



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

**Plan de Mejora Implementar estrategias de marketing para mejorar el
área de ventas de la empresa AUTOS 163.**

Ana Milena Pineda Otálora

**Facultad de Negocios Internacionales
Universidad Santo Tomas**

Bogotá D.C.

2023



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Plan de Mejora Prácticas Profesionales Autos 163

Ana Milena Pineda Otálora

**Trabajo de grado para optar el título de Profesional en Negocios
Internacionales**

Docente Tutor: Ernesto Arguello Pirazan

Universidad Santo Tomas
Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá D.C.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

ÍNDICE

PARTE I.....	5
Resumen.....	5
Agradecimientos.....	6
Introducción.....	7
PARTE II.....	8
1.1 Aspectos Generales.....	9
Nombre y Razón Social.....	9
Misión.....	10
Visión.....	10
Valores.....	10
1.1.2. Ubicación Geográfica.....	11
1.1.3. Estructura Organizativa.....	12
1.1.4. Unidad o departamento en el que se desarrolla la práctica.....	12
1.1.4.1. Análisis DOFA.....	12
PARTE III.....	13
PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA.....	13
2.1 Planteamiento central.....	13



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

2.2 Problemática identificada.....	14
2.3. Importancia de la implementación.....	15
24. Descripción de la página.....	16
2.5.Limitaciones, Importancia y Alcances.....	16
2.3 Objetivo General.....	17
2.3.1. Objetivos Específicos.....	17
PARTE IV.....	18
CONTENIDO PLAN DE MEJORA.....	14
3.1 Propuesta de Mejora.....	18
3.2 Conclusiones.....	26
3.4 Anexos.....	27
PARTE V.....	27
SEGUIMIENTO A LA PRÁCTICA PROFESIONAL.....	27
3.1. Programación de actividades.....	27
3.1.1. Cumplimiento de Objetivos.....	28
Referencias.....	29



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

PARTE I

Resumen

Las prácticas profesionales desempeñan un papel fundamental en el crecimiento académico y desarrollo profesional de los estudiantes. En este contexto, los estudiantes tienen la oportunidad de poner en práctica sus conocimientos académicos a través de la participación activa en los procesos y gestiones de la empresa.

Este enfoque práctico no solo consolida su aprendizaje teórico, sino que también les proporciona una invaluable experiencia laboral, contribuyendo así a su preparación para el mundo profesional.

El siguiente documento propuso acciones encaminadas a mejorar el departamento de ventas y comercialización de la empresa auto, por medio de un análisis del departamento de ventas se detectó diferentes campos de acción donde la empresa podría mejorar de acuerdo los indicadores de ventas de la empresa, servicio al cliente, calidad del servicio, la gestión de inventarios y la búsqueda de nuevos clientes. Este conjunto de mejoras establece una base sólida donde se pueden desarrollar y perfeccionar las habilidades clave en el ámbito de los negocios internacionales, específicamente en el sector de carros usados.

Palabras clave: Carros usados, cliente, gestión, venta



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a Dios que me dio la capacidad y fuerza para culminar esta etapa en mi vida. Ya que sin él nada esto sería posible, en los momentos difíciles vi su amor infinito, su apoyo incondicional, su amor inagotable, hizo cosas que ni yo sabría cómo explicar.

En segundo lugar, a mi familia y a mi novio, mi motor, mi polo a tierra, son las personas más importantes en mi vida, me han impulsado siempre a perseguir mis sueños. Su amor y respaldo han sido mi mayor motivación, me siento orgullosa de lo que ellos han hecho en mí, por eso esta felicidad la comparto con ellos. Así que sí ¡Lo logramos!

Por último, deseo expresar mi más profundo agradecimiento a aquellas personas que han estado constantemente a mi lado durante todo este proceso. Su acompañamiento constante, la generosidad al compartir sus conocimientos y su dedicación incansable han sido elementos imprescindibles en este ciclo de vida académica. Me refiero a esos seres excepcionales a quienes llamamos "Profe" cada semestre. A pesar de las notas radicales y de los desafíos que nos presentan, son ellos quienes nos guían y nos forman de la mejor manera posible. Su compromiso con la enseñanza ha sido un faro que ha iluminado nuestro camino a lo largo de este trayecto, y su influencia perdurará en nuestras vidas.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Quiero expresar también mi agradecimiento a la universidad que, si bien me ha exigido enormemente, al mismo tiempo me ha brindado la oportunidad de alcanzar este logro académico y obtener el tan anhelado título profesional. Las lecciones aprendidas, los desafíos superados y las experiencias vividas en esta institución han contribuido significativamente a mi crecimiento personal y profesional.

Este título no solo representa mi esfuerzo individual, sino también el resultado de una colaboración constante entre profesores dedicados y una institución educativa que fomenta la excelencia. Agradezco sinceramente a todos quienes han sido parte de este viaje educativo, causando un impacto duradero en mi vida.

Introducción

El siguiente plan de mejora sobre las practicas realizadas en la empresa AUTOS 163 empresa posicionada en el mercado por la venta de Automóviles nuevos y usados donde realce las prácticas en el departamento de venta encargada de asesorar a los clientes con fin de ayudarlos a tomar decisiones informadas y satisfacer sus necesidades, representar la imagen de la empresa asistiendo a eventos, dar seguimiento a los clientes, compartir la información adecuada para fidelizar a clientes.

La carrera de Negocios Internacionales permite conocer varias áreas del conocimiento, en este trabajo nos centraremos en el área de administración y mercadeo. El área comercial en su papel de vender el producto o el servicio tienen procesos internos del cual tengan un papel fundamental el cliente antes de ofrecer



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

o vender el producto al cliente final dentro de estos procesos como servicio al cliente y la forma como la empresa llega a cliente objetivo e impacta las ventas.

En el dinámico mercado de carros usados, numerosas variables y factores, como los cambios normativos, la incertidumbre en las fluctuaciones de precios y las tasas de interés elevadas, pueden generar cierta aprehensión en los clientes al considerar la compra de un vehículo. Es esencial que la empresa se centre en sus clientes, ofreciéndoles soluciones a posibles desafíos y estableciendo un vínculo sólido que les permita acceder a las opciones más beneficiosas. Al abordar estas preocupaciones y brindar orientación personalizada y mejorar el departamento de ventas en lo concerniente a procesos de marketing toda vez que permitirá expandir el alcance de la compañía, acceder a nuevos mercados e implementar estrategias de marketing digital a nivel internacional, facilitar transacciones internacionales y mejorar la experiencia del cliente.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

PARTE II

1.1. Aspectos generales

Nombre y Razón Social

AUTOS 163 surgió como un proyecto emprendedor hace aproximadamente dos años, impulsado por la visión innovadora de dos jóvenes con experiencia automotriz adquirida en Renault. Este bagaje no solo amplió sus conocimientos sobre vehículos, sino que también encendió la chispa emprendedora. La empresa nació con la intención de transmitir ese espíritu innovador y convertir ideas en acciones empresariales.

Con una base sólida desarrollada en el ámbito automotriz, los fundadores de AUTOS 163 identificaron la necesidad de adaptarse a la evolución del mundo hacia la virtualidad y la importancia de los negocios internacionales. Esta adaptación se tradujo en la transformación de la empresa, que, respaldada por una profesional en Negocios Internacionales, dio paso a la realización de estudios de mercado para la importación de productos.

En la actualidad, AUTOS 163 se destaca en la comercialización de vehículos nuevos y usados en la vibrante capital de Bogotá. La combinación de experiencia



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Automotriz, innovación y el respaldo académico en negocios internacionales ha posicionado a la empresa como un actor relevante en el mercado, demostrando que la pasión por los vehículos y la visión emprendedora pueden conducir al éxito en un mundo en constante evolución.

Misión

Somos un concesionario de compra y comercialización de vehículos usados que garantiza calidad, cumplimiento y honestidad, generando nuevas experiencias para nuestros clientes.

Visión

Ser el principal concesionario de vehículos usados a nivel local, manteniendo eficiencia, personal capacitado y calidad en todos los procesos.

Valores

Innovación: Se fomenta la mejora continua en nuestros productos, procesos y servicios con el objetivo de potenciar la competitividad, optimizar el desempeño y generar valor en un mercado constante en evolución.

Integridad: Compromiso con la honestidad y la transparencia en cada una de nuestras transacciones y operaciones comerciales. Creemos que la integridad es la piedra angular de relaciones comerciales.

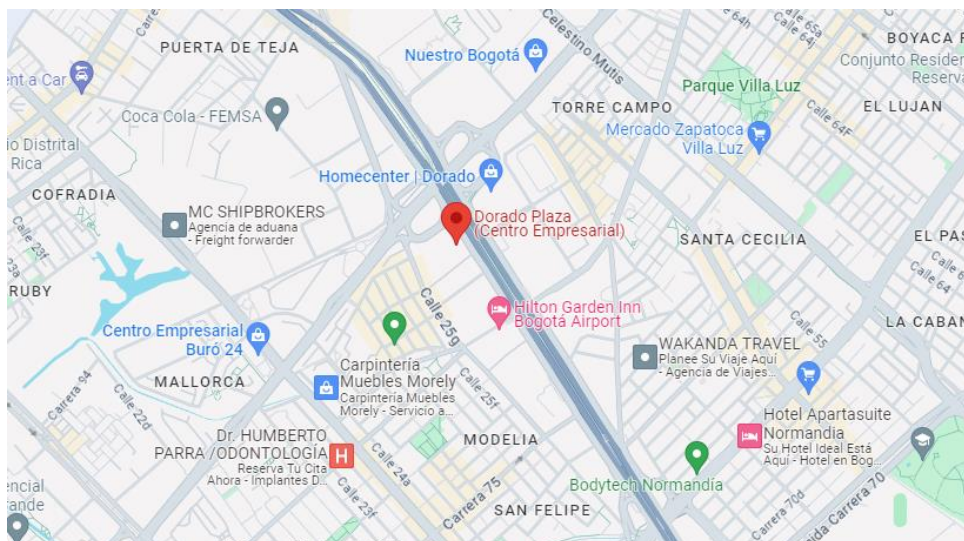
Respeto: El trato a los clientes, empleados y socios comerciales con respeto, reconociendo la diversidad y la igualdad en todas las interacciones.

Transparencia: Compromiso en proporcionar información clara y completa sobre el historial de cada vehículo en nuestro inventario. Para nosotros el ser transparente con el cliente es esencial para que puedan tomar la mejor decisión.

Calidad: El esfuerzo por alcanzar la excelencia en la calidad de los vehículos usados que ofrecemos, así como en los servicios asociados, como la inspección y mantenimiento.

1.1.2 Ubicación Geográfica

Figura.1 Ubicación Ac. 26 #85D – 55 Dorado Plaza (Centro Empresarial)



Fuente: recuperado de Google Maps.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

1.1.3 Estructura Organizativa

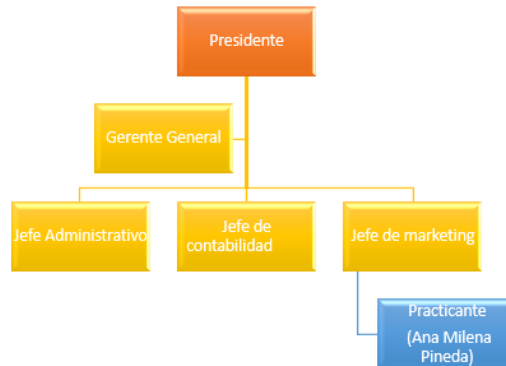


Figura 2 recuperado del drive de Autos163

1.1.4 Unidad o departamento en el que se desarrolla la práctica

Marketing, ventas y relaciones

Análisis interno:	Puntos Fuertes:	Puntos Débiles:
	Fortalezas	Debilidades
	Organización de la información de los vehículos. Capacidad de interacción con el cliente. Capacidad de gestión con diferentes entidades y aliados estratégicos. Precios competitivos Orientación al logro. Financiamiento y opciones de pago Flexibles Marketing efectivo	Deficiencia en la comunicación asertiva. Falta de coordinación. Deficiencia de enfoque al cliente. Falta de seguimiento al cliente.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Análisis Externo:	Oportunidades	Amenazas
	Generación de alianzas estratégicas con otras compañías del sector.	Incertidumbre en cambio de precios
	Mercadeo en torno a las fortalezas.	Tendencias cambiantes de consumo, mucha oferta poca demanda.
	E-commerce y plataformas digitales	
	Herramienta de consulta de mercado de autos.	

Elaboración propia.

PARTE III

PLANTEAMIENTO DE PLAN DE MEJORA

2.1. PLANTEAMIENTO CENTRAL.

El planteamiento central de este plan de mejora está encaminado a mejorar los procesos de marketing para mejorar el departamento de comercialización y ventas con relación al cliente objetivo que les permita acceder a las opciones más beneficiosas. Al abordar estas preocupaciones y brindar orientación personalizada, la empresa puede fortalecer la confianza del cliente y facilitar un proceso de compra más informado y seguro.

Se busca la fidelización de los clientes ya que es uno de los factores clave para la compañía, cuando el cliente se siente satisfecho con la experiencia de compra muy probablemente regresara y pueda que compre nuevamente.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Para llevar a cabo es importante que por medio de la página web se ofrezca un buen servicio, es decir, productos de alta calidad, promociones y descuentos exclusivos y así mismo mantener una comunicación constante con los clientes.

2.2. PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA

En el mundo moderno identificamos variables que a través del tiempo han evolucionado, hoy en día contamos con herramientas poderosas para cualquier tipo de emprendimiento como lo es el internet, *"Internet es una creación cultural que permite la creación de una nueva economía y el desarrollo de la innovación y la productividad económica."* Castells Manuel 2016., en AUTOS 163 se identificó la falta de comunicación asertiva con el cliente, es decir, a pesar de los medios de comunicación que se manejan como lo es Instagram, Facebook y tu carro no se maneja el seguimiento adecuado a los posibles compradores y esto genera limitaciones en las ventas, pérdida de clientes potenciales y expansión del negocio.

La falta de una página web genera que los procesos de ventas traigan impactos negativos en la compañía, hoy en día las personas prefieren primero buscar en internet para conocer el producto o servicio antes de comprarlo, muchos de ellos por su trabajo y no el tiempo no les permite visitar la tienda física. Esta implementación de marketing se podría identificar como el centro de control por eso se recomienda la creación de este sitio web con alta calidad de diseño, que a



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

su vez sea informativo y actualizado y esto le dará un valor agregado a la compañía, generara credibilidad al negocio y fortalecerá la marca.

2.3. IMPORTANCIA DE LA PAGINA WEB

Se propone la implementación de la página web para que los clientes más allá de buscar su vehículo, conozcan la compañía, donde se ubica, porque ellos deben confiar en la compañía, El poder que ellos sean partícipes de testimonios y hechos que respalden esas oportunidades de venta, cuando se brinda una excelente atención al cliente el “boca a boca” se puede tornar positivamente para la compañía.

Una ventaja de tener una página web es que las personas pueden acceder las 24 horas del día, allí tendremos una gran participación del mercado al dar a conocer a la compañía.

El equipo de ventas será más eficiente puesto que todo el tiempo van a estar clientes interesados en comprar y conocer la compañía.

Un estudio generado por Levi Arias en cuanto a la demanda en la venta de los carros usados en el 2022: “Si bien para este segmento el crecimiento porcentual es mayor que el de los usados, el número de visitas a publicaciones y contactos generados entre vendedor y potencial comprador son bastante inferiores.

No obstante, se destaca el comportamiento positivo que viene teniendo. El año 2020 cerró con 185.189 contactos, mientras que en 2021 fueron 296.361,



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

evidenciando un incremento del 60% año a año. En materia de visitas, se produjo un incremento del 39%, llegando a las 24.198.306.

Para enero de 2022, se registraron 3.850.458 visitas, 77% más que el mismo mes del año anterior”

¿Por qué es importante crear una pagina web en una compañía?

<https://www.godaddy.com/resources/latam/digitalizacion/por-que-tener-un-sitio-web-para-negocio-importancia>

2.4. DESCRIPCIÓN DE LA PAGINA WEB

Es una herramienta y un sitio de acceso que permita que los clientes ingresen desde cualquier lugar en donde se encuentren antes de ir a la tienda física y compren su vehículo, allí podrán enviar sus datos ya sea a la empresa directamente o a las entidades asociadas para la viabilidad financiera, de esta manera se podrá llevar un seguimiento a los clientes y así darles una asesoría asertiva y personalizada.

Para ello inicialmente se genera un diseño visual y la estructura adecuada que permita atraer la atención de los clientes. Una vez el diseño esté listo, se procede a la codificación de la página utilizando programas como WIX plataforma que permite crear espacios online para las compañías.

2.5 Limitaciones, Importancia y Alcances



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

La implementación de la página web en la empresa AUTOS 163, genera un alto nivel de eficiencia en las ventas, el darle ese valor agregado a la empresa generando posicionamiento y visibilidad en el mercado, dándole la facilidad al cliente de tener acceso directo al catálogo, generándole confianza y creando una oportunidad de negocio.

Ahora en cuanto a limitaciones identificamos un factor muy común y es el tema de los costos, ya que esto representa una inversión puesto que es importante además de tomar la membresía, el tema de la seguridad es esencial, toda vez que se pueden generar robos de datos e información de la compañía.

2.6 Objetivo General

Proponer estrategias de marketing que permitan mejorar el departamento de comercialización y ventas de la empresa AUTOS 163.

2.6.1 Objetivos específicos

- Analizar el departamento de comercialización y ventas en el periodo de practica para la empresa AUTOS 163.
- Determinar aspectos de mejora del departamento de comercialización y ventas de la empresa AUTOS 163
- Proponer estrategias de marketing para mejorar el departamento de comercialización y ventas de la empresa AUTOS 163.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

PARTE IV

3.1. Propuesta de mejora

3.1.1 Analizar el departamento de ventas para proponer estrategias que permitan mejorar la productividad de AUTOS 163.

Esta área COMERCIAL se encarga principalmente en gestionar y llevar a cabo las actividades relacionadas con las ventas de vehículos usados y lograr que la venta sea exitosa. Los factores en los que se desempeñan los empleados son:

- **Alta generación de leads:** Se implementan estrategias de marketing, publicidad, participación en eventos locales y otras actividades destinadas a captar la atención de los posibles compradores.
- **Atención al cliente satisfactoriamente:** El personal de ventas responde a todas las preguntas que puedan surgir, proporciona información detallada sobre los vehículos disponibles en el inventario y presenta opciones que se ajusten a las necesidades y presupuesto del cliente.
- **Negociación del precio, condiciones y garantías:** Se lleva a cabo la discusión del precio de venta, las opciones de financiamiento, los términos de garantía y otros aspectos relacionados con la transacción para llegar a un acuerdo satisfactorio para ambas partes

3.1.2. Realizar estudio de mercado para el sector automotriz.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

El año 2023 resultó ser un período complejo para la industria automotriz, caracterizado por diversos desafíos. En este año, se matricularon un total de 186,826 vehículos nuevos, lo que representó una notable caída del 28% en comparación con el año anterior, donde se registraron 265,595 matriculaciones.

Este descenso significativo en las matriculaciones estuvo influenciado por varios factores. Por un lado, las altas tasas de interés impactaron directamente en los precios de los vehículos, dificultando la accesibilidad para muchos consumidores. Además, las fluctuaciones en el valor del dólar también ejercieron presión sobre los precios, contribuyendo a una mayor incertidumbre en el mercado.

No obstante, otro factor determinante fue la confianza del consumidor, la cual se vio afectada por diversos indicadores negativos. Esta disminución en la confianza llevó a muchos consumidores a posponer sus decisiones de compra de vehículos, contribuyendo así al declive en las matriculaciones.

MES	VEHICULOS		
	2022	2023	VAR %
ENERO	17.390	13.872	-20,2%
FEBRERO	19.219	15.820	-17,7%
MARZO	20.845	17.270	-17,2%
ABRIL	20.637	13.777	-33,2%
MAYO	22.435	15.695	-30,0%
JUNIO	23.323	14.435	-38,1%
JULIO	23.258	13.146	-43,5%
AGOSTO	24.410	14.874	-39,1%
SEPTIEMBRE	23.893	15.611	-34,7%
OCTUBRE	22.606	13.893	-38,5%
NOVIEMBRE	22.665	18.561	-18,1%
DICIEMBRE	21.914	19.872	-9,3%
TOTAL	262.595	186.826	-28,9%

Fuente: RUNT. Calculos ANDEMOS.

En cuanto a las marcas, Toyota mantuvo su posición como líder en ventas durante el mes de diciembre, al registrar un total de 3,120 unidades matriculadas, lo que representó una participación del 21.8% en el mercado. Le siguió Chevrolet con 2,553 unidades, Renault con 2,120, Kia con 1,701 y Mazda con 1,561 unidades.

Es importante destacar el notable crecimiento en las ventas de vehículos nuevos de varias marcas durante este mes. Toyota, Kia, Nissan, Suzuki, Ford y Hyundai experimentaron un incremento significativo en sus ventas en comparación con el año anterior. Este crecimiento es especialmente notable considerando el contexto del año anterior, donde la celebración del Salón del Automóvil de Bogotá contribuyó de manera importante al impulso de las ventas de vehículos en el mercado.

MES				
Top10	MARCA	2022	2023	VAR %
1	Toyota	2.561	3.120	21,8%
2	Chevrolet	3.487	2.553	-26,8%
3	Renault	4.699	2.120	-54,9%
4	Kia	1.590	1.701	7,0%
5	Mazda	1.728	1.561	-9,7%
6	Nissan	577	1.382	139,5%
7	Suzuki	821	1.199	46,0%
8	Ford	693	759	9,5%
9	Volkswagen	855	707	-17,3%
10	Hyundai	428	630	47,2%
	OTRAS	4.475	4.140	-7,5%
	TOTAL	21.914	19.872	-9,3%

Fuente: RUNT. Calculos ANDEMOS.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

El brote de COVID-19 tuvo un impacto significativo en la industria automotriz. La interrupción de la cadena de suministro y el transporte afectaron la disponibilidad de nuevas incorporaciones al inventario de automóviles usados, lo que resultó en una reducción de modelos disponibles para la compra y, consecuentemente, en menos transacciones comerciales. Sin embargo, hacia las últimas etapas de 2021, el mercado comenzó a recuperarse gradualmente, retornando a una situación similar a la previa a la pandemia. Esto creó nuevas oportunidades para el mercado de automóviles usados, especialmente con un notable impulso proveniente de consumidores de ingresos bajos y medios.

Se espera un fuerte crecimiento en el mercado de automóviles usados debido a la creciente digitalización y la capacidad de las empresas para ofrecer experiencias de compra remota. Esta digitalización ha ampliado el alcance del mercado al permitir a los compradores explorar opciones de vehículos y realizar transacciones desde sus hogares. Además, el aumento en las ofertas de servicios de valor agregado, como garantías extendidas y servicios de financiamiento, junto con una variedad de proveedores financieros que ofrecen crédito para automóviles usados, también impulsarán este crecimiento. Sin embargo, las tasas de interés más altas podrían desacelerar el crecimiento al desalentar a algunos compradores potenciales.

Segmentación:



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Las marcas preferidas de los posibles clientes alrededor del mundo en el mercado son Chevrolet, Renault, Mazda, Kia, Hyundai, Nissan, Toyota, Ford, Volkswagen y Mitsubishi.

“El mercado colombiano lo dictan los precios y es por eso que las personas prefieren autos de gama media a la hora de comprar un nuevo vehículo”, dijo Ricardo Salazar, gerente de Los Coches.

Posición	MARCAS	Febrero 2024	Febrero 2023	Participación mes	Variación % mes
1	TOYOTA	2.685	1.936	17,2%	38,7%
2	RENAULT	1.951	2.721	12,5%	-28,3%
3	KIA	1.748	1.215	11,2%	43,9%
4	CHEVROLET	1.643	1.975	10,5%	-16,8%
5	MAZDA	1.403	1.141	9,0%	23,0%
6	NISSAN	879	586	5,6%	50,0%
7	FORD	759	479	4,9%	58,5%
8	SUZUKI	720	883	4,6%	-18,5%
9	VOLKSWAGEN	532	616	3,4%	-13,6%
10	HYUNDAI	349	666	2,2%	-47,6%

En la empresa AUTOS 163, manejamos las siguientes clasificaciones de vehículos:

Clases	Tipo	Marcas	Edad	Genero	Ingresos	Ciudades
A Y B	Autos pequeños	Chevrolet y Renault	18-30 AÑOS	Femenino 60% Masculino 40%	\$1.500.000 a \$3.000.000.	Bogotá, Ibagué, Madrid.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

C	Autos medianos	Mazda, Kia, Hyndai	25-35 años	Femenino 30% Masculino 70%	\$2.500.000 a \$4.000.000.	Bogotá, Chía, Medellín, Cali.
D	Autos grandes	Ford, Toyota, Nissan	30-65 Años	Femenino 50% Masculino 50%	\$4.000.000 a \$10.000.000	Bogotá, Chía, Medellín, Cali, Barranquilla
E	Autos de alta gama	Audi, BMW, Mercedes Benz.	25-45 Años	Femenino 20% Masculino 80%	\$5.000.000 a \$15.000.000	Bogotá, Chía, Medellín, Cali, Barranquilla

En relación a la gráfica anterior, observamos que en AUTOS 163 tenemos gran variedad de vehículos para diferentes nichos de mercado, en los que podremos atraer a cualquier tipo de cliente que esté interesado en obtener su vehículo soñado.

3.1.3. Proponer estrategias de marketing para mejorar la productividad en la empresa 163

Se ha implementado una iniciativa clave: la creación de una página web.

Esta estrategia tiene como objetivo principal atraer a nuevos clientes, fomentar la fidelización, incrementar nuestra visibilidad en el ámbito de los vehículos usados y proporcionar una plataforma interactiva que permita interactuar con interesados desde cualquier parte del mundo.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

A través de la página web, no solo se busca ofrecer información detallada sobre los vehículos disponibles, sino también proporcionar una atención personalizada que se adapte a las necesidades específicas de cada cliente. Este canal de comunicación digital nos permite establecer una conexión directa con nuestro público, brindando una experiencia más accesible y conveniente.

Adicionalmente, hemos incorporado una funcionalidad esencial: la posibilidad de gestionar revisiones y consultas de financiamiento con entidades bancarias. Este servicio facilita a nuestros clientes la posibilidad de adquirir créditos para la compra de sus vehículos, proporcionando una solución integral y conveniente en un solo lugar. Además, ofrecemos a nuestros clientes la opción de explorar nuestro catálogo de autos disponibles directamente desde la comodidad de su hogar, brindándoles una experiencia de compra más informada y eficiente.

Esta estrategia integral, centrada en la presencia en línea, la interacción personalizada y las opciones de financiamiento, refuerza nuestro compromiso con la mejora continua y la adaptación a las necesidades cambiantes de nuestros clientes en el dinámico mercado de vehículos usados.

A través de la plataforma Wix E-commerce, fuimos implementando la página web de Autos 163 y actualizando la información



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

AUTOS 163

[Inicio](#) [Acerca de](#) [Ofertas especiales](#) [Contacto](#) [Testimonios](#) [Financiamiento](#) [Seminuevo](#) [More](#) [@](#) [f](#)

AUTOS 163

Encuentre su vehículo ideal



VEHÍCULOS EN NUESTRO INVENTARIO

Elija su mejor opción



VEHÍCULO

¿Quiere regalarse usted mismo o a un ser querido un obsequio increíble? No hay mejor regalo que un automóvil listo para andar en el camino. Nuestro precio del Vehículo es simplemente inigualable. Ofrecemos una gran variedad de opciones en términos de kilometraje, características y colores. Visítenos hoy mismo y pida una prueba de manejo.



VEHÍCULO

¿Qué sucede cuando combina la potencia legendaria, la tecnología de ahorro de combustible, con el manejo de un auto deportivo? El resultado es el nuevo Vehículo y una experiencia de manejo que sólo Autos 163 puede ofrecer. Con nuestra increíble variedad de inventario, garantizamos su satisfacción. Venga a hacer una prueba de manejo.



VEHÍCULO

En ocasiones ofrecemos descuentos increíbles en vehículos selectos. Actualmente, nuestra oferta abarca nuestra amplia colección de Vehículo. Ya sea que busque un vehículo nuevo o seminuevo, grande o pequeño, totalmente equipado o austero, sabemos que encontrará lo que busca en Autos 163.

LAS MEJORES OFERTAS

Amará nuestras ofertas



FIAT UNO WAY MT

Ahorre en grande y estrene esté hermoso vehículo totalmente equipado caracterizado por su diseño y características específicas orientadas hacia un estilo más aventurero y todoterreno. Queremos ofrecer a todas las



RENAULT TWINGO ACCESS

No lo dude y aproveche nuestras ofertas inigualables antes de que expiren. Este vehículo tiene todo lo que usted necesita y se lo puede llevar a un precio increíble. Es un automóvil compacto que se destaca por



DODGE JOURNEY SE 2.4 AT

Sabemos que ha estado esperando el momento indicado para adquirir el vehículo que quiere. Ahora no tiene excusas. Venga ya a Autos 163 para subirse a la Dodge Journey SE 2.4 y realice una prueba de



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

<https://editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/604996df-404d-45a0-b6fa-b569b7165144?metaSiteId=8fb8b0dc-faed-4175-89c5-94f44e5f9bc8&referralInfo=dashboard-setup>

3.1.4. Conclusiones

- La realización de las prácticas profesionales en Autos 163 resultó ser una experiencia invaluable que proporcionó una perspectiva única sobre las funciones desempeñadas. Esto permitió contrastar y retroalimentar los conocimientos adquiridos durante el periodo académico con los procesos reales de una empresa en aspectos organizacionales, administrativos y económicos, así como comprender los diversos escenarios que puede enfrentar la empresa.
- Durante mi tiempo en la empresa, observé que el gerente enfatizaba la importancia de la página web como una herramienta fundamental para la visibilidad y el acercamiento con los clientes. Este enfoque resaltó la relevancia de la presencia en línea en el entorno empresarial actual.
- Desde mi rol como negociadora internacional, pude reconocer que incluso el más mínimo error dentro de una empresa puede tener consecuencias perjudiciales para las negociaciones comerciales. Esto subraya la importancia de una comunicación asertiva entre los empleados de diversas áreas, contribuyendo así a la eficacia de las operaciones comerciales y la construcción de relaciones sólidas con los clientes.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

3.4 Anexos

INVENTARIO DISPONIBLE VEHICULOS USADOS AUTOS 163 S.A.S									
PLACA	MARCA	VERSION	KILOMETRAJ	MODELO	CIUDAD PLACA	COLOR	CAJA	PRECIO	PAPELES SOAT Y TECNO
UIJK 421	DODGE RAM	1500 4X4	55.000	2015	BOGOTÁ	NEGRO	TRIPTONICO	\$ 39.500.000,00	SOAT DICIEMBRE 2023 TECNO NO APLIC A
MAY135	RENAULT TWINGO	ACCESS	103.000	2012	BOGOTÁ	AZUL	MECANICO	\$ 21.500.000,00	NO APLICA
FYT413	FIAT UNO	VAY MT	45.000	2019	BOGOTÁ	PLATA	MECANICO	\$ 37.300.000,00	SOAT FEBRERO 2024 TECNO NO APLIC A
IZL340	VOLKSWAGEN NEW JETTA	2.0 GLI	62.000	2016	CHIA	NEGRO	MECANICO	\$ 83.300.000,00	NO APLICA

PARTE V

SEGUIMIENTO PRÁCTICA PROFESIONAL

3.1 Programación de actividades

En la práctica, se realizaron varias actividades relacionadas en los procesos de , marketing internacional, relación con clientes, vinculo con las entidades financieras, seguimiento de clientes potenciales.

3.1.1 Cumplimento de objetivos

CICLO 1	ACTIVIDADES DESARROLLADAS	LOGROS	DIFICULTADES
Nov 27- Dic 1	Realización de contratos y seguimiento de clientes	Fidelizar a los clientes	Acercamiento por parte de los clientes

CICLO 2	ACTIVIDADES DESARROLLADAS	LOGROS	DIFICULTADES
DIC 4 -7	Capacitación con GarantiPLUS	Comprender más allá de los procesos en la compra y venta de automóviles	Las leyes que acobijan cada garantía
DIC 11- 15	Creación de pagina web	Traer a la empresa la idea	Buscar oportunidades



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

		de la creación de la página web	para ser visuales en este campo
DIC 18-22	Reunión con el gerente y jefe de marketing	Reconocimiento de altas ventas	Competencia de carros usados

CICLO 3	ACTIVIDADES DESARROLLADAS	LOGROS	DIFICULTADES
ENE 2- 5	Generación de estrategias como descuentos a clientes	Mayores ingresos	
ENE 8- 19	Reunión mensual del área	Venta de automóviles de personas del exterior	

CICLO 4	ACTIVIDADES DESARROLLADAS	LOGROS	DIFICULTADES
FEB			



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

BIBLIOGRAFIA

Referencias

Log in or sign up to view. (s. f.). https://www.facebook.com/Autos163sas/?locale=es_LA

Manuel Castells - La dimensión cultural de Internet. (s. f.).

<https://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502.html#:~:text=%22Internet%20es%20una%20creaci%C3%B3n%20cultural,innovaci%C3%B3n%20y%20la%20productividad%20econ%C3%B3mica.%22>

Arias, L., & Arias, L. (2022, 1 marzo). *La demanda de vehículos usados por internet creció un 32% en Colombia.* Autos Full. <https://www.autosfull.com.co/la-demanda-de-vehiculos-usados-por-internet-crecio-un-32-en-colombia/>