|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ficha técnica de la propuesta | | | | | | | |
| **Título**: Implementación de un Plan marketing digital para la óptica “Lunettes Centro visual” y Transformación Digital ubicada en el Municipio de Bucaramanga, en el año 2023 | | | | Fecha: | | | |
| Día  18 | | Mes  04 | Año  2023 |
| Código de la propuesta: 65-128 | | | | | | | |
| Modalidad del Trabajo de Grado | | | | | | | |
| Proyecto:  Proyecto de  Investigación ☐ | Desarrollo Tecnológico:  ☐ Desarrollo de  Software  ☐ Planta Piloto  ☐ Esquema Circuito  Integrado  ☐ Signos Distintivos | Monografía  ☐ Teórica  ☐ Análisis  ☐ Sistematización de Experiencias | | | Emprendimiento  ☐ Casos de Estudio  ☐ Planes de Negocio  ☐ Fortalecimiento  Empresarial | | |
| Facultad: FCNI\_\_X\_\_\_ FCSE\_\_\_\_\_ Grupo de Investigación: Semillero Azul  Programa Académico: Tecnología en Desarrollo de Sistemas Operativos  Ciudad: Bucaramanga | | | | | | | |
| Juan Sebastián Rubiano Romero  Email: jsrubiano@uts.edu.co | | | Cédula: 1.098.790.912  Teléfono: 319 719 6660 | | | | |
| Director: Julián Barney Jaimes Rincon | | | Programa: Tecnología en Desarrollo de Sistemas Operativos | | | | |
| Codirector: | | | Programa: | | | | |
| Información sobre el pago de los derechos Pecuniarios | | | | | | | |
| Juan Sebastián Rubiano Romero  Número del LQ (consignación). Entidad Bancaria. Valor: $348.000. Fecha:21/02/2023  Nota: Anexar evidencia de envió de la copia de consignación al correo institucional del programa | | | | | | | |
| **CONTENIDO DE LA PROPUESTA** | | | | | | | |
| **Descripción del problema**  Según lo mencionado por (Zambrano, E. & Ormaza, C., 2020), en la actualidad, muchos de los emprendimientos suelen experimentar diversas falencias en áreas como atención al cliente, categorización de productos, innovación, logística en el sistema de inventarios y stock (uno de los principales inconvenientes), entre otros. Como en este caso la óptica “Lunettes Centro visual”, la cual ha venido presentando problemas recurrentes a nivel interno, lo que ha generado molestias en el público objetivo.  Lo anterior como consecuencia de la evidente falta de organización, estandarización y logística en los diferentes procesos que van desde la falta personal, capacitación del personal y sistematización de los sistemas de inventario, los cuales se venían implementando de manera manual. En este sentido, dichos factores previamente mencionados están ocasionando una pérdida progresiva de las utilidades.  De acuerdo con (Alfaro, P., 2020) la estandarización y regulación de los procesos en una empresa son fundamentales para garantizar que todas las áreas de la organización funcionen de manera eficiente y consistente. Estos procesos establecidos y regulados permiten una mejor coordinación entre los departamentos y ayudan a mantener un nivel de calidad y seguridad en los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes.  La empresa Lunettes Centro visual está constituido bajo una estructura familiar, la cual lleva en el mercado una duración de más de 4 años, destacándose por la comercialización de productos ópticos (gafas, marcas y accesorios) de excelente calidad.    En vista de lo mencionado anteriormente, se ha planteado la realización de una investigación de mercado con el fin de identificar las diferentes falencias presentes dentro de la empresa. Con base en ello, se ha formulado la siguiente pregunta, **¿Cómo una propuesta de marketing digital y sistematización de los procesos puede contribuir a una mayor visibilidad e incremento de las utilidades de la empresa Lunettes centro visual?**  **Justificación**  De acuerdo con (Ladines, R., 2018) el desarrollo de un plan de mejora es fundamental para el crecimiento tanto interno como externo de cualquier tipo de emprendimiento, independientemente de su tamaño, como es el caso de la óptica Lunettes Centro visual, esto a razón que les permitirá identificar y abordar los problemas centrales que han surgido en los últimos meses, especialmente en las áreas de logística, inventarios y stock. En este sentido, la creación de un plan estratégico les permitirá reorganizar los procesos necesarios y tomar decisiones efectivas para mejorar su posición en el mercado.  Según lo mencionado anteriormente, se podría afirmar que esta investigación tendrá un impacto beneficioso tanto a nivel interno como externo de la empresa Lunettes Centro visual, lo cual promoverá un mayor aumento de las ganancias, una mejor organización al momento manejar el inventario, mejora en las relaciones con los proveedores y, en general, una mayor satisfacción de los clientes (Cruz, P. & Rodríguez, R. , 2023)  Por otro lado, de acuerdo con (Villlavicencio, D. & Bernabeu, E., 2018), este tipo de estudio será de gran ayuda para diversas empresas, ya que este tipo de problemáticas identificadas se presentan constantemente tanto en pequeños o medianos emprendimientos que si no se manejan adecuadamente pueden generar efectos negativos para la empresa, tales como la disminución de las ganancias, declive en el posicionamiento de la marca, así como el aprovechamiento de clientes por parte de la competencia.  Por último, la investigación tiene un alcance social, en el sentido de que brindará apoyo y seguimiento a la empresa Lunettes Centro visual, así como un alcance económico, ya que permitirá evaluar las falencias encontradas dentro de la empresa estudiada para establecer las estrategias adecuadas que ayuden a reducir las pérdidas.  **Objetivo General**  Implementar un plan marketing digital a la empresa “Lunettes centro visual” ubicada en el Municipio de Bucaramanga con el propósito de generar un fortalecimiento empresarial a través de la sistematización de los procesos  **Objetivos específicos**   * Investigar las técnicas de Marketing Digital actualmente se implementan en el mercado. * Definir la situación actual de la empresa y un plan de transformación digital de marca. * Diseñar un plan de Marketing Digital para la Empresa Optica Lunettes. * Evaluar resultados del Plan de Marketing y la transformación digital en la empresa.   **Estado del Arte**  En esta sección se mencionarán algunos estudios relacionados con el fortalecimiento empresarial mediante la sistematización de procesos, considerando diferentes factores, como lo es la logística y control en el sistema de inventarios y stock, atención al cliente, categorización de productos, innovación, entre otros.  Para (Duque, L., 2021), en su estudio *Desarrollo de la sistematización del manual de procedimiento para el control y manejo de inventario en Depósito Los Hoyos SAS*, se evidencio que dentro de la empresa existía una notable falta de personal, así como una estrategia de trabajo insuficiente para cubrir las necesidades del lugar, lo que resultaba en problemas en el manejo y control del inventario, reflejándose de esta manera tanto en la entrada de mercancía adquirida como en el registro de salidas, debido a que no había una estandarización adecuada de este proceso clave. Por ende, esta situación estaba afectando la eficacia tanto del proceso de compras como de ventas. Razón por la cual vieron la necesidad de implementar medidas para mejorar la gestión del inventario y así evitar dichas dificultades.  En palabras de (Alfaro, S. & Martínez, H., 2021), en su estudio Propuesta de fortalecimiento del control en la gestión de los inventarios de materia prima, producto en proceso y terminado de la empresa GLOBAL KEMICAL, S.A. durante el año 2021, en el cual se pudieron identificar diversas debilidades en los procedimientos actuales, demostrando que estos podían adaptarse a nuevas estrategias y procedimientos mediante herramientas como la observación in situ y la recopilación de información, llegando a la conclusión de que algunos de los procedimientos aplicados eran realmente obsoletos o no se aplicaban correctamente, lo que causaba diferencias en los inventarios y pérdidas para la empresa. Razón por la cual, se propuso una solución para fortalecer el control en la gestión de inventarios, formulando una serie de conclusiones y recomendaciones con el fin de brindar a la empresa una visión amplia de sus procesos y tomar decisiones para desarrollarlos de manera óptima y eficiente.  Finalmente, es importante destacar la necesidad de llevar a cabo más investigaciones sobre el fortalecimiento empresarial centrado a la sistematización y control de inventarios en empresas de diferentes tamaños, tanto a nivel nacional como regional. En este sentido, esto permitiría un análisis más detallado, así como encontrar soluciones para los problemas previamente identificados dentro la organización mediante la implementación de diferentes estrategias y alternativas que permitan alcanzar las metas establecidas.  **Fundamento Teórico**  **Fortalecimiento empresarial**  De acuerdo con (Cruz, B. & Benítez, V., 2023) el fortalecimiento empresarial es un proceso que permite a las organizaciones mejorar su capacidad para competir en un mercado cada vez más exigente, mediante la implementación de estrategias que permitan optimizar sus recursos, mejorar sus procesos, aumentar su productividad y rentabilidad, y satisfacer las necesidades de sus clientes.  Mientras que para que (Preciado,A. & Ruiz, D., 2021) El fortalecimiento empresarial no es solo una cuestión de aumentar las ventas y los beneficios, sino de crear valor para todas las partes interesadas, incluyendo empleados, clientes, proveedores y la comunidad en general. Siendo este un factor esencial para el éxito a largo plazo de cualquier organización.  **Marketing digital**  Según (Terranova, K., Villota, J., Tenorio, G. & Mayorga, L. , 2019) El marketing digital es una disciplina del marketing que utiliza herramientas y técnicas digitales para promover productos o servicios en línea. Por otro lado, también se podría decir que es el conjunto de estrategias enfocadas en la promoción de una marca o empresa en el entorno digital, a través de canales como redes sociales, correo electrónico, motores de búsqueda y sitios web.  Para (Cudriz, E. & Corrales, J. , 2020) La importancia del marketing digital radica en su capacidad para llegar a un público masivo, alcanzar una audiencia global y conectarse con ellos de manera efectiva. Además, permite medir y analizar los resultados de las campañas en tiempo real, lo que permite a los mercadólogos ajustar las estrategias para obtener mejores resultados.  **Sistematización y control de inventarios**  De acuerdo con (Sánchez, B.,Domínguez, J., Almaguer,G. & Trejo, A., 2023) La sistematización y control de inventarios es esencial para cualquier empresa que quiera asegurarse de que sus recursos estén disponibles en el momento y lugar adecuados, minimizando así los costos y maximizando la eficiencia en sus operaciones diarias.  En este sentido, para (Restrepo, M., González, C. & Serna, D. , 2020) La sistematización y control de inventarios es un proceso que involucra la planificación, organización y seguimiento constante de los productos y materiales que una empresa maneja, garantizando que siempre haya disponibilidad de los mismos y evitando faltantes o excesos.  **Emprendimientos**  De acuerdo con (Pacheco, R, Rojas, M. & Hernández, P., 2022) Un emprendimiento es un proceso de transformación que comienza con una idea innovadora y termina con la creación de una nueva empresa o proyecto que genera valor económico y social. Los emprendimientos requieren de habilidades empresariales, creatividad, innovación y liderazgo para alcanzar el éxito en el mercado.  Para (Borja, A., Carvajal, H. & Vite, H. , 2020) Los emprendimientos representan la base de la economía mundial, ya que son la fuente principal de innovación, crecimiento económico y creación de empleo. Los emprendedores son personas visionarias que identifican oportunidades en el mercado y desarrollan nuevas empresas o proyectos para capitalizarlas  **Categorización de productos**  De acuerdo con (Vasquez, E., Ruiz, D & Martinez, J., 2020) La categorización de productos es la práctica de clasificar productos en grupos que comparten características similares. Este proceso permite a los minoristas organizar mejor sus productos y presentarlos de una manera que sea fácil para los consumidores encontrar lo que necesitan.  Mientras que para (Álvarez, C., Figueras, M. & Medina, B., 2021) La categorización de productos es un proceso importante para cualquier negocio que venda productos. Agrupar los productos en categorías y subcategorías ayuda a los clientes a encontrar fácilmente lo que están buscando y mejora la eficiencia del negocio al ordenar el inventario y simplificar el proceso de compra.  **Resultados esperados**  Implementación del Plan de Marketing Digital.  Resultados de la Transformación Digital y el Marketing Digital en la Óptica.  Entrega del documento final y todas sus evidencias.  Entrega de manual de implementación de técnicas de marketing digital  Entrega de contenido multimedia como lo son videos donde se demuestra la transformación digital y el plan de marketing digital.  **Plan de actividades**   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | Actividad (Semanal) | ABRIL | | | | MAYO | | | | JUNIO | | JULIO | | S1 | S2 | S3 | S4 | S5 | S6 | S7 | S8 | S9 | S10 | S11 | | Desarrollo de la Propuesta |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | Envío de la propuesta al comité de grado |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | Respuesta del comité |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | Exploración de información para entrega del proyecto final |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | Inicio fabricación del proyecto |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | Revisión del proyecto por parte del director |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | Entrega del documento Final para evaluación |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | Sustentación del trabajo de grado |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | Entrega final |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  Referencias Bibliográficas Alfaro, P. (2020). *Estandarización de los procesos de mix y batido para mejorar la eficiencia de una planta de producción de helados.* Lima, Peru : Universidad Mayor de San Marcos.  Alfaro, S. & Martínez, H. (2021). *Propuesta de fortalecimiento del control en la gestión de los inventarios de materia prima, producto en proceso y terminado de la empresa GLOBAL KEMICAL, SA durante el año 2021.* Costa Rica: Universidad Tecnica Nacional.  Álvarez, C., Figueras, M. & Medina, B. (2021). Evolución de la heteronormatividad a partir de una categorización de los estereotipos de género: análisis de los videoclips musicales más populares. . *El Profesional de la información.* , 30.  Borja, A., Carvajal, H. & Vite, H. . (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. . *Revista ESPACIOS. ISSN, 798, 1015*.  Cruz, B. & Benítez, V. (2023). *Fortalecimiento empresarial enfocado al reposicionamiento de mercado. caso Óptica Santa Lucía.* Corporacion Universitaria Unitec.  Cruz, P. & Rodríguez, R. . (2023). *Análisis y plan de mejora de satisfacción laboral en la Empresa LOTELHSA, 2017.* Corporacion Universitaria Unitec.  Cudriz, E. & Corrales, J. . (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. . *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16(30).  Duque, L. (2021). *Desarrollo de la sistematización del manual de procedimiento para el control y manejo de inventario en Depósito Los Hoyos SAS .* Antioquia: Corporación Universitaria Minuto de Dios.  Ladines, R. (2018). *Diseño de plan de mejora para gestión administrativa aplicada a empresa Lubrilad .* Guayaquil: Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas.  Pacheco, R, Rojas, M. & Hernández, P. (2022). Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario. *Formación universitaria*, 15(1), 135-144.  Preciado,A. & Ruiz, D. (2021). *Fortalecimiento Empresarial Del Área Administrativa Para Natural Way Ciencia Fitness Ubicada En El Municipio De Facatativá.* Facatativa: Universidad de Cundinamarca.  Restrepo, M., González, C. & Serna, D. . (2020). El control interno de los inventarios: su incidencia en la gestión financiera de “Due Amici Pizzería”. . *Revista Activos*, 18(2), 137-163.  Sánchez, B.,Domínguez, J., Almaguer,G. & Trejo, A. (2023). Desarrollo de sistema web para sistematización y control de productos perecederos. *XIKUA Boletín Científico de la Escuela Superior de Tlahuelilpan*, 11(21), 16-25.  Terranova, K., Villota, J., Tenorio, G. & Mayorga, L. . (2019). El marketing digital en las empresas de Ecuador. . *Revista Ciencia e Investigación*, 4(1), 1-10.  Vasquez, E., Ruiz, D & Martinez, J. (2020). Influencia de la categorización de productos de consumo en las ventas digitales: El efecto mediador de la tasa de conversión Influence of consumer product categorization on digital sales: The mediating effect of conversion rate. *European Journal of Applied Business Management*, 6(4), 1-14.  Villlavicencio D, S. V. (2018). Metodología para elaborar un plan de mejora continua. *Investigación y pensamiento crítico* , (1), 50-56.  Zambrano, E. & Ormaza, C. (2020). Proceso administrativo de fortalecimiento a los emprendimientos de comerciantes de la calle Alajuela de Portoviejo. . *Domino de las Ciencias*, 6(3), 467-486. | | | | | | | |
| **REJILLA DE EVALUACIÓN** | | | | | | | |
| Las UTS agradecen al docente evaluador por su participación en los procesos académicos. Por favor diligencie el siguiente formato para la evaluación de la propuesta de trabajo de grado. En la rejilla de evaluación establezca el cumplimiento de los indicadores marcando con una “x” en cada ítem de acuerdo al resultado de la revisión que realizó. Al finalizar encontrará una sección para relacionar las observaciones. Es importante aclarar que para emitir el concepto de “Aprobado”, se deben cumplir todos los criterios que aplican para la modalidad que se está evaluando.   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | **INFORMACIÓN GENERAL DE LA PROPUESTA DE TRABAJO DE GRADO** | | | | | | Fecha | día/mes/año | Código de la propuesta | |  | | Modalidad | ☐ Proyecto de Investigación ☐ Monografía ☐ Desarrollo Tecnológico ☐ Seminario  ☐ Emprendimiento | | | | | Modalidad Específica | (Describa de forma precisa el sub tipo de la modalidad utilizado, como se describe en la Ficha Técnica de la Propuesta) | | | | | Titulo |  | | | | | Estudiantes |  | | | | | Facultad | ☐ FCNI ☐ FCSE | Programa(s) |  | | | **DATOS DEL EVALUADOR** | | | | | | Nombre | Martha Lizette Massey Galvis | | | | | Facultad | X☐ FCNI ☐ FCSE | Programa | Ingeniería de Sistemas | |  | **REJILLA DE EVALUACION DE LA PROPUESTA DE TRABAJO DE GRADO** | | | | | --- | --- | --- | --- | | CRITERIOS | INDICADORES | Cumple | | | SI | NO | | Ficha técnica | ¿La ficha técnica relaciona toda la información requerida? | X |  | | Descripción del problema | ¿Cumple el máximo de 20 líneas? | X |  | | ¿Describe claramente la problemática a resolver? | X |  | | ¿Se evidencia la pregunta concreta de investigación? (expresa la relación entre dos o más variables) | X |  | | ¿Se ilustran citas bibliográficas en la redacción texto relevantes con respecto a la problemática? | X |  | | Justificación | ¿Se evidencia por qué se debe realizar este trabajo de grado? | X |  | | ¿Se argumenta la necesidad, la conveniencia, las implicaciones tecnológicas, sociales, económicas, entre otras?, es decir el para qué del trabajo a desarrollar? | X |  | | ¿Genera un aporte al desarrollo de la investigación o al DTeI, del grupo de investigación o de las UTS? | X |  | | Objetivos | ¿El objetivo general plantea una solución clara la problemática? | X |  | | En el objetivo general y los específicos se evidencia: el ¿qué? ¿Cómo? y el ¿Para qué? | X |  | | ¿El objetivo general tiene relación con el título de la propuesta de trabajo de grado? | X |  | | ¿Hay relación entre el cómo del objetivo general y los objetivos específicos? | X |  | | ¿Se mantiene un orden cronológico en los objetivos específicos? | X |  | | Estado del arte | ¿Se referencian otros casos o estudios a nivel nacional e internacional relacionados con el tema? | X |  | | ¿Se manejan las citas de acuerdo a la norma APA vigente? | X |  | | Fundamento Teórico | ¿Se evidencian los diferentes fundamentos teóricos, en el desarrollo de la propuesta de trabajo de grado? | X |  | | ¿Los fundamentos teóricos son coherentes con la solución de la problemática? | X |  | | Resultados esperados | ¿Se definen los resultados que se quieren obtener de acuerdo a la metodología planteada? | X |  | | Plan de actividades | ¿El tiempo de duración total del trabajo de grado está acorde con lo estipulado en el Reglamento de Trabajo de Grado? | X |  | | ¿La duración planteada para cada actividad es razonable? | X |  | | ¿Las actividades planteadas son las necesarias para cumplir con el objetivo general del trabajo de grado? | X |  | | Referencias bibliográficas | ¿Las referencias aplican el estándar APA de la edición vigente? | X |  | | Resumen de similitud | El resultado del informe de similitud evidencia un porcentaje de similitud entre el 0 y 10% (VER ANEXO A) | X |  |  |  | | --- | | OBSERVACIONES GENERALES | |  | | CONCEPTO FINAL (Aprobado, No Aprobado o Aplazado). | | Aprobado |  |  |  | | --- | --- | | NOMBRE  FIRMA DEL DIRECTOR | NOMBRE: Martha Lizette Massey Galvis    FIRMA DEL EVALUADOR | | FECHA DE RECIBIDO COMITÉ DE TRABAJOS DE GRADO | FECHA DE EMISIÓN DEL CONCEPTO COMITÉ DE TRABAJOS DE GRADO: | | **ESPACIO PARA SER DILIGENCIADO POR EL COMITÉ DE TRABAJO DE GRADO** | | | Concepto Emitido: \_\_\_Aprobada \_\_\_Aplazada \_\_\_Rechazada  Observaciones:  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Fecha de aprobación: día/mes/año/  Firma Estudiante1 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Firma Estudiante2 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Firma Estudiante 3 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Director: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Coordinador del programa: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Fecha de notificación al estudiante:  Fecha de inicio: día/mes/año Fecha de finalización del TG: día/mes/año (180 días a partir de la notificación de la aprobación al estudiante)  Prórroga 1: día/mes/año Prórroga 2: día/mes/año Prórroga 3: día/mes/año | | | | | | | | | |