarrollo del proyecto.



# Estándares de Calidad



Publicaciones aprobadas: Se espera realizar 60 publicaciones al mes en las redes sociales de las Casa de Cultural del municipio de Temascalapa, de las cuales se espera que la menos 50 sean aprobadas en la primera revisión por los representantes de las casas de cultura, los organizadores actuales de eventos y los artistas independientes que ofrecen sus servicios en las casas de cultura.



En caso de que se realicen 40 publicaciones al mes se espera que al menos 35 sean aprobadas en la primera revisión.



Calidad del contenido: Evaluación de la creatividad, originalidad y relevancia del contenido creado.



Satisfacción de la audiencia: Se espera como máximo 1 interacción negativa por publicación dependiendo del alcance y del rendimiento de esta.

# Estándares de Cantidad



Alcance en redes sociales: Número de personas que ven las publicaciones y Tasa de participación: Número de interacciones (likes, comentarios, compartidos) en las publicaciones.



Se espera que las publicaciones tengan al menos cada una 100 visualizaciones y 50 interacciones en Facebook y 100 visualizaciones 25 interacciones en Instagram. Alcance que deberá incrementar un 50% por mes en los primeros dos meses de la implementación del proyecto.



Crecimiento de seguidores en redes sociales: Incremento en el número de seguidores durante la campaña. Se espera tener al menos dos mil seguidores en cada red social de cada casa de cultura del municipio de Temascalapa al después del segundo mes de la implementación del proyecto y tres mil seguidores al finalizar el tercer mes de la implementación del proyecto.

# Estándares de Cantidad



Número de asistentes a los eventos: Comparado con las expectativas establecidas.



A los eventos realizados en los auditorios, casas culturales o plazas de los poblados del municipio de Temascalapa se espera una asistencia de al menos 100 personas y en los cursos culturales y artísticos permanentes que se ofrecen en las casas de cultura, se espera la inscripción de al menos 10 personas por curso.



Frecuencia de publicación: Consistencia en la publicación de contenido según el calendario establecido. Se espera realizar un mínimo de 40 publicaciones y un máximo de 60 publicaciones al mes en las redes sociales de las Casa de Cultural del municipio de Temascalapa.

# Estándares de Tiempo



Cumplimiento de plazos: Verificación de que todas las actividades se completan dentro del plazo previsto.



Se espera la finalización del proyecto en 30 días.



La fase de inicio deberá cumplirse en un plazo de 13 días, la fase de desarrollo en un plazo de 9 días y la fase de consecución en 13 días, teniendo en cuenta que hay actividades que se realizan en el mismo periodo de tiempo y que algunas de ellas cuentan con tiempo de holgura para su ejecución.

# Estándares de Costo



Costos por campaña: Análisis de si las campañas se mantienen dentro del presupuesto asignado.



Mantener al día el pago del servicio de internet (\$499.00 por mes), honorarios del Community Manager (en promedio \$5000 mensuales de acuerdo con la carga de proyectos, en total para los tres meses \$15000) y los honorarios del Diseñador gráfico (\$50 por proyecto, se prevén 30 para los tres meses en total \$1500).

# Referencias

Oracle. (s.f.). *¿Qué son las pruebas A/B?* Oracle.  
<https://www.oracle.com/mx/cx/marketing/what-is-ab-testing/>

Prepa en Línea-SEP. (s.f.-a). *Comunicación*. Módulo 23. Tecnologías emergentes para la administración y gestión. Plataforma de aprendizaje.

Prepa en Línea-SEP. (s.f.-b). *Evaluación del proyecto*. Módulo 23. Tecnologías emergentes para la administración y gestión. Plataforma de aprendizaje.

Prepa en Línea-SEP. (s.f.-c). *Unidad III. Las tecnologías emergentes en la administración y gestión*. Contenido en extenso. Módulo 23. Tecnologías emergentes para la administración y gestión. Plataforma de aprendizaje.

Prepa en Línea-SEP. (2019, 17 de junio). *Colaboración*. [SCORM]. Módulo 23. Tecnologías emergentes para la administración y gestión. Plataforma de aprendizaje.

Prepa en Línea-SEP. (2019, 17 de junio). *Seguimiento del proyecto*. [SCORM]. Módulo 23. Tecnologías emergentes para la administración y gestión. Plataforma de aprendizaje.