

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Negocios Internacionales

Informe Final de Prácticas Profesionales

Marrocar S.A.S.

Feria del Brasier y Solo Kuko's

Realizado por: Maria Fernanda Mendoza Ortiz

Programa: Profesional en Negocios Internacionales

Fecha de entrega: Martes, 28 de julio de 2026

Medellín, Colombia

Resumen

El presente informe expone las actividades desarrolladas durante la práctica profesional realizada en Marrocar S.A.S. – Feria del Brasier y Solo Kuko's, en el área de Canales Alternativos, como requisito para optar al título de Profesional en Negocios Internacionales de la Universidad Santo Tomás. Durante el período comprendido entre el 2 de febrero y el 1 de agosto de 2026, se ejecutaron funciones relacionadas con el análisis comercial, seguimiento de indicadores de ventas, gestión de clientes, apoyo al comercio electrónico, administración de catálogos digitales y creación de contenido para plataformas como TikTok y Marketplace.

Estas actividades fortalecieron competencias en gestión administrativa, marketing digital, análisis comercial y posicionamiento de marca. Asimismo, permitieron identificar oportunidades de mejora enfocadas en el ambiente laboral y la creación de contenido digital, proponiendo el mantenimiento del sistema de aire acondicionado y la adquisición de herramientas tecnológicas para optimizar la producción audiovisual y fortalecer la estrategia comercial digital de la organización.

Este informe evidencia la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la formación en Negocios Internacionales y el aporte realizado en un entorno empresarial, integrando aspectos administrativos, comerciales y tecnológicos.

Palabras clave: prácticas profesionales, canales alternativos, marketing digital, comercio electrónico, indicadores de ventas, plan de mejora.

Agradecimientos

Expreso mi más sincero agradecimiento a Dios por brindarme la fortaleza y la oportunidad de culminar esta importante etapa de mi formación profesional.

Agradezco a la Universidad Santo Tomás por la formación académica y humana recibida, la cual me permitió desarrollar las competencias necesarias para enfrentar los retos del ámbito empresarial.

De igual manera, agradezco a Marrocar S.A.S. – Feria del Brasier y Solo Kuko's por confiar en mí y brindarme la oportunidad de realizar mi práctica profesional en el área de Canales Alternativos. Expreso un especial reconocimiento a mi jefe inmediato, Sebastián Hernández Tobón, a Isabela Hinestroza Díaz y a todo el equipo de trabajo por su orientación, apoyo y disposición para compartir sus conocimientos durante este proceso.

Finalmente, agradezco a mi familia por su apoyo incondicional, a Liliana Gutiérrez mi prima por brindarme la oportunidad de iniciar y culminar mi formación profesional, confiando en mí y apoyando este camino de crecimiento, a mi compañera de universidad, Karen Yulieth Moreno Bran, por acompañarme durante esta etapa, y a José David Cadavid por su amor, apoyo constante y por motivarme a reconocer mi potencial, acompañándome con confianza y dedicación durante este proceso. También dedico un recuerdo especial a mi mascota Bonco, quien estuvo a mi lado durante muchas noches de estudio y esfuerzo.

Introducción

Las prácticas profesionales representan una etapa fundamental en la formación académica, ya que permiten aplicar los conocimientos adquiridos en un entorno empresarial real, fortaleciendo competencias profesionales, personales y éticas.

Este informe presenta la experiencia desarrollada en Marrocar S.A.S. – Feria del Brasier y Solo Kuko's, específicamente en el área de Canales Alternativos, encargada del apoyo a los canales digitales y comerciales de la organización. Durante la práctica se realizaron actividades relacionadas con el seguimiento de indicadores de ventas, análisis comercial, actualización de bases de datos, administración de plataformas digitales, apoyo al comercio electrónico y creación de contenido para redes sociales, fortaleciendo habilidades en gestión de la información, marketing digital y análisis comercial.

Asimismo, la práctica permitió identificar oportunidades de mejora en las condiciones del ambiente laboral y en los recursos tecnológicos para la producción de contenido audiovisual. Como respuesta, se plantea un plan de mejora orientado a optimizar el entorno de trabajo y fortalecer la estrategia de comunicación digital de la empresa.

Finalmente, el informe expone el análisis de la organización, el diagnóstico del área de práctica, los objetivos, la propuesta de mejora y los principales aportes realizados, evidenciando la aplicación de los conocimientos adquiridos en el programa de Negocios Internacionales y el desarrollo de competencias para el ámbito empresarial.

Índice

1 Aspectos Generales.....	6
1.1 Misión, Visión y Valores	6
1.2 Ubicación Geográfica	7
2 Estructura Organizacional.....	7
2.1 Unidad o Departamento de Práctica	7
2.1.1 Análisis DOFA	8
3 Planteamiento del Plan de Mejora.....	10
3.1 Planteamiento Central.....	10
3.2 Importancia, Limitaciones y Alcances.....	10
3.3 Objetivos del Plan de Mejora.....	11
4 Contenido del Plan de Mejora.....	12
4.1 Propuesta de Mejora	12
4.2 Justificación de la Propuesta	12
4.3 Beneficios Esperados.....	13
4.4 Recursos Necesarios	13
4.5 Conclusiones y Recomendaciones.....	13
4.6 Bibliografía	14
4.7 Anexos	15
5 Seguimiento de la Práctica Profesional	16
5.1 Programación de Actividades.....	16
5.2 Aporte Realizado a la Empresa	19
5.3 Cronograma del Plan de Mejora.....	19

5.4 Reflexión Final.....	21
--------------------------	----

PARTE II: LA EMPRESA

1 Aspectos Generales

Marrocar S.A.S., reconocida comercialmente como FERIA del Brasier y Solo Kuko's, es una empresa colombiana dedicada al diseño, confección, comercialización y distribución de prendas íntimas, ropa de descanso, vestidos de baño y otros productos del sector textil. Su presencia en el mercado nacional se ha consolidado a través de tiendas físicas, canales digitales y plataformas de comercio electrónico, ofreciendo un amplio portafolio para diferentes segmentos de clientes.

La organización ha fortalecido su estrategia de transformación digital mediante el desarrollo de canales alternativos de venta, herramientas tecnológicas y redes sociales, mejorando su posicionamiento de marca y la experiencia de compra. En 1995 creó su marca propia Mujer Latina, ampliando su portafolio y fortaleciendo su presencia en el mercado.

La práctica profesional se desarrolló en la sede administrativa de Medellín, ubicada en el edificio Marrocar, donde operan las principales áreas administrativas, comerciales, tecnológicas y creativas de la empresa.

1.1 Misión, Visión y Valores

Misión: Diseñar, producir y comercializar prendas íntimas, ropa de descanso, vestidos de baño y productos complementarios con altos estándares de calidad, innovación y servicio, generando valor para clientes, colaboradores y proveedores, y contribuyendo al desarrollo del sector textil colombiano.

Visión: Consolidarse como una empresa líder del sector textil en Colombia, fortaleciendo su presencia en mercados nacionales e internacionales mediante la innovación, la transformación digital y la excelencia en el servicio al cliente.

Valores corporativos: Durante la práctica profesional se evidenció una cultura organizacional basada en el compromiso, la responsabilidad, el trabajo en equipo, el respeto, la honestidad, la innovación, la orientación al cliente, la calidad, el cumplimiento y la mejora continua.

1.2 Ubicación Geográfica

Marrocar S.A.S. cuenta con puntos de venta y sedes administrativas en diferentes ciudades de Colombia. La práctica profesional se desarrolló en la sede administrativa ubicada en la Carrera 48 #35-74, Edificio Marrocar, en Medellín, Antioquia. Desde esta sede se coordinan los procesos administrativos, comerciales, tecnológicos y de producción que respaldan la operación de la empresa, gracias a su ubicación estratégica y facilidad de acceso.

2 Estructura Organizacional

Marrocar S.A.S. cuenta con una estructura organizacional distribuida por áreas funcionales que trabajan de manera coordinada para garantizar el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

En la sede administrativa de Medellín se concentran las áreas de recepción, Canales Alternativos, producción, administración y un espacio destinado a la producción audiovisual, capacitación y eventos internos.

2.1 Unidad o Departamento de Práctica

La práctica profesional se desarrolló en el área de Canales Alternativos, encargada de fortalecer la presencia comercial de la empresa a través de canales digitales y plataformas de comercio electrónico. Sus principales funciones incluyen la gestión de ventas digitales, seguimiento de indicadores comerciales, administración de catálogos y bases de datos, así como el apoyo en

marketing digital y creación de contenido. Además, trabaja de forma articulada con las áreas de Marketing, Tecnología, Ventas y Producción para fortalecer el posicionamiento de la marca y el crecimiento comercial.

2.1.1 Análisis DOFA

A continuación, se presenta el análisis DOFA del área de Canales Alternativos y la empresa en general, identificando los factores internos y externos que influyen en su desempeño y competitividad en el mercado:

Fortalezas	Oportunidades
• Excelente organización de las actividades y procesos internos. • Ambiente laboral colaborativo y orientado al trabajo en equipo. • Personal comprometido con el cumplimiento de metas comerciales. • Amplio reconocimiento de la marca Feria del Brasier y Solo Kuko's dentro del mercado nacional. • Portafolio amplio y diversificado de productos. • Precios altamente competitivos frente a otras empresas del sector. • Uso de múltiples canales de comercialización.	• Crecimiento continuo del comercio electrónico. • Incremento del uso de redes sociales como canal de ventas. • Implementación de herramientas de automatización para procesos administrativos. • Expansión hacia mercados internacionales. • Desarrollo de nuevas líneas de productos. • Mayor posicionamiento mediante estrategias de marketing digital.

• Seguimiento constante mediante indicadores de gestión. • Buena comunicación entre los diferentes equipos de trabajo.	• Aprovechamiento del contenido audiovisual para incrementar el alcance de la marca. • Uso de inteligencia artificial para optimizar campañas comerciales. • Fortalecimiento del canal de ventas mediante TikTok Shop.
Debilidades • Parte del contenido publicado en redes sociales presenta un alto nivel de repetición. • Varias actividades administrativas requieren procesos manuales en Excel. • Limitaciones en equipos tecnológicos destinados a la creación de contenido audiovisual. • El sistema de aire acondicionado presenta fallas constantes. • Las altas temperaturas ocasionan disminución en el rendimiento de equipos tecnológicos.	Amenazas • Alta competencia dentro del sector textil colombiano. • Aparición constante de nuevas marcas digitales. • Cambios en las preferencias del consumidor. • Incremento de la competencia internacional mediante plataformas de comercio electrónico. • Variaciones económicas que afectan el poder adquisitivo de los clientes. • Cambios en los algoritmos de redes sociales.

• Algunas funciones asignadas no corresponden directamente al perfil del cargo. • Dependencia de dispositivos personales para la grabación de contenido.	• Riesgo reputacional derivado de productos que eventualmente presenten problemas de calidad. • Competidores con mayores inversiones en marketing digital.
---	---

3 Planteamiento del Plan de Mejora

3.1 Planteamiento Central

Durante la práctica profesional en el área de Canales Alternativos de Marrocar S.A.S. – Feria del Brasier y Solo Kuko's, se participó en procesos relacionados con análisis de indicadores de ventas, actualización de bases de datos, comercio electrónico, gestión de plataformas digitales y creación de contenido para redes sociales. Esta experiencia permitió identificar fortalezas como el compromiso del equipo, la organización del área, el seguimiento de indicadores y el posicionamiento de la marca en el mercado colombiano.

Asimismo, se identificaron oportunidades de mejora relacionadas con las condiciones del ambiente laboral y los recursos tecnológicos. Se evidenciaron fallas en el sistema de aire acondicionado, las cuales generan altas temperaturas en las instalaciones, afectando la comodidad, la concentración y el desempeño de los colaboradores, además de ocasionar inconvenientes en algunos equipos tecnológicos (**Chiavenato, 2019**).

Por otra parte, se identificó la necesidad de fortalecer la producción de contenido digital mediante herramientas tecnológicas especializadas, debido a que actualmente se utilizan dispositivos con limitaciones técnicas que pueden afectar la calidad y eficiencia de las estrategias de marketing digital.

3.2 Importancia, Limitaciones y Alcances

Importancia: La práctica profesional permitió aplicar los conocimientos adquiridos en Negocios Internacionales dentro de un entorno empresarial real, fortaleciendo competencias en gestión administrativa, análisis comercial, manejo de indicadores, comunicación organizacional y marketing digital. El plan de mejora es relevante porque busca optimizar las condiciones laborales y fortalecer la creación de contenido digital como parte de la estrategia comercial de la empresa.

Limitaciones: Durante la práctica se identificaron limitaciones relacionadas con las condiciones ambientales del área, fallas en el sistema de aire acondicionado, recursos tecnológicos insuficientes para la producción audiovisual, uso de dispositivos personales y restricciones presupuestales para implementar mejoras inmediatas.

Alcances: El plan de mejora plantea recomendaciones aplicables progresivamente para mejorar el ambiente laboral, optimizar la producción de contenido digital, aumentar la productividad y fortalecer el posicionamiento de la marca mediante estrategias de comunicación más eficientes (Robbins & Judge, 2022).

Objetivos del Plan de Mejora Objetivo General:

Diseñar un plan de mejora para el área de Canales Alternativos de Marrocar S.A.S. – Feria del Brasier y Solo Kuko's, enfocado en fortalecer las condiciones laborales y optimizar los recursos tecnológicos para la producción de contenido digital, con el fin de mejorar la productividad, el bienestar de los colaboradores y la competitividad empresarial.

Objetivos Específicos:

1. Analizar las condiciones actuales del ambiente laboral y los recursos tecnológicos del área de Canales Alternativos.

2. Identificar oportunidades de mejora relacionadas con el bienestar del equipo y la creación de contenido digital.
3. Proponer estrategias para mejorar las condiciones laborales mediante el mantenimiento del sistema de aire acondicionado y la incorporación de herramientas tecnológicas.
4. Plantear acciones orientadas al fortalecimiento del marketing digital y la calidad del contenido publicado en los canales de comunicación de la empresa.

4 Contenido del Plan de Mejora

4.1 Propuesta de Mejora

Nombre del proyecto: Fortalecimiento del ambiente laboral y optimización de recursos tecnológicos para la producción de contenido digital en el área de Canales Alternativos de Marrocar S.A.S. – Feria del Brasier y Solo Kuko’s.

Se propone un plan de mejora enfocado en dos aspectos: el mantenimiento o renovación del sistema de aire acondicionado para mejorar las condiciones laborales, y la adquisición de herramientas tecnológicas para optimizar la creación de contenido digital. Estas acciones buscan aumentar la productividad, fortalecer la estrategia de marketing digital y mejorar el posicionamiento de la marca.

4.2 Justificación de la Propuesta

El éxito organizacional depende tanto de la calidad de sus productos como de las condiciones laborales y la capacidad de adaptación al mercado. En este contexto, el área de Canales Alternativos de Marrocar S.A.S. – Feria del Brasier y Solo Kuko’s cumple un papel estratégico mediante la gestión de comercio electrónico, atención al cliente, indicadores de ventas y creación de contenido digital.

Durante la práctica profesional se identificaron oportunidades de mejora relacionadas con el sistema de aire acondicionado y los recursos tecnológicos para producción audiovisual. Fortalecer estos aspectos permitirá mejorar el bienestar de los colaboradores, optimizar la productividad y potenciar la estrategia de marketing digital de la empresa.

4.3 Beneficios Esperados

La implementación de la propuesta permitirá mejorar el bienestar de los colaboradores, reducir fallas en equipos tecnológicos, aumentar la productividad del área de Canales Alternativos y optimizar la calidad del contenido digital. Asimismo, contribuirá al fortalecimiento del posicionamiento de la marca, el alcance en plataformas digitales y el cumplimiento de los objetivos comerciales de la organización.

4.4 Recursos Necesarios

- **Recursos humanos:** Áreas de Sistemas, Mantenimiento, Marketing Digital, Canales Alternativos y Gerencia Administrativa.
- **Recursos tecnológicos:** Sistema de aire acondicionado adecuado, equipos móviles, herramientas de grabación audiovisual, computadores con buen rendimiento y software de edición.
- **Recursos financieros:** Inversión definida según el presupuesto de la organización, orientada a mejorar la productividad y fortalecer la estrategia comercial.

4.5 Conclusiones y Recomendaciones

El desarrollo de la práctica profesional en Marrocar S.A.S. – Feria del Brasier y Solo Kuko's permitió aplicar conocimientos de Negocios Internacionales en áreas como análisis comercial, gestión administrativa, comercio electrónico y marketing digital. La experiencia evidenció la importancia de los canales digitales para el posicionamiento de la marca y permitió identificar

oportunidades de mejora relacionadas con el ambiente laboral y los recursos tecnológicos, contribuyendo al fortalecimiento de los procesos internos y la transformación digital de la organización.

Recomendaciones: Se recomienda continuar fortaleciendo la innovación y el uso de herramientas tecnológicas en el área de Canales Alternativos, realizar mantenimientos preventivos a los sistemas de climatización, mejorar los recursos para la creación de contenido digital y mantener el seguimiento de indicadores de gestión para apoyar la toma de decisiones y el mejoramiento continuo.

4.6 Bibliografía

<https://www.eltiempo.com/cultura/gente/la-historia-de-la-feria-del-brasier-y-solo-kukos-el-emprendimiento-nacido-en-medellin-y-que-ya-es-tradicion-el-31-de-diciembre-3520702>

<https://usantotomas.edu.co/hubfs/Acuerdo-54-de-2025-Modificacion-Reglamento-General-de-Posgrados-1.pdf?hsLang=en>

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). *Comportamiento organizacional* (19.^a ed.). Pearson.

<https://www.questionpro.com/blog/es/comportamiento-organizacional/>

<https://www.elcolombiano.com/negocios/empresas/la-historia-de-feria-del-brasier-y-solo-kukos-que-celebra-50-anos-JN25285963>

Chiavenato, I. (2019). *Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones* (10.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana.

4.7 Anexos

Instagram · ferielbrasiersolokukos
Más de 71,8 k seguidores

Feria del Brasier Solo Kukos (@ferielbrasiersolokukos)
Moldea tu figura con estilo y comodidad. En ferielbrasier.com.co. Moldea tu figura con estilo y comodidad.

Videos cortos



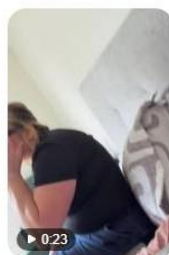
La Feria del Brasier y Solo Kukos: qué...

TikTok · ferielb...



La Feria del Brasier y Solo Kukos: Ropa de...

TikTok · ferielb...



Feria de Brasier y Solo Cucu: ¿Dónde Está?

TikTok · camilotr...



Más de 50 años de trayectoria, 130...

TikTok · ferielb...



☐	☆	Para: Salome, Adriana ...	IMPORTANTE pedidos de contado pendientes por pago - Maria Fernanda Mendoza Ortiz P...	17 jul
			 	
☐	☆	Para: Adriana, Salome ...	Cómo vamos - Maria Fernanda Mendoza Ortiz Practicante Canales Alternativos MARROCA...	17 jul
				
☐	☆	Para: Glenys 2	Recibidos FERIA DEL BRASIER - Carrito de compras - -- Practicante FB Marrocar SAS CR ...	16 jul
☐	☆	Para: Glenys 2	Recibidos FERIA DEL BRASIER - Carrito de compras - -- Practicante FB Marrocar SAS CR ...	16 jul
☐	☆	Para: Salome, Adriana ...	IMPORTANTE pedidos de contado pendientes por pago - Maria Fernanda Mendoza Ortiz P...	16 jul
			  	
☐	☆	Para: Salome, Adriana ...	Cómo vamos - Maria Fernanda Mendoza Ortiz Practicante Canales Alternativos MARROCA...	16 jul
				

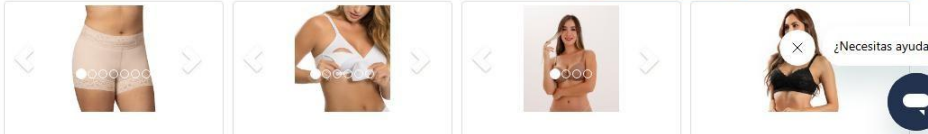
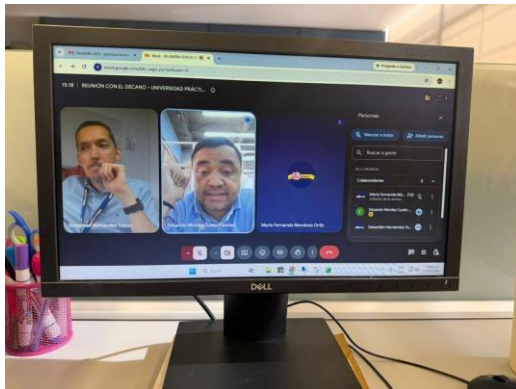
Productos en Multivende

Buscar producto Búsqueda avanzada

Usa el nombre, sku o marca de tu producto para encontrarlo

Cantidad de productos filtrados: 107

Actualización masiva Creación de productos

5 Seguimiento de la Práctica Profesional

5.1 Programación de Actividades

Ciclo	Actividades Desarrolladas	Logros Obtenidos	Dificultades Enfrentadas
I (Feb–Mar)	Proceso de inducción.	Adaptación rápida al equipo de	Adaptación a nuevas herramientas

	Conocimiento de los procesos del área. Capacitación en plataformas digitales. Elaboración de primeros indicadores de ventas. Seguimiento a clientes. Manejo inicial de Omnisend y Multivende.	trabajo. Comprensión de los procesos administrativos. Manejo adecuado de plataformas tecnológicas.	tecnológicas. Aprendizaje de los procesos internos.
II (Mar–Abr)	Elaboración diaria de indicadores. Actualización de bases de datos. Revisión de Marketplace. Verificación de catálogos. Actualización de referencias.	Mayor autonomía en el desarrollo de actividades. Disminución de errores en los reportes. Cumplimiento oportuno de las tareas asignadas.	Alto volumen de información por procesar. Procesos manuales que demandaban mayor tiempo.
III (May–Jun)	Producción de contenido para	Participación activa en campañas	Equipos limitados para

	TikTok. Organización de sesiones fotográficas. Elaboración de informes comerciales. Revisión de campañas digitales. Seguimiento de indicadores.	de marketing. Incremento de experiencia en creación de contenido. Desarrollo de habilidades comunicativas.	producción audiovisual. Condiciones ambientales poco favorables durante algunas jornadas.
IV (Jun–Ago)	Consolidación de indicadores. Actualización de Marketplace. Producción de contenido. Apoyo continuo a las estrategias digitales.	Cumplimiento de los objetivos establecidos para la práctica. Fortalecimiento de competencias administrativas y comerciales. Mayor dominio de herramientas digitales.	Fallas recurrentes del sistema de aire acondicionado. Sobrecalentamiento ocasional de los equipos tecnológicos. Limitaciones en equipos destinados a la creación de contenido.

5.2 Aporte Realizado a la Empresa

Durante la práctica profesional se apoyó al área de Canales Alternativos en el análisis de indicadores de ventas, actualización de bases de datos, seguimiento de clientes, gestión del Registro Nacional de Exclusión (RNE) y administración de campañas de comunicación. Además, se contribuyó en procesos de comercio electrónico mediante la actualización de catálogos, revisión de productos y gestión de información en plataformas digitales.

Asimismo, se participó en actividades de marketing digital, creación de contenido para TikTok, sesiones fotográficas y campañas promocionales, fortaleciendo la presencia digital de la marca y aportando al cumplimiento de los objetivos del área.

5.3 Cronograma del Plan de Mejora

Fase	Actividad	Responsable	Tiempo Estimado
Fase 1	Diagnóstico detallado de las condiciones ambientales y tecnológicas del área de Canales Alternativos.	Coordinador del Área / Área de Mantenimiento	2 semanas
Fase 2	Solicitud formal de mantenimiento preventivo o	Gerencia Administrativa / Área de Mantenimiento	2 a 4 semanas

	sustitución del sistema de aire acondicionado.		
Fase 3	Adquisición de herramientas tecnológicas para producción audiovisual: teléfono institucional, micrófonos, trípodes, iluminación LED y estabilizadores.	Gerencia Administrativa / Área de Sistemas	3 a 5 semanas
Fase 4	Elaboración del calendario mensual de contenido digital alineado con campañas comerciales y temporadas especiales.	Equipo de Marketing / Canales Alternativos	1 semana
Fase 5	Evaluación de resultados y medición de impacto en	Coordinador del Área	Continua

	productividad, bienestar y alcance digital.		
--	---	--	--

5.4 Reflexión Final

La práctica profesional en Marrocar S.A.S. – Feria del Brasier y Solo Kuko’s representó una etapa fundamental en mi formación como Profesional en Negocios Internacionales, permitiéndome aplicar conocimientos académicos y fortalecer habilidades como el trabajo en equipo, la comunicación y la adaptación al entorno empresarial.

El desarrollo de actividades relacionadas con comercio electrónico, indicadores comerciales, herramientas digitales y marketing digital fortaleció mi interés por esta área, permitiéndome comprender su importancia en el posicionamiento de marca y el crecimiento empresarial. Asimismo, durante los seis meses de práctica fue posible conocer los retos de una empresa del sector textil frente a la transformación digital y la implementación de nuevos canales de comercialización.

La experiencia permitió identificar oportunidades de mejora en el área de Canales Alternativos relacionadas con el ambiente laboral y los recursos tecnológicos, resaltando la importancia de contar con condiciones adecuadas para favorecer la productividad y el bienestar de los colaboradores. En conclusión, esta práctica permitió integrar la teoría con la experiencia laboral y fortalecer mi preparación profesional, especialmente en los campos del marketing y la gestión comercial.