

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 1 de 1	

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 2 de 1	

INFORME DE PRÁCTICAS EMPRESARIALES EN EL AREA DE MARKETING

APOYO DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA SUR S.A.S DE AGUACHICA DEL
DEPARTAMENTO DEL CESAR

RONALD FERNANDO GUTIERREZ BELTRAN

UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR SECCIONAL AGUACHICA
CIENCIAS ADMINISTRATIVA, CONTABLES Y ECONOMICAS
AGUACHICA, CESAR

2021

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 3 de 1	

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 4 de 1	

INFORME DE PRÁCTICAS EN EL AREA DE MARKETING

APOYO DISTRIBUIDORA SUR S.A.S DE AGUACHICA DEL DEPARTAMENTO
DEL CESAR

RONALD FERNANDO GUTIERREZ BELTRAN

PRACTICAS EMPRESARIALES PARA OBTENER EL TITULO COMO
ECONOMISTA

DIRECTOR

MAGISTER LUIS HERNANDO RESTREPO SIERRA

UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR SECCIONAL AGUACHICA
CIENCIAS ADMINISTRATIVA, CONTABLES Y ECONOMICAS
AGUACHICA, CESAR

2021

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 5 de 1	

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 6 de 1	

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a Dios por darme la oportunidad de pertenecer de esta carrera economía y llegar ser practicante de la empresa Distribuciones Olivar Sur s.a.s y por todas sus bendiciones y fuerzas permitir ser un profesional , incluida mi madre que estuvo ahí ayudado a superar situaciones difíciles que se presentaba en cada semestre , así como a toda mi familia y a todos mis maestros, también agradezco a la Universidad Popular del Cesar Seccional Aguachica por darme la oportunidad de pertenecer como estudiante y ser profesional.

Además aquellos amigos que brindaron una parte de su tiempo para ayudarme a salir a delante.

Solos decirle Gracias.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 7 de 1	

GLOSARIO:

Abastecimiento: es el proceso por el cual una empresa garantiza el flujo correcto de productos, bienes o servicios según se requiera. Este flujo debe planificarse y considerarse teniendo en cuenta las operaciones, los objetivos y el peso económico, de los que se deriva la estrategia de compras con la consiguiente gestión del transporte, el almacenamiento y el depósito de materiales y la gestión del stock.

Almacenamiento: es la etapa del proceso de producción o distribución en la que no se añade ningún valor al producto. El almacenamiento implica la colocación y el depósito de un producto en un lugar determinado y puede producirse a lo largo de toda la cadena de valor: materias primas, productos semiacabados y acabados.

Cadena de Suministro: Movimiento de materiales, fondos e información relacionada a través del proceso de la logística, desde la adquisición de materias primas a la entrega de productos terminados al usuario final.

Código EAN: Del inglés, European Article Number, es decir el Sistema de código de barras que asocia un código de producto interno a un código único internacional.

Cross-Docking: El flujo directo de mercancía a través de una instalación, de la función de recepción a la función de envío, eliminando la necesidad de almacenamiento.

Diseño de almacén: con el fin de identificar las estructuras, el equipo y los medios para la manipulación y el almacenamiento de las mercancías.

Distribución: La distribución es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo. Su misión es poner el producto a disposición del consumidor final en la cantidad demandada, en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desea adquirirlo.

FEFO: Del inglés, first expired, first out, es decir primero en caducar, primero en salir.

Flete: Tarifa del servicio de transporte que implica un cálculo que combina las variables de distancia del viaje y peso, volumen, valor y riesgos propios de la carga.

FIFO: Del inglés, first in, first out, es decir primero en entrar, primero en salir.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 8 de 1	

Gestión de Almacén: La gestión de almacén concierne a todo lo relativo a los flujos físicos de los artículos en almacén: direcciones físicas de almacenamiento, preparación de pedidos.

Gestión de Stock: La gestión de la existencia define lo que debe estar Almacenado y lo valora.

Indicadores: Elementos que se utilizan para señalar datos fijos que se consideran en el estudio o análisis de una cuestión.

Inventario Cíclico: Inventarios que se requieren para apoyar la decisión de operar según tamaños de lotes. Esto se presenta cuando en lugar de transportar inventarios de una unidad a la vez, se puede decidir trabajar por lotes.

JUST IN TIME: Llegada de insumos desde el proveedor directamente a los procesos productivos en el preciso momento en que se los necesitan, obviando almacenamiento en planta.

Logística: Concepto amplio aplicado a todas las fases de distribución de los productos, incluyendo todos los eslabones de la cadena de distribución, requeridos para hacer llegar el producto hasta el cliente final. El objetivo final de la logística es disminuir los niveles de inventario y de optimizar el funcionamiento de toda la cadena de distribución.

Manejo del inventario: El proceso de asegurar la disponibilidad de los productos a través de actividades de administración de inventario como planeación, posicionamiento de stock, y supervisión de la edad del producto.

Mercancía: Todo “aquello que se puede vender o comprar”, usualmente el termino se aplica a bienes económicos.

Servicio al cliente Planifica y dirige las acciones del equipo de servicio al cliente a fin de satisfacer sus necesidades y sustentar las operaciones de la compañía. Desarrolla procedimientos, establece estándares y administra actividades para asegurar la precisión de la toma de pedidos, la eficiencia del seguimiento de los envíos y la entrega a tiempo de los productos a los clientes.

Picking: El proceso de escoger el producto de inventario y empacar en recipientes de embarque.

Proceso: Conjunto de actividades enlazadas entre sí que, partiendo de uno a más inputs (entradas) los transforma, generando un output (resultado).

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 9 de 1	

WMS: Sistema de Dirección de almacén (Warehouse Management System): Una aplicación de software que maneja las funciones de un almacén o centro de distribución. La funcionalidad de la aplicación incluye recepción, almacenaje, manejo de inventario, Conteo de ciclos, permisos de tareas, planificación de órdenes, asignación de orden, reaprovisionamiento, embalaje, envío, dirección obrera e interfaz de equipo de manejo de material, interfaces de equipo. El uso de tecnología de radio frecuencia junto con códigos de barras proporciona las bases de un WMS, de entrega a tiempo e información exacta en tiempo real.

Zona de devoluciones: Zona donde se reciben las mercancías devueltas, se comprueba su estado y si éste es correcto, se pasa la mercancía a la zona de seguridad o a la de picking para su reutilización, dándole de alta en el stock y dando orden al departamento de administración para la devolución del dinero al cliente.

Google ads: es el programa de publicidad en línea de Google. A través de Google Ads, puede crear anuncios en línea para llegar a las personas en el momento exacto en que se interesan por los productos y servicios que ofrece.

Facebook Ads: son los anuncios publicitarios que se publican dentro del propio Facebook y que ofrece varias herramientas para ayudar a la creación de campañas más eficaces

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 10 de 1	

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO 1	14
1. ASPECTOS BÁSICOS DE LA EMPRESA	14
1.1 ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLA LA EMPRESA.....	16
1.2 MISIÓN	17
1.3 VISIÓN.....	18
1.4 POLÍTICAS	19
1.5 VALORES	22
1.6 ORGANIGRAMA.....	23
1.7 ÁREA ESPECÍFICA DE LA PRÁCTICA.....	24
CAPITULO 2	25
2. ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL.	25
2.1 NOMBRE DEL TRABAJO	25
2.2 DIAGNOSTICO	25
2.3 JUSTIFICACIÓN	27
2.4 OBJETIVOS.....	28
2.5 PLAN DE ACTIVIDAD	29
3. DESARROLLO DE LA PRÁCTICA.....	32
3.1 Aplicación de CRM en las Organizaciones.....	33
3.2 Realizar un diagnóstico de las estrategias de Marketing digital que se efectúa en la empresa Distribuidora Sur S.A.S.....	34
3.3 Identificar las estrategias de Marketing Digital que brinda en entorno y sus estrategias publicitarias que implementa en el mercado a la cual pertenece la firma.	35
3.4 Trazar la propuesta del plan Marketing Digital con el fin de invertir en rebranding para aumentar en rentabilidad, fidelización de los usuarios	36

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 11 de 1	

3.4.1 Primera estrategia: la rebranding dela empresa DISTRIBUCIONES SUR S.A.S	36
34.2 Segunda estrategia: Analizar programas de marketing digital para implementar en la empresa evaluar las estrategias si son efectivas.	37
5. Recomendaciones	42
4. BIBLIOGRAFIA	43

Lista de Tabla

Tabla 1 Presupuesto rebranding	36
Tabla 2 Presentación de aprobación de programa.....	40

Lista de Gráficos

Grafico 1 Diferencia de embudo tradicional de ventas y embudo actual	35
Grafico 2 programa Bitrix24	37
Grafico 3 programa de Bitrix24	38
Grafico 4 embudo en programa de Bitrix24	39
Grafico 5 muestra del embudo ventas en el programa de Bitrix24	40

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11
			VERSIÓN: 1
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 12 de 1



	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 13 de 1	

INTRODUCCIÓN

Actualmente, toda empresa tiene pensamientos de expansión y posicionamiento en el mercado, a la hora de suministrar sus productos y/o servicios de acuerdo a los lineamientos específicos como calidad, cantidad y fecha. **Distribuciones Olivar Sur** no es la excepción a estos ideales, la empresa se ve comprometida con sus clientes a ser el número uno en satisfacer las expectativas y entregar sus productos en el menor tiempo posible.

Es por ello que la empresa **Distribuciones Olivar Sur** ha buscado posicionarse en el mercado local para lo cual vienen desarrollando planes y estrategias para aumentar sus ventas y tener más clientes. En su análisis diario de mercado encontraron falencias en la parte logística y marketing de la empresa, ya que no cuentan con un área de marketing digital que favorezca los procesos de venta online y pago online con el fin de desarrollar una estructura efectiva y fuerte que permita mejorar la entrega al consumidor final de sus productos en un menor tiempo.

El marketing digital ayuda en el éxito de altos niveles de servicio con costos relativamente bajos. Para alcanzar estos objetivos se implementa plataformas digitales que proporcione una idea concreta de la forma cómo se debe actuar y qué elementos se deben considerar para lograr buenos resultados en el mercado del posicionamiento de la empresa por variedad de servicio y de productos. El cual puede servir para detectar sus debilidades y fortalezas y en dónde las oportunidades y barreras o amenazas, para Diseñar una propuesta de Marketing Digital para empresa Distribuidora Sur S.A.S de la ciudad Aguachica del Cesar con la estrategia clave del negocio, con el fin que exista una plataforma digital disponible, que establezca un método estándar para ejecutar el procesos de ventas online y pagos online de la empresa. De lo anterior se deduce que el éxito empresarial dependerá en gran medida de la habilidad y capacidad de respuesta ante la entrega oportuna en la toma de pedidos¹.

¹ Riveros, D. P. B., & Silva, P. P. B. (2004). La logística competitiva y la administración de la cadena de suministros. *Scientia et technica*, 10(24), 201-206.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 14 de 1	

CAPÍTULO 1

1. ASPECTOS BÁSICOS DE LA EMPRESA

Distribuciones Olivar Sur S.A.S inicia operaciones en el año 2012 en el municipio de Aguachica, departamento del Cesar, para el mes de mayo, estaban ubicados en calle 7 con 19. Los primeros meses fueron de mucha dificultad ya que ninguno conocía nuestro modelo de negocio. Esta empresa nace por una tía no tenía el tiempo para dedicarle al negocio y por tal motivo se lo ofrece al señor Juan Carlos Olivar Isaza quien hoy es el gerente de la empresa, ya que él se encontraba desempleado.

Por lo tanto, decide emprender este gran reto que se desconocía en el mercado. Al iniciar fue muy complicado debido de que no se tenía los conocimientos previos del negocio, esto debido a que el Señor **Juan Carlos Olivar Quin** no tenía la experiencia suficiente. En el transcurso de los años fueron creciendo y conociendo el mercado utilizando las oportunidades para crecer como empresa. Debido al crecimiento se trasladaron en el año 2014 para una bodega más amplia ya que donde iniciamos no había espacio suficiente para el almacenamiento de los productos.

Esta empresa presento un estancamiento en el mercado ya que no veían oportunidades para crecer, pero con el tiempo identificaron nuevas oportunidades que permitieron el crecimiento en el portafolio a sus servicios ya que los consumidores exigían un cambio en la comercialización de los productos por lo que fue necesario aumentar la capacidad de colaboradores y empezar a construir su propia bodega.

Esta bodega está ubicada **Calle1 #16-23** en la ciudad Aguachica se logró conseguir a finales del 2017 en donde actualmente se encuentra el punto de acopio más grande del municipio de Aguachica.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 15 de 1	

La empresa está constituida como una sociedad por acciones simplificada y se dedica a comercialización de cerveza, licores y bebidas número de atención es **3128472995**

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 16 de 1	

1.1 ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLA LA EMPRESA

La empresa **Distribuciones Olivar sur s.a.s** se dedica a la actividad económica de la organización es suministrar un servicio completo de ventas al por mayor y detal de comercialización a domicilio de Cervezas, Licores, Bebidas a pequeñas y medianas empresas del Sur del Cesar, Sur del Bolívar. Su código CIIU en el RUT 1632. La forma jurídica de la empresa Distribuciones Olivar sur está representada por una persona jurídica, la composición de su capital para el año 2021 26.500.000.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 17 de 1	

1.2 MISIÓN

Está orientada en brindar a nuestros clientes un portafolio de excelente variedad de cerveza, licores, vinos y bebidas tanto nacional e importado, ofreciendo excelente calidad en nuestros productos con un valor innovador en el servicio a un precio asequible, con personal idóneo, para satisfacer los gustos más exigentes en el sur del Cesar

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 18 de 1	

1.3 VISIÓN

Ser la empresa líder de cerveza, licores, bebidas a nivel del sur del Cesar por su excelente variedad, calidad de los productos y un servicio innovador

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 19 de 1	

1.4 POLÍTICAS

1.4.1 POLÍTICAS DE CALIDAD

Distribuciones Olivar Sur S.A.S comercializamos productos de alta calidad para empresas que están comprometidas con la compra y venta de cerveza, licores, bebidas, y satisfacen las necesidades y expectativas de clientes, socios y comunidades de sur del cesar a través de la mejora continua de nuestra cartera de crédito e inversión, procesos de aprovisionamiento, logística y marketing; Desarrollar nuestra gestión con un excelente servicio domicilio.

1.4.2 POLÍTICA DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Distribuciones Olivar Sur S.A.S es una empresa dedicada a la comercialización, aprovisionamiento y venta de cervezas, licores y bebidas, ha priorizado la implementación y desarrollo de su sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional con el fin de fortalecer su mejora continua para prevenir accidentes laborales y ocupacionales enfermedades. Las siguientes medidas para lograr los deberes organizacionales:

- Identificar eventualidades, evaluar los riesgos e instaurar las medidas de control correspondientes para proteger la integridad de los trabajadores dentro y fuera de la empresa.
- Proteger la seguridad y salud de todos los empleados mediante la mejora continua del sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional de la empresa.
- Cumplir con las normativas nacionales vigentes en materia de riesgos laborales.
- Todos los trabajadores, contratistas y trabajadores temporales deben buscar atención médica integral y deben cumplir con las normas, reglamentos e instrucciones del sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional de la empresa.

1.4.3 POLÍTICA DE NO FUMADORES

Distribuciones Olivar SAS ha determinado y formulado una política de no fumar para prevenir, mejorar, proteger y mantener el bienestar de los

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 20 de 1	

trabajadores, mejorar la calidad de vida, para que los empleados y la empresa puedan obtener un servicio y competitividad suficiente, y promover un Hábito de vida saludable.

La política de la firma es mantener un ambiente de trabajo saludable para garantizar la seguridad, salud y productividad. La empresa se da cuenta de que el tabaquismo de los trabajadores, y trabajadores temporales afectará negativamente su capacidad para trabajar y afectará gravemente a la salud, seguridad, eficiencia y productividad de otros trabajadores y de toda la empresa

Para lograr este objetivo, **Distribuciones Olivar Sur S.A.S** ha formulado los siguientes planes:

Prohíbe fumar en el horario laboral, instalaciones, centros de operación o en la operación de vehículos y motocicletas.

Realiza actividades de sensibilización y capacitación para trabajadores, trabajadores temporales que buscan desarrollar hábitos saludables para prevenir los daños causados por el cigarrillo a la salud personal y al medio ambiente.

Distribuciones Olivar Sur S.A.S ha especificado los recursos humanos y financieros necesarios para cumplir con esta política, y espera que los empleados, y trabajadores temporales participen activamente en la cooperación de programas de concientización y capacitación.

1.4.4 POLÍTICA DE SEGURIDAD VIAL

Es responsabilidad de **Distribuciones Olivar Sur S.A.S**, establecer actividades y prevención de accidentes en vía pública, por ello todos los trabajadores, son responsables en la participación de las actividades que desarrolle la firma con el fin de disminuir la probabilidad de ocurrencia de accidentes que puedan afectar la integridad física, mental y social de los trabajadores.

Por otro lado se vigilará la responsabilidad de los trabajadores en el mantenimiento preventivo y correctivo, con el objeto de mantener un desempeño óptimo de sus motocicletas, estableciendo las medidas de control para evitar la ocurrencia de accidentes que puedan generar daños al individuo o a terceros.

Establecer tácticas de concientización a los trabajadores, a través de formaciones de orientación a la prevención de accidentes de tránsito y

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 21 de 1	

respeto por las señales de tránsito vehicular, que permitan la adopción de conductas proactivas frente al manejo defensivo.

Los trabajadores, y temporales, son responsables de la aplicación de las disposiciones establecidas y divulgadas por **Distribuciones Olivar Sur S.A.S**, en el manual de normas de seguridad vial.

1.4.5 POLÍTICAS DE GESTIÓN FINANCIERA

Distribuciones Olivar Sur S.A.S su responsabilidad disponer de un sistema de información financiero que se caracterice por ser rápido, confiable y adecuado cumpliendo con los requisitos de ley.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 22 de 1	

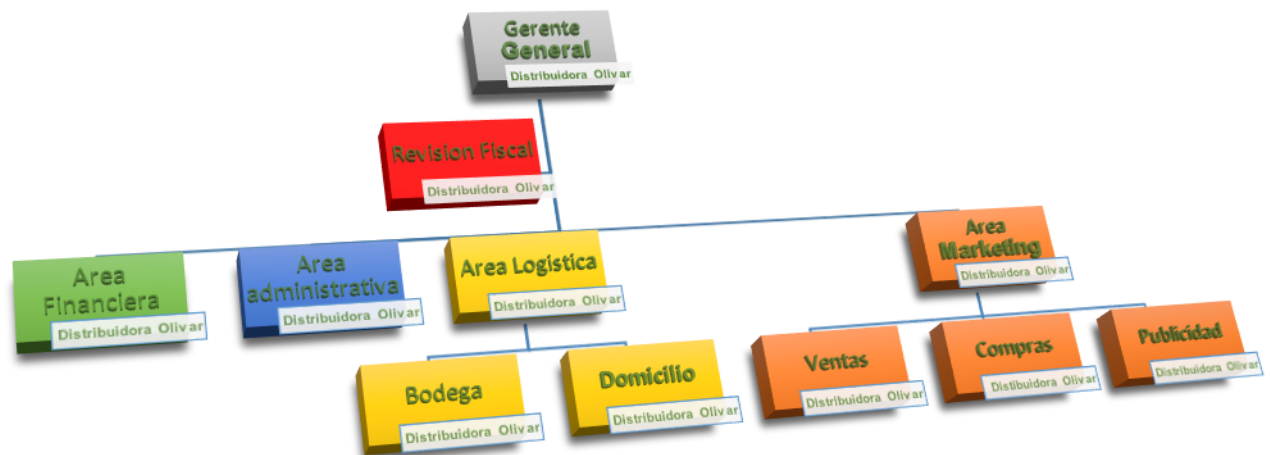
1.5 VALORES

La forma educada como debemos corresponder con las demás personas y con el mundo desde las cuales este contemplado en las normas de valores éticos a la persona o el grupo se asignan:

- La atención apropiada y adecuada de los deberes y derechos acordes como persona u organización y en la sociedad.
- Siempre actuar con honestidad en base en la verdad y la ética.
- Siempre comprender y aceptar a las demás personas como son y mostrarse de acuerdo a su diferencia.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 23 de 1	

1.6 ORGANIGRAMA



Empresa **Distribuciones Olivar Sur S.A.S** tiene un organigrama sencillo con sus diferentes Áreas , el cual está encabezada primeramente Gerente General, revisión fiscal, en segundo lugar, está conformado por Áreas llamadas; Financiera ,Administrativa, Logística y Marketing En tercer lugar, el alumno ejerce su labor en el Área de Marketing.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 24 de 1	

1.7 ÁREA ESPECÍFICA DE LA PRÁCTICA

La empresa **Distribuciones Olivar sur s.a.s** se dedica a la actividad económica de la organización es suministrar un servicio completo de ventas al por mayor y detal de comercialización a domicilio de Cervezas, Licores, Bebidas a pequeñas y medianas empresas del Sur del Cesar, Sur del Bolívar. Su código CIIU en el RUT 1632. La forma jurídica de la empresa Distribuciones Olivar sur está representada por una persona jurídica, la composición de su capital para el año 2021 26.500.000.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 25 de 1	

CAPITULO 2

2. ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL.

2.1 NOMBRE DEL TRABAJO

Propuesta de un Área de Marketing Digital en la Empresa Distribuidora Sur S.A.S en Aguachica del Cesar

2.2 DIAGNOSTICO

La empresa **DISTRIBUCIONES OLIVAR S.A.S** de Aguachica tiene 20 trabajadores, los cuales se encuentran organizados en las diferentes áreas mostradas en el organigrama de la firma. La empresa en Aguachica cuenta con un inmueble de dos bodegas. En la bodega 1 se encuentran: La Sala de ventas, el área de administrativo, una zona de almacenamiento de dos plantas, el Despacho de domicilio, zona de parqueo de domicilio y área de marketing en el cual están ubicado el asistente de Economía, la zona de Servicios Generales, la bodega 2 se cuenta zona de logística de almacenamiento, recibimiento de pedido, parqueadero de motocarros

El área donde el practicante realiza su trabajo curricular presenta una agradable infraestructura para mayor agilización de procesos de marketing, el practicante no cuentas con equipos brindados por la oficina, el asistente disponer de estos equipo, de forma general el alumno cuenta con una oficina con la conformidad para la realización de sus deberes dentro de la firma.

La siguiente matriz FODA está enfocada en la empresa **DISTRIBUCIONES OLIVAR S.A.S** Aguachica del Cesar

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 26 de 1	

Matriz DOFA

INTERNO EXTERNO	FORTALEZA: Entre las fortalezas de esta empresa se evidencia amplio conocimiento en el sector y cobertura local, buen ambiente laboral y crecimiento en los últimos años.	DEBILIDAD: se identificaron debilidades tales como: falta de planificación, bajo nivel tecnológico, falta de capacitaciones programas contables y marketing
	OPORTUNIDAD: Se identificaron oportunidades, adquirir plataforma que mejore el proceso ventas online y pago online de la empresa y permita la optimización de los recursos y mejora continua de la organización.	ESTRATEGIA F-O: Dar a conocer nuestros servicios y portafolio de productos online que necesiten nuestros clientes con el fin de convertirlos en clientes potenciales y así aumentar nuestra cobertura en el municipio de Aguachica y sus alrededores.
	AMENAZA: Entre las amenazas identificadas están las preferencias de clientes con otras empresas por la demora de atención al cliente, van llegando nuevos competidores al mercado con un mejor atención a cliente en mercado, generando una disminución y pérdida de clientes.	ESTRATEGIA A-F: utilizar las herramientas de marketing digital con el fin de vender más productos (mayor volumen), que permita captar más clientes ofreciéndoles un valor agregado a nuestros servicios y que se conviertan en clientes potenciales.
		ESTRATEGIA A-D: desarrollar unas capacitaciones nuevas herramienta marketing digital que permita la optimización de su uso con el fin de mejorar los procesos ventas de una manera eficiente.

Fuentes: Propia

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 27 de 1	

2.3 JUSTIFICACIÓN

Este trabajo es importante porque desarrollará habilidades integrales y habilidades académicas, donde utilizará los conocimientos adquiridos en la Universidad Popular del Cesar en el programa de economía para mejorar las operaciones logísticas de **Distribuciones Olivar Sur S.A.S.**

A nivel académico, en el desarrollo de habilidades de un proyecto académico que debe ser practicable dentro del tiempo propuesto, es razonable utilizar herramientas y fuentes verificadas a nivel científico y coordinado para mejorar el sistema marketing de la empresa **Distribuciones Olivar Sur S.A.S** en el crecimiento alineado estratégicamente y a nivel social este trabajo es transcendental y oportuno porque contribuye a la empresa en su crecimiento y formalidad para ser más competitivo en el sector e innovador en la región.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 28 de 1	

2.4 OBJETIVOS

2.4.1 Objetivo General

Diseñar una propuesta de Marketing Digital para empresa Distribuidora Sur S.A.S de la ciudad Aguachica del Cesar

2.4.2 Objetivo Especifico

- Realizar un diagnóstico de las estrategias de Marketing digital que se efectúa en la empresa Distribuciones Sur S.A.S
- Identificar las estrategias de Marketing Digital que brinda en entorno y sus estrategias publicitarias que implementa en el mercado a la cual pertenece la firma.
- Trazar la propuesta del plan Marketing Digital con el fin de invertir en rebranding para aumentar en rentabilidad, fidelización de los usuarios

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 29 de 1	

2.5 PLAN DE ACTIVIDAD

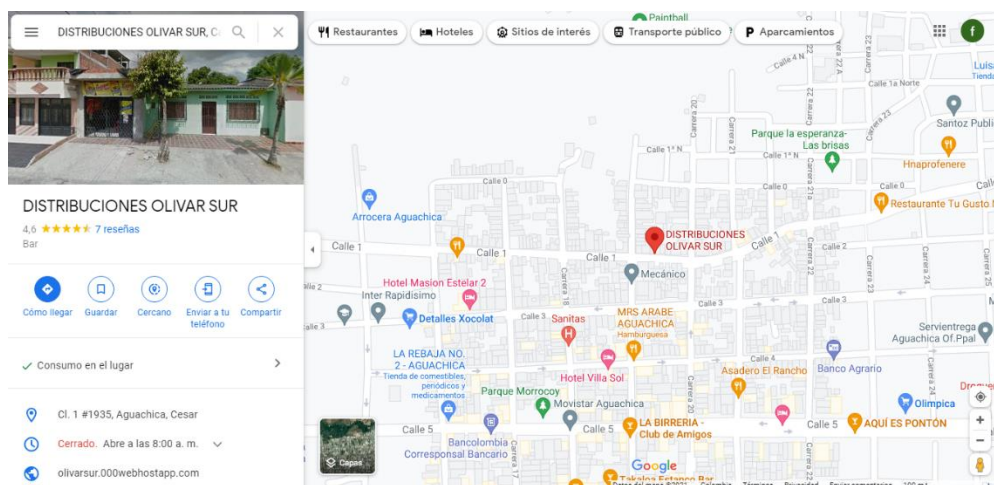
ACTIVIDAD	TIEMPO EN MESES 2021																			
	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Inducción y conocimiento de la empresa																				
Diagnóstico de la empresa																				
Recolección de información																				
Propuesta de informe																				
Desarrollo de los objetivos																				
Entrega del informe final																				

Fuente: Propia

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		
	CÓDIGO: 201-300-PRO05-FOR11		
	PRÁCTICAS CURRICULARES INFORME		VERSIÓN: 1
		PÁG.: 30 de 1	

2.6 ANEXOS

ANEXO 1



Anexo 1 fotografía de la empresa está escrita en la aplicación google map desactualizada ubicación de la nueva localización

ANEXO 2



Anexo 2 fotografía de evidencia del desarrollo de las estrategias de la nueva imagen de la empresa

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 31 de 1	

ANEXO 3



Anexo 3 fotografía de evidencia del desarrollo de las estrategias de la nueva imagen de la empresa

ANEXO 4



Anexo 4 fotografía de evidencia del desarrollo de las estrategias de la nueva imagen de la empresa

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 32 de 1	

3. DESARROLLO DE LA PRÁCTICA

En esta época la fluctuación como se evidencia en la actualidad por la pandemia covid-19, todavía sigue en aumento hasta niveles críticos además con los nuevos paradigmas debe ser abordada de una forma flexible y adaptable que es la revolución industrial 4.0.

De lo anterior las ventas tradicionales no está dando resultados de ser competitivo en el mercado, los factores importantes de este modelo tienda física su localización era clave para el éxito, ahora últimamente se observa la importancia de la URL para las empresas actuales es la localización para ser competitivo y además otras herramientas que se está implementado en la pymes.

Para realizar un diagnóstico eficiente en la parte digital de la empresa Distribuidora Olivar Sur se utiliza la herramienta **AIDA, Funnel o Embudo de ventas**.

El embudo de ventas es una de las partes clave de su estrategia de marketing digital. Esta es una forma de proyectar un proceso de ventas por etapas y es factible que ya esté utilizando el sistema de forma intuitiva. Para maximizar sus resultados, es necesario planificar y ajustar diferentes partes del rompecabezas al medirlas y controlarlas².

Veamos las dinámicas y etapas que se pueden implementar (y mejorar) en su negocio. Embudo de captación, maduración y ventas Hay muchos tipos de canales de marketing online. Cada embudo tiene una estructura única, según el público objetivo, el producto de ventas y la estrategia comercial.³

Embudo de captación:

El objetivo es obtener tráfico y leads. Es como en una tienda física, lo primero que necesita es que la encuentren y que al entrar, si no compran, por lo menos se lleven una tarjeta. Que te dejen los datos es todavía más efectivo que una tarjeta de visita porque el email marketing bien utilizado puede ser una estrategia muy efectiva.⁴

² (velogig, 2021)

³ (Moya, 2021)

⁴ (Moya, 2021)

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 33 de 1	

Embudo de maduración:

El objetivo en esta segunda fase es que el suscriptor te conozca bien, conectar con él y llegar a ganarte su confianza. Puede ser a través de una secuencia de emails, ofreciendo recursos, descuentos o mucho contenido de valor.⁵

Embudo de ventas:

En esta fase ya habrás filtrado a los realmente interesados por tu producto o servicio y lanzarás tu oferta y tu gancho para que te compren online. O será el momento en el que tu equipo de comerciales coja el teléfono o programe el video llamado que permita rematar la venta.

3.1 Aplicación de CRM en las Organizaciones

El software CRM, por definición, permite compartir y maximizar el conocimiento de un cliente dado y de esta forma entender sus necesidades y anticiparse a ellas. Por definición, el CRM recopila toda la información de las gestiones comerciales manteniendo un histórico detallado.⁶

Una solución CRM permite dirigir y gestionar de forma más sencilla las campañas de captación de clientes y de fidelización. Gracias al CRM se puede controlar el conjunto de acciones realizadas sobre los clientes o clientes potenciales, y gestionar las acciones comerciales a partir de un cuadro de mandos detallado.⁷

Las empresas que utilizan soluciones CRM generan más oportunidades de venta, agilizando la gestión, con presupuestos actualizados en tiempo real y procesos de ventas optimizados. Del mismo modo las empresas que utilizan CRM pueden hacer mejores segmentaciones, y disponen de la información para un servicio de atención al cliente y postventa de nivel superior.⁸

⁵ (Moya, 2021)

⁶ (elegircrm, 2021)

⁷ (elegircrm, 2021)

⁸ (elegircrm, 2021)

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 34 de 1	

3.2 Realizar un diagnóstico de las estrategias de Marketing digital que se efectúa en la empresa Distribuidora Sur S.A.S

La empresa **Distribuciones Olivar S.A.S** cuenta con una página en Facebook se observa en la página los seguidores solo tiene 1223 personas y registro de visita se evidencia la publicidad no es efectiva por parte de la empresa, la firma paga una empresa de anuncio de la región no ha sido optimo la masiva de clientes potenciales donde el universo total de clientes potenciales se puede atraer para firma.

Por otro lado la empresa en su momento tenía actualizado la ubicación en la página de google map de Aguachica, anterior ubicación de la firma sigue marcada en la antigua instalaciones se puede observar en anexo 1 excelente evaluaciones de persona que necesito el servicio en su momento su calificación fue de 4.6 estrella. En la actualidad la distribuidora emplementa el servicio a domicilio donde se utiliza la comunicación de celular por llamada y aplicación de WhatsApp business pero no se ha explotado el 100% su herramientas.

Por la parte de facturación la distribuidora se ha enfrentado nuevos retos con implementación de factura electrónica, la firma ha implantado los servicios por separado, es decir servicio del cliente, marketing y ventas, pero el ciclo actual los clientes están en el centro del proceso y en la empresa los clientes es la última prioridad en el anexo 2 se observa la diferencia entre embudo ventas tradicional con el actual embudo. La empresa tiene un excelente equipo de trabajo, se puede ser más eficiente en el servicio, además en el momento no tiene perfiles de los clientes potenciales porque no tiene estrategia y desconoce el actual consumidor. Su área fuerte de la empresa parte de logística e innovadora

Las otras 4 etapas de embudo de ventas no tiene un objetivo claro en cada etapa si el interés mínimo de cliente potenciales, la presentación producto la empresa años anterior gerente general proyectado para año 2021 en el mes de diciembre mejorar en ese segmento. Se evidencia el desconocimiento del gerente general y equipo de trabajo las etapa de marketing por esa razón las estrategias no ha cumplido su objetivo en cierto aspecto.

El practicante la primera tarea fue observar y analizar el fenómeno de las ventas la relación de la empresa con los clientes para evaluar el área de marketing donde de lo anterior mencionado fue el resultado que se explico de implementar nuevas estrategia en la empresa parte del área de marketing y por lo lado el tema del servicio pago que ofrece la empresa por método tradicional, desconocimiento las nuevas tendencias la forma que cliente paga por un servicio, en la actualidad la tendencia de pagar es por medio de app como la nequi, dale! o por medio de código QR por esta razón la empresa todos los días enfrenta nuevos retos importante una sección de marketing digital en la organización

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300-PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 35 de 1	

La empresa **DISTRIBUCIONES OLIVAR SUR S.A.S** tiene desconocimiento de nuevas herramientas para tener sus propios indicadores saber si sus estrategias son efectivas para lograr las metas corto plazo, mediado y largo plazo.

3.3 Identificar las estrategias de Marketing Digital que brinda en entorno y sus estrategias publicitarias que implementa en el mercado a la cual pertenece la firma.

Para ayudar la empresa analizar que tan bien trabajan en la firma y sus equipos

Embudo de ventas:

Se le llama de esta manera debido a la forma cónica que toma a medida que agrega criterios adicionales a cada trato. Un embudo de ventas tradicional describe las distintas etapas de un leads desde el primer contacto hasta el cierre del trato

Grafico 1 Diferencia de embudo tradicional de ventas y embudo actual



Fuente: hubspot

La empresa **DISTRIBUCIONES OLIVAR SUR S.A.S** las estrategias que implementa en la parte publicidad es por medio de la emisora campo serranos y por medio Facebook paga una empresa especializada en comunicación social, por

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 36 de 1	

otro lado en el mes de diciembre de todos los años tiene la estrategias de hacer concurso en vivo el día 31 por cierta compra que realiza los clientes.

Otra estrategia es las promociones de ciertos productos por medio de la página de Facebook, emisora.

Los objetivos de las campañas anteriores es aumentar las ventas por llamadas o mensaje de WhatsApp, generar reconocimiento de las marcas y la variedad, la empresa su estrategia de puja adecuada es manual en el posicionamiento de rebranding

3.4 Trazar la propuesta del plan Marketing Digital con el fin de invertir en rebranding para aumentar en rentabilidad, fidelización de los usuarios

3.4.1 Primera estrategia: la rebranding dela empresa DISTRIBUCIONES SUR S.A.S

El gerente general de la firma aprueba al practicante analizar cuál es la estrategia más efectiva para la imagen, se aprovecha el espacio la venta de mostrador se había reformado tanto en infraestructura y el estilos de pintado en la en la parte frontal de la empresa. Se presentó la propuesta de un estilo de exhibición en la sala de venta presentando la variedad de diferente marca de cerveza, licores y bebidas.

Al equipo de trabajo se muestra dos estilos con su presupuesto de costo, donde el practicante implemento la estrategia minimizar los costó sin bajar la calidad

Tabla 1 Presupuesto rebranding

Estilo	Observación	Valor de inversión
Estilo 1	Un acabado mena mina	7.600.000
Estilo2	Un acabado OSB	7.300.000

El gerente general dela firma aprueba el estilo 2 de la exhibición para sala de venta la aprobación fue porque estilo se adaptaba a la estrategia que se implementa en el mes de diciembre rediseñando la imagen de la distribuidora sin perder su identidad que se caracteriza en la región por identificarse con su cliente por la navidad y fin de año en el anexo 3 se ilustra la evidencia de la estrategia implementada.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 37 de 1	

34.2 Segunda estrategia: Analizar programas de marketing digital para implementar en la empresa evaluar las estrategias si son efectivas.

Existen varios programas que se puede implementar como googles ads, Facebook ads, bitrix24 se efectúa el análisis el costo, que ventajas y desventajas tiene. Lo importante de la implementación es por fuente de global web index vía data reportal Colombia es el segundo país que más tiempo pasan en mirando redes sociales entre 4 horas o 15 minutos el tiempo de uso diario, por otro lado las redes sociales dominaron el próximo año.

Google ads: es el programa de publicidad en línea de Google. A través de Google Ads, puede crear anuncios en línea para llegar a las personas en el momento exacto en que se interesan por los productos y servicios que ofrece.

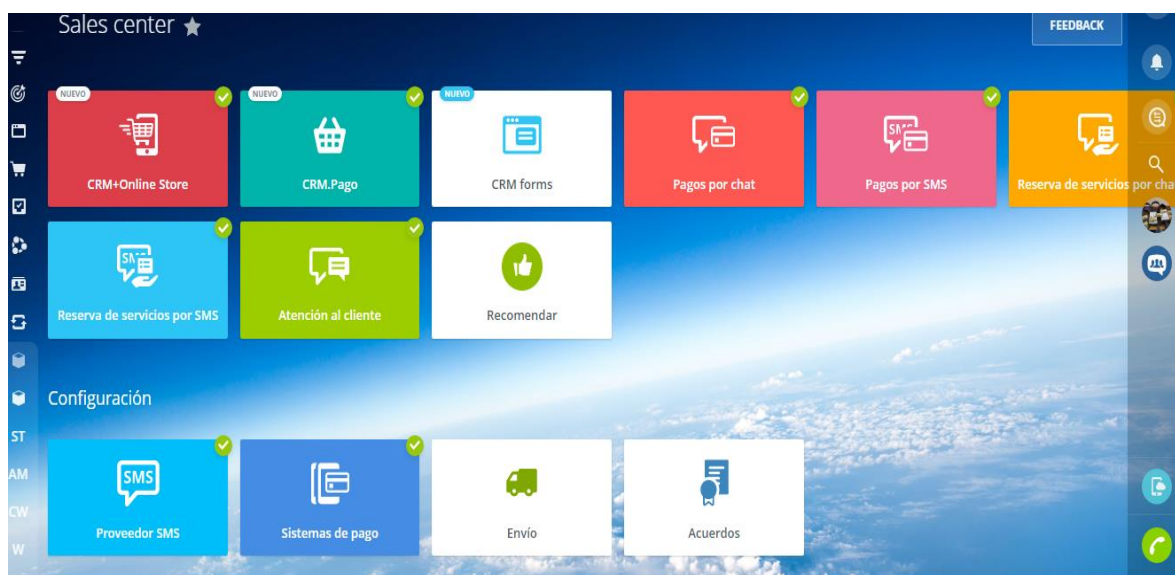
Facebook Ads: son los anuncios publicitarios que se publican dentro del propio Facebook y que ofrece varias herramientas para ayudar a la creación de campañas más eficaces

Bitrix24: la mejor herramienta de gestión. CRM, Tareas y Proyectos, Contact Center. Todo en una sola plataforma. ¡Pruébalo gratis y sigue las ofertas de Bitrix24! Tareas y Proyectos. CRM en Español. Usuarios ilimitados. Plataforma completa. Fácil de usar. Trabajo en Equipo

De lo anterior el programa más completo es bitrix 24 su ventaja permite unir los otros programas para generar publicidad, hacer tus análisis de tus clientes potenciales, además tiene opción de unir el WhatsApp

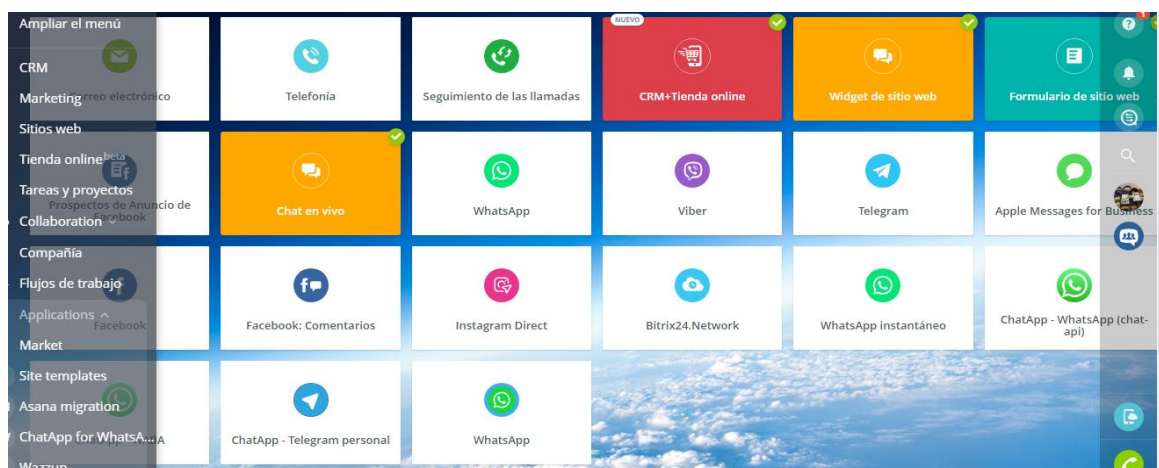
Grafico 2 programa Bitrix24

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 38 de 1	



Programa permite tener más organizado la empresa tanto las ventas, publicidad, pagos y control de los empleados para finalizar del mes puede evaluar y determinar dónde no es eficiente la empresa.

Grafico 3 programa de Bitrix24



Lo interesante del programa se puede hacer análisis se puede apoyarse del CRM (Gestión de la Relación con el Cliente) y se puede generar indicadores para empresa todo los aspecto. Lo importante se puede hacer embudos de ventas para saber que etapa se está fallando la empresa Distribuciones Olivar Sur s.a.s

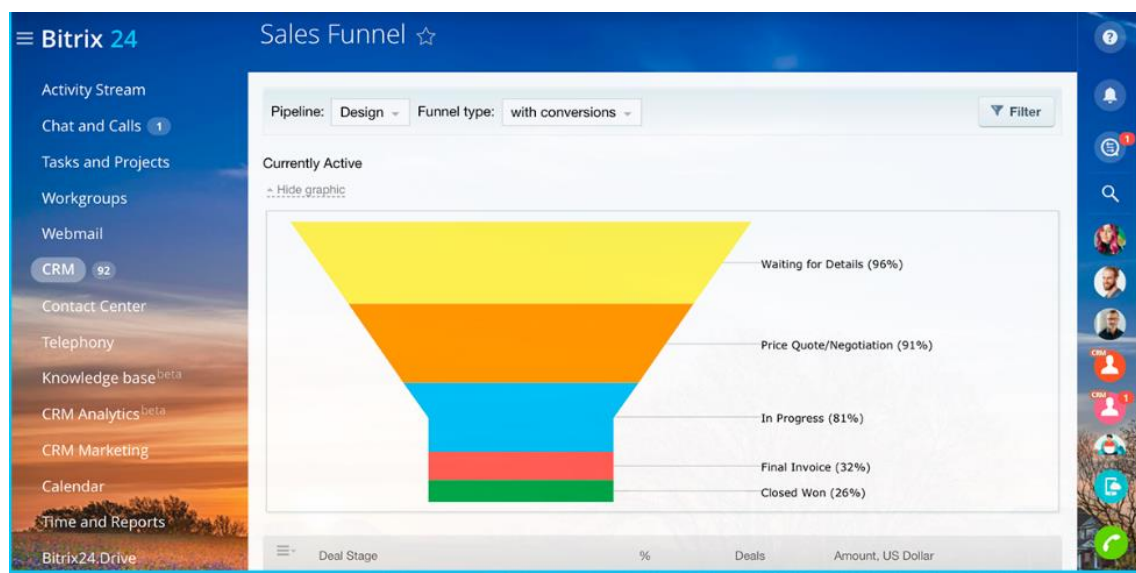
	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR	CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
		VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME	PÁG.: 39 de 1	

El Contact Center de Bitrix24: es una plataforma donde puede acceder a todos los canales de comunicación con el cliente disponibles en su Bitrix24: correo electrónico, telefonía, widgets del sitio web, formularios del sitio web, devolución de llamadas y canales abiertos.

Las **etapas de la negociación** le ayudan a hacer un seguimiento (y posteriormente analizar y mejorar) el proceso de ventas. Una vez que su negociación esté en funcionamiento, verá que se mueve a través de diferentes etapas hasta que se cierra

Embudo de venta bitrix24: Es una herramienta que proporciona una representación visual de su proceso de ventas. Utilícelo para analizar cada etapa y determinar dónde es posible que esté perdiendo clientes.

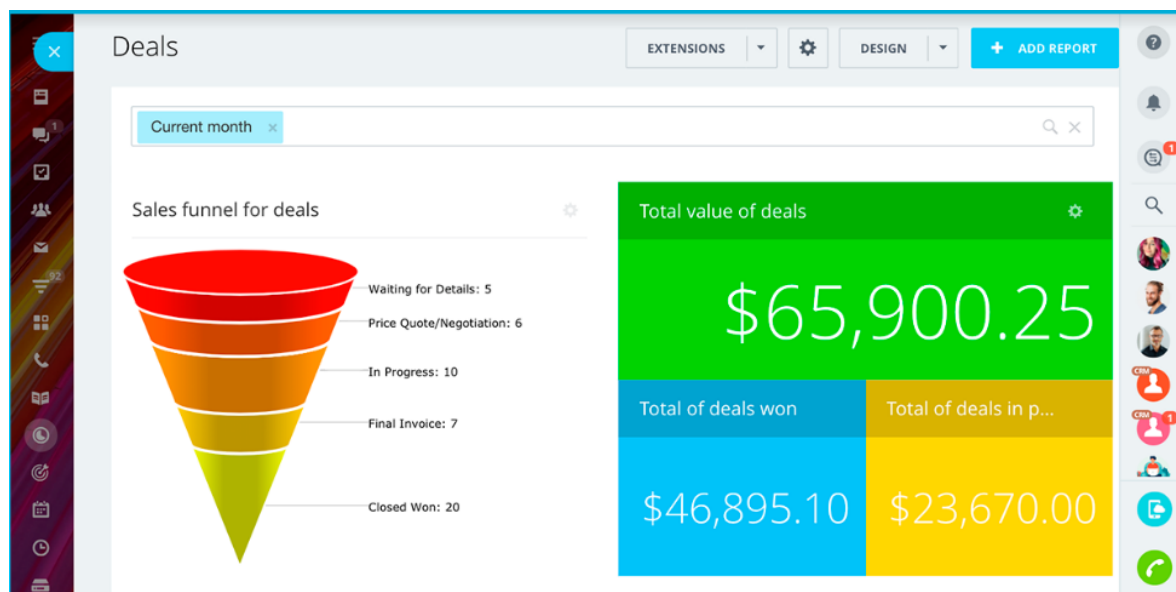
Grafico 4 embudo en programa de Bitrix24



Fuente Bitrix24

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300-PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 40 de 1	

Grafico 5 muestra del embudo ventas en el programa de Bitrix24



Se espera la aprobación por el gerente general sobre la implantación del programa.

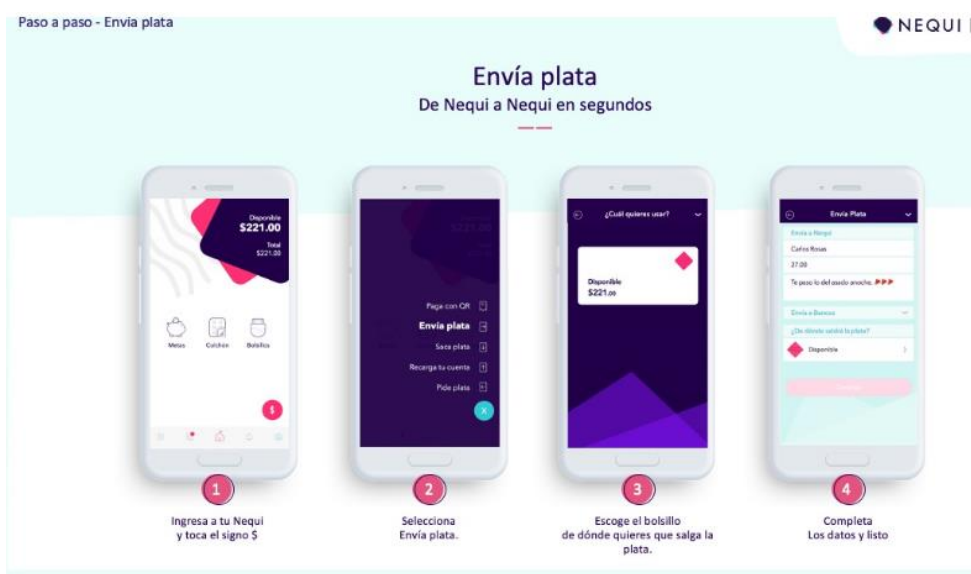
Tabla 2 Presentación de aprobación de programa

Programa	Observación	Presupuesto	Aprobación
Facebook ads	Controlar los anuncio de la página de Facebook	Al principio es gratuito después depende el paquete quieres adquirir	
Google ads	Te ayuda los cliente te encuentre más fácil con palabras claves	Al principio es gratuito, si necesita más servicio depende del paquete se adquiere	
Bitrix24	El programas que se integra todas las aplicaciones en uno solo	Paquete básico es gratuito, tiene varios paquetes de diferente valor	

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300-PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 41 de 1	

3.4.3 Tercera estrategia: implementar plataforma digital de pago en la empresa

Nequi: es una plataforma financiera 100% digital, que busca que tengas una mejor relación con tu plata para que logres lo que quieres con ella. Tu Nequi es un depósito de bajo monto sin cuota de manejo o comisiones.



Fuente: nequi

Dale! : Llegó para hacer tu vida más fácil. Abre tu depósito en dale! y comienza a manejar tu dinero 100% digital. dale! pasa, paga y recibe plata.



	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 42 de 1	

Se presentó la propuesta de los pagos online por medio de plataforma como nequi y dale!, en la vida diaria se utiliza esta plataformas por empresa para pagar la nómina no tiene costo de comisiones. El gerente general aproo la implantación los pagos online.

5. Recomendaciones

Las recomendaciones para la empresa Distribuciones Olivar Sur S.A.S es la capacitaciones al equipo de trabajo de aplicaciones y organizar un revisión de software que tiene la firma tanto contable, marketing y logística para hacer indicadores de tipo KPIS para hacer más competitivo en el sector.

	UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR		CÓDIGO: 201-300- PRO05-FOR11	
			VERSIÓN: 1	
	PRACTICAS CURRICULARES INFORME		PÁG.: 43 de 1	

4. BIBLIOGRAFIA

Google.com. 2021. Before you continue to Google Search. [online] Available at:

<<https://www.google.com/search?q=google+ads&oq=google+ads&aqs=chrome..69i57j0i512l4j69i60l3.18915j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>>

[Accessed 9 December 2021].

Bitrix24.es. 2021. Bitrix24: Plataforma de Colaboración Gratuita #1 con CRM,

Tareas & Proyectos, Documentos, Mensajería y mucho más. [online]

Available at: <<https://www.bitrix24.es/>> [Accessed 9 December 2021].

Moya, D. P. (12 de 12 de 2021). *gestionarfácil*. Obtenido de gestionarfácil: <https://www.gestionar-facil.com/indicadores-de-gestion-todo-lo-que-debes-saber/tipos-de-indicadores/indicadores-de-marketing-para-pymes/embudos-de-conversion-en-pymes/>

velogig. (12 de 12 de 2021). *velogig*. Obtenido de velogig: <https://velogig.com/se-ovs-sem-como-trabajan-juntos-para-mejorar-posicionamiento/>