

**PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING DIGITAL PARA
PROMOVER LA SUBASTA ELECTRÓNICA DE LA SOCIEDAD
SUGABERRIO S.A, EN EL MUNICIPIO DE AGUACHICA CESAR**

PROYECTO DE GRADO

**YAJAIRA GALVIS TAPIERO
CC. 1.007.667.748**

**IDANA DANIELA PÁEZ HERNÁNDEZ
CC. 1.003.246.323**

DIRECTOR DE PROYECTO:

VIVIANA JULIETH MARTÍNEZ QUINTERO

**UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR SECCIONAL AGUACHICA
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
AGUACHICA
2024**



INTRODUCCIÓN

El avance de las tecnologías digitales ha transformado cómo las empresas operan y se conectan con sus clientes. Sugaberrio S.A., con más de 14 años en la compra y venta de ganado en Aguachica, Cesar, enfrenta el reto de adaptarse a este entorno digital para mejorar su competitividad y alcance.

Este proyecto tiene como objetivo desarrollar un modelo estratégico de marketing digital que optimice sus subastas electrónicas, aumente su visibilidad y mejore la interacción con sus clientes. Utilizando estrategias como redes sociales, marketing de contenidos, SEO, publicidad digital y marketing por email, se espera que Sugaberrio S.A. logre una mayor penetración en el mercado, atraiga nuevos clientes, fidelice a los existentes y contribuya al desarrollo económico de Aguachica y sus alrededores.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA



El problema central de este estudio reside en la necesidad de desarrollar e implementar un plan de marketing digital que permita a Sugaberrio S.A promover eficazmente sus subastas electrónicas. Este modelo debe ser capaz de incrementar la exposición de la empresa, atraer a nuevos usuarios y mejorar la interacción del comprador en el proceso de subasta

¿Cómo Puede Sugaberrio S.A Implementar Un Plan Estratégico De Marketing Digital Que Promueva Eficazmente Sus Subastas Electrónicas, Aumentando Su Visibilidad, Atrayendo A Nuevos Clientes Y Mejorando La Participación Del Usuario En El Desarrollo De La Subasta?

JUSTIFICACIÓN

La digitalización ha transformado cómo las empresas operan y se relacionan con sus clientes. Sugaberrio S.A., especializada en la compra y venta de ganado en Aguachica, Cesar, debe adaptarse a estas tendencias para mantener su competitividad y expandir su mercado.

Implementar un plan estratégico de marketing digital para sus subastas electrónicas superará las limitaciones tradicionales, mejorará su visibilidad, atraerá nuevos clientes y optimizará operaciones. La capacitación del personal y la medición continua de resultados asegurarán la sostenibilidad y el éxito del modelo, contribuyendo al desarrollo económico de Aguachica.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan estratégico de marketing digital que promueva eficazmente la subasta electrónica de la empresa Sugaberrio S.A en el municipio de Aguachica Cesar.

OBJETIVO ESPECIFICOS

- Realizar un diagnóstico de las herramientas y estrategias digitales utilizadas actualmente por la empresa Sugaberrio S.A.
- Elaborar estrategias de marketing basadas en el análisis del entorno digital que permitan incrementar accesibilidad, visibilidad y participación mediante la subasta electrónica.
- Generar un plan de acción, para la implementación de las estrategias diseñadas.

TIPO DE INVESTIGACIÓN POBLACIÓN, MUESTRA.

- **Enfoque de Estudio: Cualitativo**
- **El estudio es de tipo descriptivo y exploratorio**
- **Población: 1190 actores relevantes en el proceso de compra y venta de ganado a través de la subasta electrónica de Sugaberrio S.A.**

TIPO DE INVESTIGACIÓN POBLACIÓN, MUESTRA.

Método de muestreo de población finita:

$$n = \frac{N (p * q) (z)^2}{(N - 1)E^2 + [(z)^2 * p * q]}$$

N= Tamaño de la población 1190 ganaderos

Z= Nivel de confianza: 1.96

P= Proporción aceptación: 50%

Q= Proporción rechazo: 50%

E= Error de estimación dispuesto asumir: 5%

TIPO DE INVESTIGACIÓN POBLACIÓN, MUESTRA.

$$n = \frac{1190 (0,5 * 0,5)(1,96)^2}{(1190 - 1)0,05^2 + [(1,96)^2 * 0,5 * 0,5]}$$

$$n = \frac{1142,876}{3,9329}$$

$$n = 290 \text{ encuestas}$$

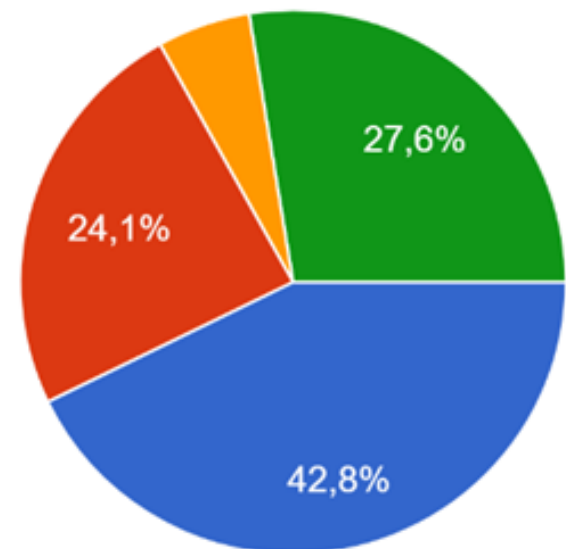
DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 1. Realizar un diagnóstico de las herramientas y estrategias digitales utilizadas actualmente por la empresa Sugaberrio S.A.**

DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS 1.

¿Cuáles cualidades considera usted que son de Sugaberrio?

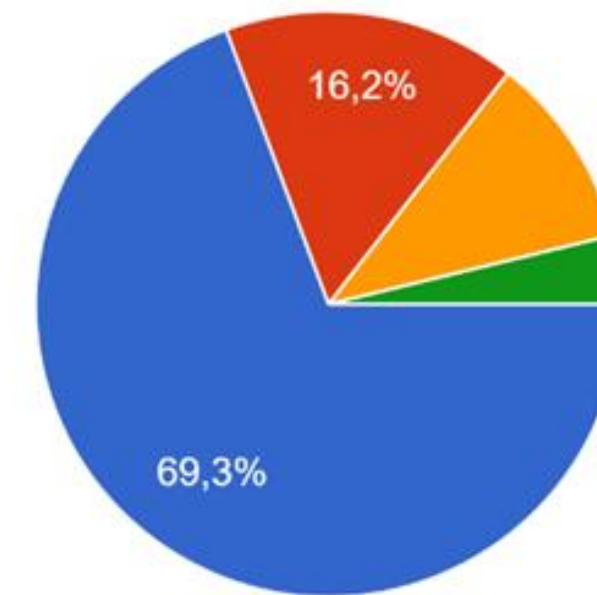
290 respuestas



- Atención al cliente
- Calidad de servicio
- Plataforma digital
- Tiene compromiso con todas

¿Ha oído usted hablar de nuestra subasta electrónica?

290 respuestas

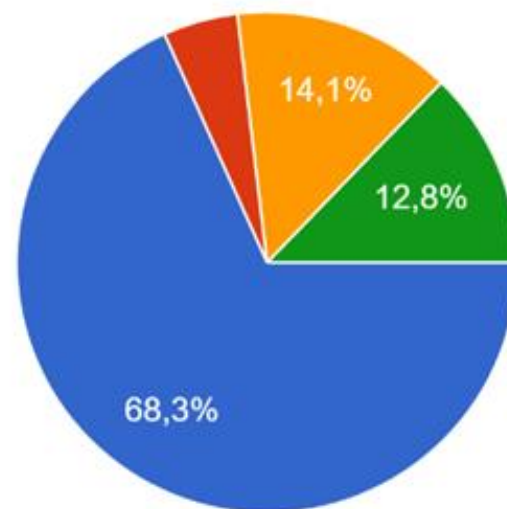


- Si
- No
- A veces
- Nunca

DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS 1.

¿Se siente usted cómodo comprando por internet en la App Sugaberrio?

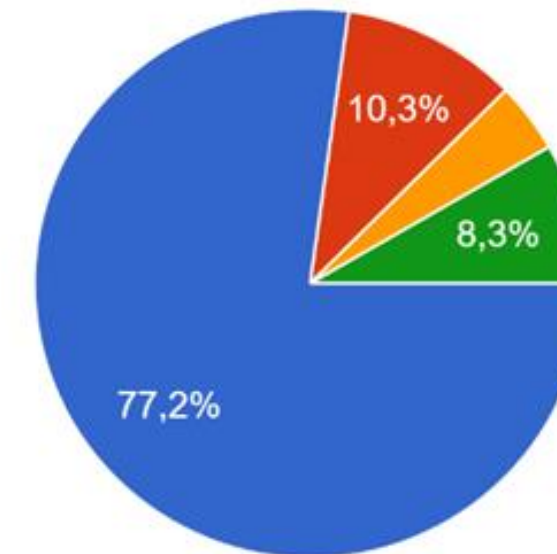
290 respuestas



- Sí, me resulta efectiva
- No, es intermitente
- Nunca compro en línea
- No conozco la plataforma

¿Considera usted que la publicidad que utiliza Sugaberrio es:?

290 respuestas

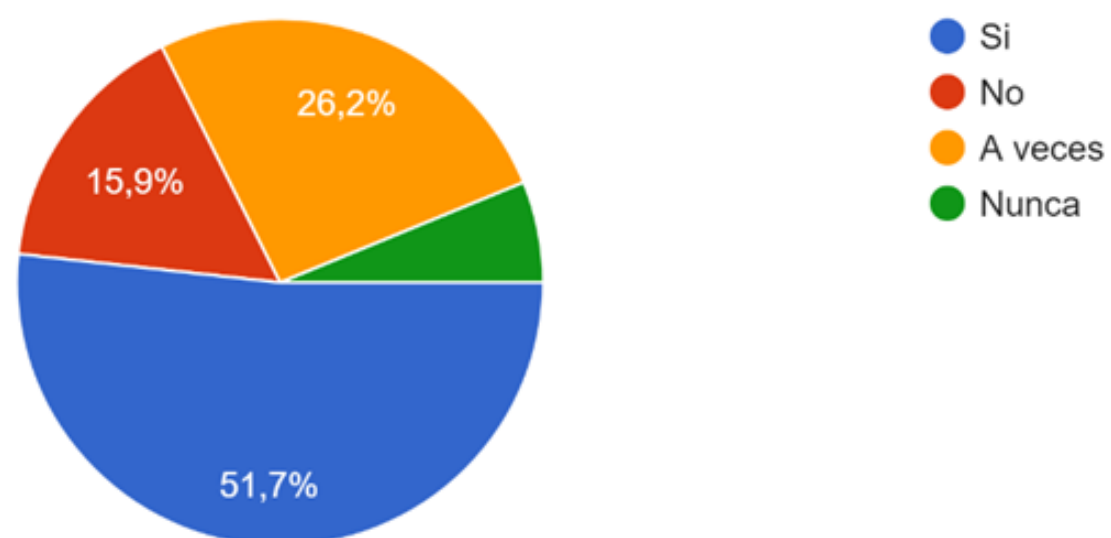


- Suficiente y clara
- Igual que las demás
- Insuficientes
- No la conozco

DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS 1.

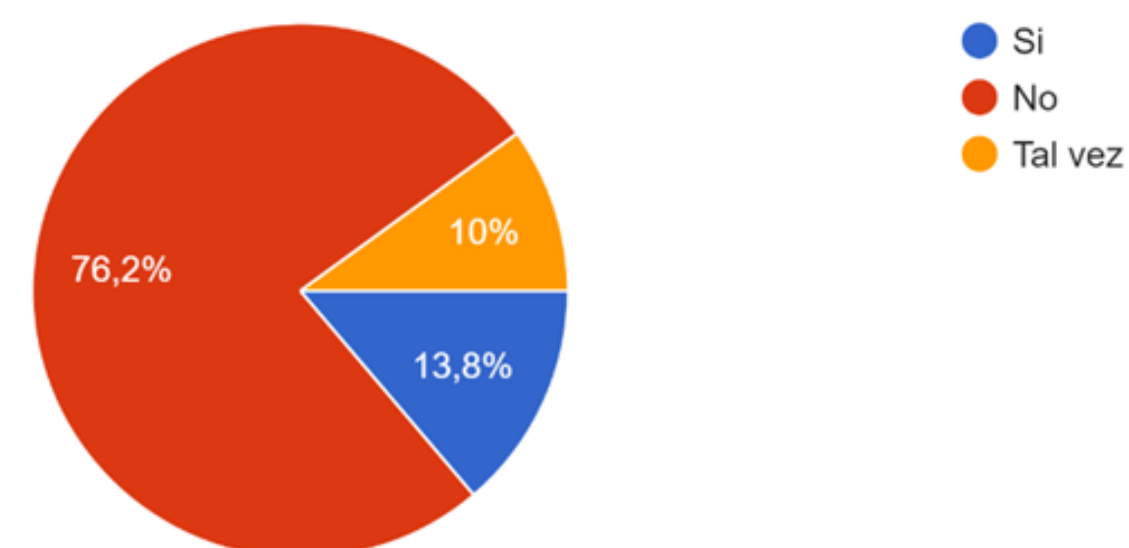
¿Ha recomendado usted a Sugaberrío en la compra y venta de ganado?

290 respuestas



¿Usted cree que el marketing digital es solo para grandes empresas?

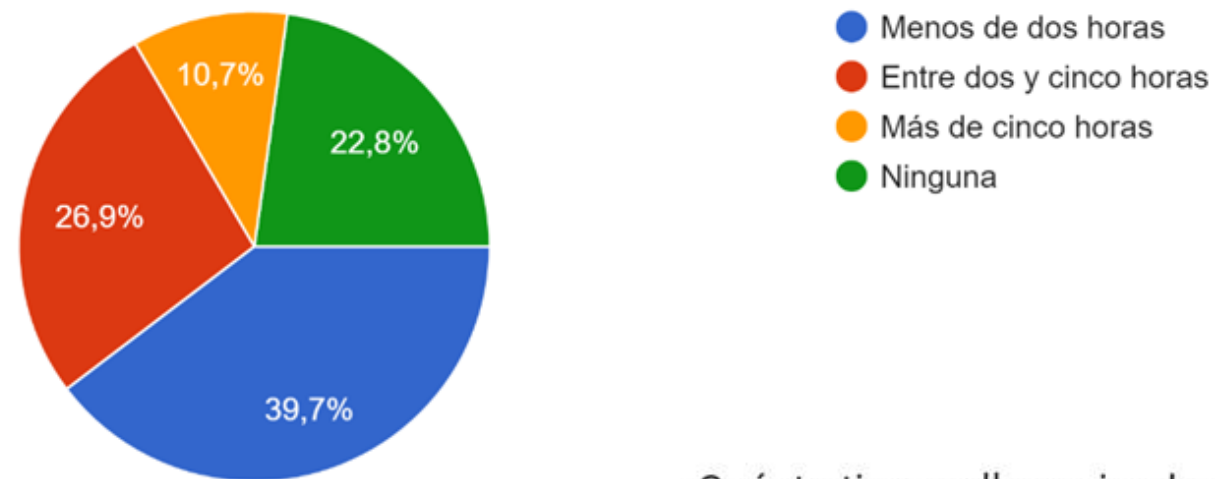
290 respuestas



DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS 1.

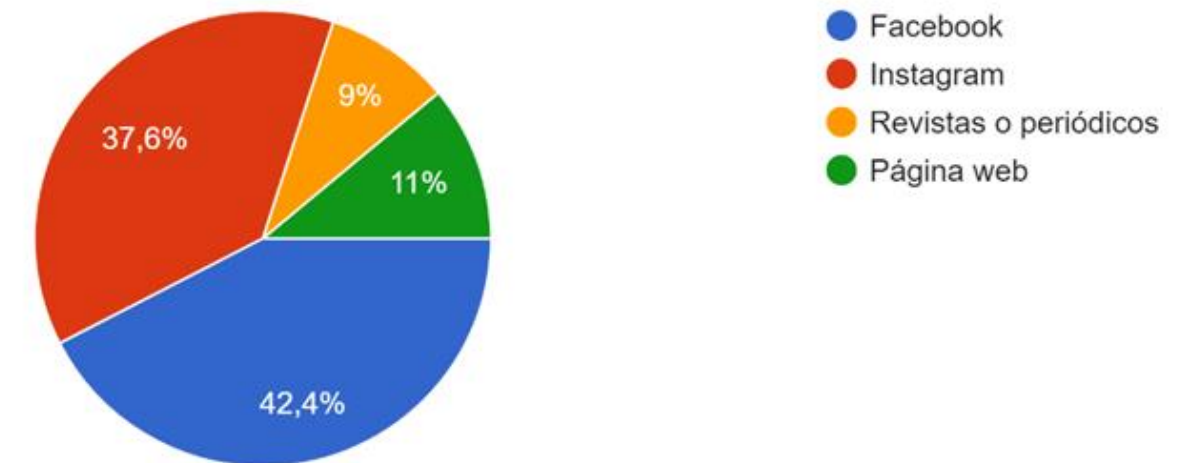
¿Aproximadamente cuantas horas en la semana tiene contacto con nuestra subasta en línea?

290 respuestas



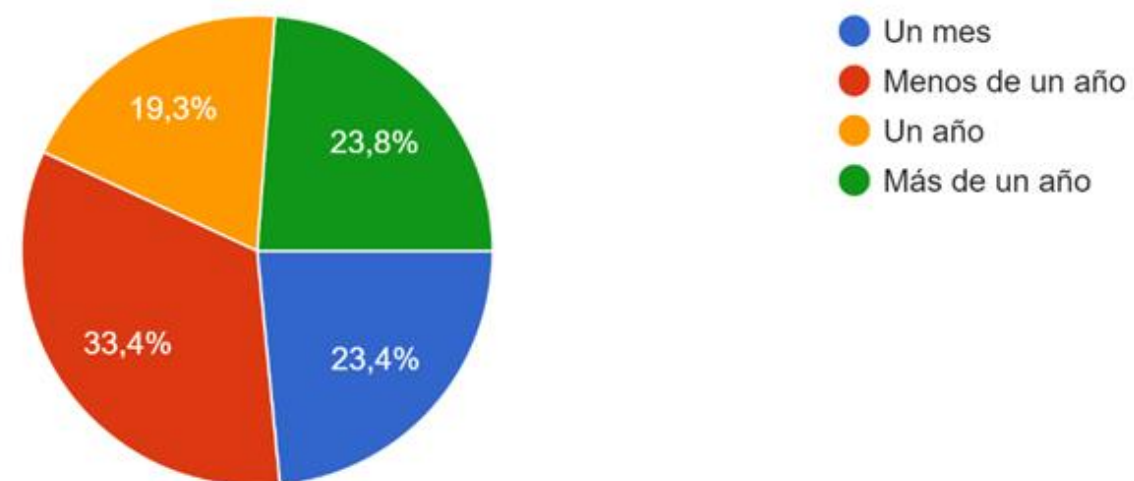
¿Cuáles son los medios de comunicación que usted más visualiza?

290 respuestas



¿Cuánto tiempo lleva siendo cliente de Sugaberrío?

290 respuestas



DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS 1.

PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTA A LOS FUNCIONARIOS DE AGUACHICA CESAR PARA LA EMPRESA SUGABERRO S.A EN CUANTO AL MARKETING DIGITAL

Gerente General	1
Director Comercial	1
Auxiliar Comercial	1
Promotor Comercial	1
Auxiliar Administrativo	1
Practicante SENA	1

1. ¿Cuál crees que son las plataformas digitales más efectivas para alcanzar a nuestro público objetivo y cómo podemos optimizar nuestra presencia en ellas?
2. ¿Por qué crees que es importante implementar el marketing digital en las empresas?
3. ¿Cómo puede mejorar la experiencia del cliente para aumentar la lealtad y retención a largo plazo?
4. ¿Qué áreas o procesos de la empresa crees que podrían beneficiarse más de la implementación del marketing digital?

MATRIZ DOFA

	F	FORTALEZAS	D	DEBILIDADES
ANÁLISIS INTERNO	F1	Experiencia en técnicas de marketing digital	D1	Inestabilidad en sus precios y pesaje
	F2	Red de contactos con clientes y proveedores	D2	Problemas técnicos en la subasta electrónica
	F3	Redes sociales bien constituidas	D3	Publicidad ineficiente en página web
	F4	Capacitaciones sobre marketing digital, responsabilidad social publicidad a sus ganaderos	D4	Gastos elevados en eventos feriales
	F5	Calidad en servicio al cliente	D5	Falta de cobertura en zona rural
	ANÁLISIS EXTERNO	O	OPORTUNIDADES	A
O1		Rápido crecimiento en el sector ganadero	A1	Nuevo competidores
O2		Retroalimentación permanente disponible para consultas en cualquier momento	A2	Cambio de tecnologías
O3		Implementación de estrategias de marketing	A3	Condiciones climáticas que afectan la hora de entrada de los animales a la subasta
O4		Desarrollo del uso de herramientas digitales en las distintas modalidades en la compra y venta de ganado	A4	Compra directa a proveedores o finqueros
O5		Fidelizar nuevos clientes con la experiencia de los servicios brindados	A5	Inseguridad en la zona rural

Fuente: Elaboración propia.

DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 2. Elaborar estrategias de marketing basadas en el análisis del entorno digital que permitan incrementar accesibilidad, visibilidad y participación mediante la subasta electrónica.**

DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS 2.

- ❖ Envío de correos electrónicos y líneas de WhatsApp a los usuarios de la programación y lista de lotes de la subasta.
- ❖ Creación de una lista de difusión para fidelizar a los clientes compartiendo contenido de interés, e informando sobre los servicios.
- ❖ Fundar una línea de chat de atención para los clientes y proveedores para novedades, actualización de datos e información precisa de la subasta.

DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS 2.

- ❖ Optar métodos que nos permitan el reconocimiento y posicionamiento de la App Sugaberrio.
- ❖ Elaborar un monitoreo de resúmenes de los precios de subasta que permita visualizar la competencia activa dentro del mercado.
- ❖ Realizar entrevistas online esporádicamente con los proveedores donde se brinde información sobre las inconsistencias y percances que pueden generar pérdidas del animal.

DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS

3. Generar un plan de acción, para la implementación de las estrategias diseñadas.

Tipo de estrategia	Descripción estrategia	Planes de acción	Responsable	Fecha Inicio	Fecha Fin
F3-04	Envío de correos electrónicos y líneas de WhatsApp a los usuarios de la programación donde se encuentre la lista de lotes y fechas de la subasta.	Definir y diseñar campañas publicitarias por correos electrónicos.	Auxiliar Administrativo	15/08/2024	22/08/2024
F2-O1	Fundar una línea de chat de atención para los clientes y proveedores para novedades, actualización de datos e información precisa de la subasta.	Establecer la difusión en línea que se encargue de brindar respuestas inmediatas a nuestros clientes.	Auxiliar Comercial	27/08/2024	26/09/2024

F1-O4	Pautar con medios digitales alternativos (influenciadores, marcas o empresas reconocidas, etc.).	Comenzar a seguir personas, empresas y grupos relevantes que puedan ayudar a aumentar el número de seguidores.	Auxiliar de comunicaciones	08/09/2024 4	28/09/2024
F4-O2	Realizar charlas con personal profesional capacitado a los proveedores y compradores sobre temas de asesorías contables y tributarias.	Actualizar la información del contenido (sobre la empresa, contactos, noticias y asuntos tributarios, etc.)	Director comercial	11/09/2024	14/09/2024
F2-O2	Creación de un podcast con invitación exclusiva a los proveedores y clientes potenciales donde se aborden temas de retroalimentación para los nuevos y pequeños ganaderos.	Crear contenido y soporte audiovisual con una empresa determinada y dedicada a esto.	Director de eventos especiales	16/09/2024	15/11/2024

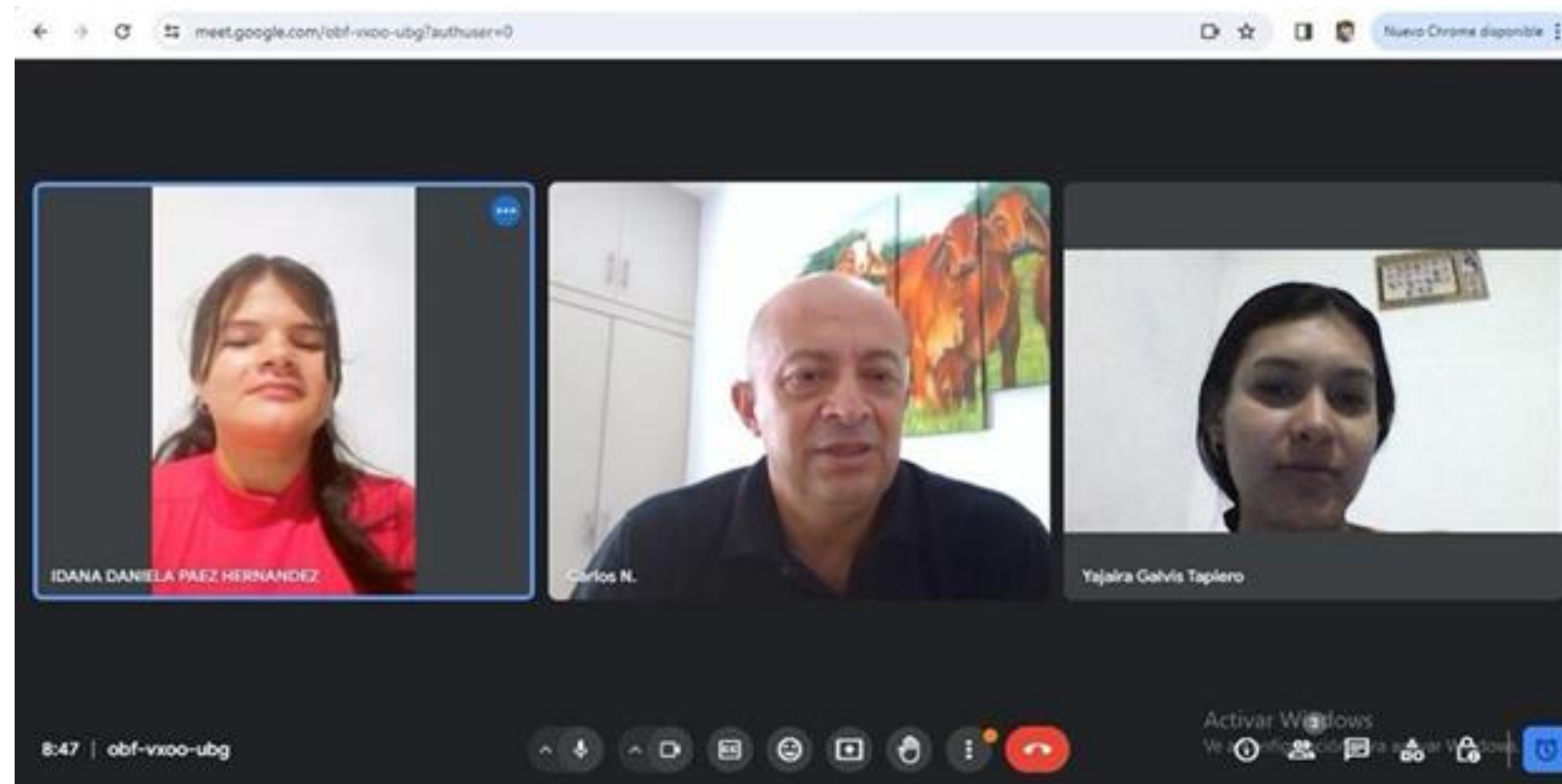
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con la implementación de un plan estratégico de marketing digital, Sugaberrio S.A. busca mejorar la experiencia del usuario, aumentar la fidelidad de los clientes y expandirse a nivel nacional, asegurando así el éxito de sus subastas electrónicas; concienciar a aquellos usuarios que no conocen la red, realizando capacitaciones tecnológicas a campesinos, ganaderos, e hijos.

Se recomienda que la empresa implemente la coherencia, seguimiento y actualización del plan propuesto. Es importante que la organización crezca no solo externamente (nuevas empresas, clientes) sino también internamente (nuevas áreas dentro de la empresa), porque el campo en el que opera cambia tanto que requiere un equipo de marketing muy fuerte y constante.

APÉNDICES

Entrevista virtual con el Gerente General de Sugaberrio.



APÉNDICES

Gerentes de la empresa Sugaberrio.



Referentes teóricos

- Marketing Digital y Estrategias de Comunicación:
Chaffey & Ellis-Chadwick (2019)
Ryan (2016)
- Investigación Cualitativa:
Báez (2009)
Bogdan (1986)
- Diseño de Investigación:
Sampieri y Hernández (2014)

**El marketing digital no es el arte de
vender lo que produces, sino de saber
qué producir.**

Philip Kotler.

BIBLIOGRAFIA

- ❖(OCEE), L. O. (1950). MARCO TEÓRICO. Europa:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lii/rojas_b_js/capitulo3.pdf.
- Adams, Finn, Moes, Flannery, & Rizzo. (2009). The virtual reality classroom. *Childneuropsychology*, 15, 120-135.
- al., V. e. (2018). Redes sociales. [file:///D:/Descargas/Dialnet-ElMarketingDigital-8383788%20\(1\).pdf](file:///D:/Descargas/Dialnet-ElMarketingDigital-8383788%20(1).pdf).
- al., Z. M. (2021). MARCO TEÓRICO .
file:///D:/Descargas/Uso_de_las_redes_sociales_como_herramienta_de_gest.pdf.
- Andrews, K. R. (1977). El concepto de estrategia en la empresa. España:
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6761/09CAPITULO7.pdf>.



**Universidad
Popular del Cesar**
Seccional Aguachica



**ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

¡Gracias!