 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 1 de 34

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
COORDINACIÓN DE PRÁCTICAS**


ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.

Nombre del estudiante	Maria Valentina Marin Mejia
Programa académico	Administración de Negocios Internacionales
Nombre de la Agencia o Centro de Práctica	Auteco SAS
NIT.	890900317-0
Dirección	Cra. 43 #44 – 60, La Capilla, Itagüí, Antioquia
Teléfono	(604) 3068181
Dependencia o Área	Área Comercial
Nombre Completo del jefe del estudiante	Luisa Fernanda Rojas Córdoba
Cargo	Jefe Ecommerce y CRM
Labor que desempeña el estudiante	Practicante Comercial
	Creación Digital de Accesorios y Repuestos
Nombre del asesor de práctica	Lina Maria Zapata Pérez
Fecha de inicio de la práctica	3 de Enero de 2023
Fecha de finalización de la práctica	2 de Julio de 2023

1. ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.

1.1 Centro de práctica.

Nombre o razón social: Auteco SAS, es una ensambladora de Motocicletas líder en Colombia,

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 2 de 34

fundada en 1941, nació como una comercializadora de repuestos y autopartes en una estación de gasolina

Ensamblan y representan las marcas, KTM de Austria desde 2012, Husqvarna de Suecia desde 2018 y TVS de India desde 2020.

Con sedes en Medellín y Cartagena.

En 2019 de Auteco SAS, nació la empresa Auteco Mobility el cual se encarga de las marcas Kawasaki, Kymco, Starker y la marca propia Victory, mientras que Auteco SAS, se encarga de las marcas, KTM, Husqvarna y Bajaj, en 2020 se finalizó la relación con este último e inicio alianza con TVS.

Misión: Construir máquinas para soñar, lo cual se cumple día a día, se comprometen con el objetivo de cada proceso, lo que lleva a alcanzar la visión.


Visión: Servicio confiable de clase mundial con resultados sostenibles.

1. Objetivos institucionales:

- Satisfacción de los clientes y la generación de valor al público de interés, de la mano de un equipo humano adecuado y comprometido con la calidad y la entrega oportuna de motocicletas, motocarros, servicios, repuestos y accesorios.
- Buscar la excelencia operacional y garantizando un servicio confiable mediante la mejora continua de los procesos.
- Trabajar constantemente en la prevención y control de los impactos ambientales y el cuidado de la integridad de los empleados, contratistas y visitantes. La gestión tiene como base el cumplimiento de los requisitos legales aplicables y la adecuada gestión de riesgos para asegurar la sostenibilidad corporativa.

Estudio organizacional del Centro de Práctica:



 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 4 de 34</p>

Fomentamos una cultura humana, con valores, principios, actitudes y prácticas transparentes para nuestros accionistas, clientes, empleados, aliados comerciales, proveedores y competidores.



Carlos Durán
Presidente



Alejandro Cadavid
Director Financiero



Juan David Álvarez
Director de Operaciones



José Ignacio Rojas
Director Comercial y de Mercadeo Motos



Eugenio Jaramillo
Director de Repuestos



Eliana Guerra
Directora de Talento Humano



Juan Camilo Gómez
Gerente Jurídico



Ángela Escobar
Gerente de TI



Diana Alejandra Escobar
Jefe de Gestión Estratégica

Gobierno corporativo

(102-18) (102-19) (102-20) Nuestra estructura de gobierno permite un proceso de dirección y toma de decisiones clara y transparente con nuestros grupos de interés y accionistas. Desde el 2019 está conformada por:

- **La Asamblea General de Accionistas**, que tiene como funciones elegir el Revisor Fiscal, el Presidente y sus suplentes.
- **El Revisor Fiscal**, encargado de verificar las operaciones de la empresa según los estatutos y decisiones de la Asamblea General de Accionistas.
- **El Presidente**, que, a través de sus equipos de trabajo y los empleados, adelanta las gestiones administrativas para el desarrollo del objeto social; y tiene a su cargo la dirección y manejo operacional, social, ambiental


El organigrama está sujeto a cambios en los próximos días por cambios que se están realizando en la empresa para mejorar su metodología y equipos de trabajo.

Modelo de Negocio

Auteco SAS se encarga de comercializar motos, repuestos, accesorios de motos y los accesorios de motociclistas. De las marcas KTM, Husqvarna y TVS.

Las motos se importan, se ensamblan en Colombia y se distribuyen; mientras que los accesorios y repuestos, se importan, se distribuyen y se comercializan a los clientes de Auteco que ya cuentan con las motos de dichas marcas.

Los vehículos, accesorios y repuestos se diseñan pieza por pieza con las que son importados, mientras que los lubricantes que Auteco distribuye son totalmente producidos en Colombia.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 5 de 34

1.2 Objetivo de la práctica empresarial.


La razón por la que los estudiantes universitarios realizan prácticas empresariales es poner en práctica lo aprendido durante el periodo universitario, poder desarrollar ideas que puedan ayudar al estudiante a desarrollarse como profesional, apoyar la empresa en lo requerido, como estudiante de administración de negocios internacionales con énfasis en marketing el trato con los clientes se facilita un poco más, las ideas para logra una mejor promoción y posterior venta del producto, para la empresa es importante tener una persona nueva con ideas innovadora que puedan ayudar al constante crecimiento de esta, para los practicantes es importante tener esta experiencia para su futuro laboral.

Las empresas escogidas para las prácticas empresariales deben dar a los estudiantes total libertad de expresión y asesoría pertinente en todo momento.

1.3 Funciones

Las funciones como practicante comercial de Auteco SAS, es realizar matrices en Excel de repuestos y accesorios de las motos, de las marcas KTM, Husqvarna y TVS, debo sacar la información de Dealer el cual es una página web privada donde los accesorios y repuestos cuentan con descripciones específicas, estas las debo revisar bien y pasarlas al Excel donde luego se envían a la persona encarga de poner todo en la tienda Auteco para la venta de estos, también me debo encargar de corregir los errores que se puedan encontrar en la tienda, ya sean errores de descripción, nombre, precio, foto y más y aunque estas son mis funciones específicas en mi cargo, como practicante estoy a disposición de apoyar en lo que se requiera.

1.4 Justificación de la práctica empresarial.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 6 de 34

“La realización de la Práctica Empresarial por parte del estudiante, es pre-requisito para optar título. Además, por su naturaleza, es para el estudiante y para la Facultad, un contacto real con el mercado laboral y el quehacer empresarial”. (Universidad externado de Colombia, 2003, P.2)

Para la parte comercial de una empresa es esencial personas que sepan tener una comunicación asertiva con sus superiores, su equipo de trabajo y especialmente con sus clientes, que sepa a quien debería ir dirigido el producto y como hacer que el producto se vea llamativo, una estudiante de administración de negocios con énfasis en marketing sabe sobre estos puntos, puede ayudar a la empresa a que la página web de ventas de la empresa se vea más llamativa para la empresa, como construir la información de la web de ventas de manera que sea entendible y fácil de acceder y el hecho de que no solo sea una estudiante de marketing si no también estudiante de administración de negocios puede aportar muchos más conocimientos a la empresa.

1.5 Equipo de trabajo.

Luisa Fernando Rojas Córdoba. Jefa de Ecommerce y CRM

Juan Camilo Manrique Pérez. Jefe Comercial de Accesorios y Repuestos

Juan Santiago Bedoya Rodríguez. Analista Administrativo Comercial


ManuelaÚsuga Zapata. Analista Digital

Sandra Milena Foronda Ortiz. Atención al cliente

María Valentina Marín Mejía, Practicante Comercial

2. PROPUESTA PARA LA AGENCIA O CENTRO DE PRÁCTICAS

2.1 Título de la propuesta

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 7 de 34</p>

Plataforma digital Ecommerce

2.2 Planteamiento del problema.

Actualmente en la empresa Auteco SAS, el Ecommerce y el CRM son muy importante pues estos se encargan de distribuir y comercializar el producto que se ofrezca y de que el cliente logre una compra satisfactoria con la empresa dado esto las matrices de accesorios, repuestos y compatibilidades son muy necesarias e importantes para la satisfactoria elaboración de un producto en la página web, ya que con esta se logra que lo clientes estén seguros de que la compran que están haciendo es la que quieren, necesitan o la adecuada para el vehículo que tengan y tratar de realizar el mejor servicio el cliente que se logre, cuando se deben obtener las nuevas compatibilidades entre las motos y los accesorios, es un proceso un poco largo ya que es una gran cantidad de compatibilidades y se deben observar una por una para deducir cuales son las adecuadas por lo cual se hace larga la entrega de estos y se puede disminuir un poco el rendimiento de la parte comercial de la empresa.

La idea con la plataforma es agilizar el proceso que se pueda tener a la hora de obtener información necesaria para la creación de estos que todo esté a la mano, que las compatibilidades de las motos con los accesorios se puedan obtener en un día como máximo, ya que la plataforma arrojaría los resultados que se necesiten de manera rápida.

Una plataforma digital que ayude a que la elaboración de las matrices que necesite el equipo comercial para realizar su trabajo agilizaría mucho las entregas, serian mucho más rápidas y los resultados del equipo comercial serian mucho mejores.

“Las principales ventajas de las plataformas digitales son:

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 8 de 34

Ahorrar tiempo para realizar actividades o consumir contenidos.

Facilitar el intercambio de información entre dos partes.

Modernizar los procesos de las empresas.

Reducir el margen de error.

Generan ganancias para la compañía que la diseñó.” (Huerta, Alfredo J, 2023)

Las plataformas digitales facilitan la vida de las personas, pues estas ayudan a que el trabajo, estudio o entretenimiento de las personas sea más fácil y hasta divertido, las plataformas crean un espacio en el que la navegación se vuelve más interesante y divertida, a través de los años se han creado diversas plataformas que facilitan la vida de la gente, desde plataformas de traducción, convertidores de pdf, correctores y mucho más, por ello una plataforma que agilice y facilite la creación de las matrices que son necesarias para el equipo comercial en Auteco SAS, es una excelente idea ya que aunque se tenga

La información exacta para la creación de estas matrices es larga el proceso ya que es mucha información y se debe crear uno por uno, por lo tanto, esta plataforma facilitara el trabajo.

2.3 Justificación.

Obtener información para las matrices de accesorios, repuestos y de compatibilidad de las motos con los accesorios y repuestos es muy necesario ya que esto ayuda a que los clientes sepan cada mínimo detalle de los artículos que quieren o necesitan y si estos accesorios le quedarían bien a su moto, pero, aunque obtener toda esta información para cada una de las matrices es fácil, el proceso es muy largo ya que en algunas ocasiones son muchas compatibilidades por accesorio y se debe realizar una por una o se le debe pedir información a un compañero y talvez esta tenga cierto tiempo de demora o buscar en diferentes páginas, lo cual hace que la entrega de estas matrices se vuelva más lenta y los resultados para la empresa se ralentizan o pueden haber

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 9 de 34

confusiones al comprar algo y que esto genere una queja, reclamo y perdida monetaria o perdida de un cliente para la empresa.

Creo que la propuesta de construir una plataforma digital en la que se pueda situar toda la tabla de motos compatibles y que esta arroje los resultados que se necesiten (ninguna repetición y solo los provenientes de EU) o que en un mismo lugar se encuentre precios, fotografías, queridos y más, no solo va a ayudar a la persona que realice esta tarea si no que su rapidez puede generar mejores resultados a la empresa.

La plataforma digital solo necesitara, una copia, imagen o texto y este inmediatamente arrojará los resultados que se pidan y en el formato que se pida (texto, Word, Excel).

“Vivimos en una época en la que todos quieren ahorrar tiempo al realizar cualquier tipo de actividad y hasta para aprender algo nuevo. Gracias a las plataformas digitales educativas y de streaming se pueden lograr ambas cosas, desde cualquier lugar, las 24 horas del día, los 7 días de la semana.” (Huerta, Alfredo J, 2023)

La frase es mejor algo bien hecho y lento que mal hecho y rápido, es muy certera, pero porque no, algo bien hecho y rápido, con este fin se puede usar una plataforma y mejor aún se puede usar de manera segura, ya que algo que teme la gente de manera común es el hecho de que usen una plataforma y su información personal o empresarial sea robada y/o usada de manera insegura, pero ahora es fácil comprobar cuando una plataforma te da un buen servicio sin correr riesgos.

El crear estas matrices para las empresas suele ser algo que agota mentalmente fácilmente a la persona que este creando la matriz por lo cual puede cometer errores debido al tiempo y el trabajo físico y mental que este conlleve, la plataforma también ayudar a que los márgenes de error bajen considerablemente.

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 10 de 34

2.4 Objetivos (Objetivo General y Objetivos Específicos).

Objetivo general

Diseñar una plataforma digital donde la información de los accesorios y repuestos se genere de manera rápida y efectiva, llevando a cabo un proceso más efectivo para la generación de las matrices de accesorios, repuestos y compatibilidad.

Objetivos específicos

- Planificar la estructura de la plataforma con el asesoramiento de experto en plataformas digitales
- Realizar y diseñar herramientas profesionales y crear contenido web que logre que la plataforma logre su cometido y sea fácil de usar.

2.5 Diseño Metodológico.

Título: Necesidad de la empresa que maneja ciertas bases de datos en webs diferentes a Excel de una plataforma que agilice el trabajo al recolectar datos específicos

Enfoque de Investigación: Cualitativo

Nivel de Investigación: Descriptivo






Población: Compañías/Empresas

Técnica de recolección de datos: Observación, Realización de las tareas, Encuestas

Instrumento de recolección de datos: Matrices, Cuestionario, Escritos

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 11 de 34

2.6 Cronograma de Actividades.

Objetivos	Actividades por realizar	Abril 5	Abril 24	Mayo 4	Mayo 20	Junio 2
Planificar la estructura de la plataforma con el	Asesoramiento de experto en plataforma digital					
Asesoramiento de un experto	Enviar encuesta a colegas					
Realizar y diseñar herramientas profesionales y crear	Diseño y contenido de sitio web					
Contenido web que logre que la plataforma logre	Desarrollo prototipo de la herramienta utilizar					
Su cometido y sea fácil de usar	Presentación prototipo plataforma digital					

2.7 Presupuesto (Ficha de presupuesto)

Recursos Físicos: Oficinas y Equipos


Talento Humano: Colaboradores (compañeros de trabajo)

Trabajo de Campo: Realizar la matriz de compatibilidad, hacer encuestas a compañeros

Servicios técnicos: Internet y Libros

Bibliografía: Principalmente página Auteco

Divulgación: Principalmente en la empresa

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 12 de 34


Publicación: Se publicará a través de internet Fuentes
de financiación: Mi persona y Auteco SAS

3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.

3.1 MARCO DE REFERENCIA

A la hora de realizar ventas en Colombia es muy importante tener en cuenta el CRM, (Customer Relationship Management/Gestión de Relaciones con el Cliente); este se basa en todas las prácticas que se pueden hacer para tener una buena relación y comunicación con el cliente a largo plazo, anteriormente se creía que solo ofrecer un buen producto o servicio era suficiente para poder cubrir las necesidades del cliente pero se identificó que la relación con los clientes van más allá de esto aquí entra el CRM.

“Antes de la década de 1950, las empresas no aplicaban ningún tipo de herramienta que les permita establecer una relación de análisis profundo de sus clientes, simplemente se pensaba que el ofrecerles buenos productos o servicios era suficiente para satisfacer sus necesidades y ellos volverían a comprar los productos. Sin embargo, es a partir de la década de los ´80 cuando las empresas, debido a factores como la alta competitividad en los mercados (Santamaría y Oliva, 2011), consideran importante aplicar estrategias para establecer relaciones sólidas y de largo plazo con los clientes llegando a conocer a fondo sus necesidades y deseos cambiantes en busca de satisfacerlos cada vez mejor. Es importante señalar que el costo de adquirir un nuevo cliente puede llegar a ser cinco veces superior a mantener a uno satisfecho y perderlo implicaría costear todas las compras que pudo haber realizado durante toda su vida.”


	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 13 de 34

Como anteriormente se dijo para una compañía es importante no solo adquirir clientes nuevos, también lo es mantener los que ya están y esto no es fácil ya que estos tienden a aburrirse siempre de lo mismo por eso las compañías deben asegurarse de que el producto o servicio que ofrezcan sea siempre el mejor, que tenga factores que logren siempre un interés, y que tenga un factor que haga que el cliente siempre elija esa compañía y no su competencia.

Es en el CRM donde las empresas deben hacer un factor diferenciador de las competencias directas que tengan; ya que un cliente siempre busca la perfección del producto o servicio que necesite, pero el significado de perfección puede ser diferente para cada persona por eso la información que se le dé al cliente sobre el producto o servicio deber ser muy detallado para poder complacer todo tipo de gustos.

“El CRM, implica manejar información detallada de cada cliente reconociendo a cada uno de ellos como “el activo más importante de la empresa” y centrando los procesos entorno a él. Aquí, mediante el análisis de los datos obtenidos se generarán estrategias que busquen aumentar la satisfacción del cliente (Morales y Uriel, 2015). logrando crear relaciones estrechas para fomentar la lealtad, entendida como el vínculo que une a una persona con una marca o empresa a nivel afectivo y de comportamiento. (Halliday, 2016).”

Una empresa sin clientes no sería nada, el cliente es quien hace que una empresa sea exitosa, por eso gran parte de la compañía se debe centrar en que el cliente tenga una buena experiencia y que todas sus necesidades sean cubiertas, los productos o servicios, los procesos de ventas y de atención se deben crear entorno al cliente, si el cliente se siente complacido con el producto y/o con el servicio y con la innovación será un cliente que siempre se va a sentir a gusto de seguir siendo un consumidor de la compañía.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 14 de 34


“En ese sentido, había que registrar la mayor cantidad de Datos del cliente, luego generar Información para lograr el Conocimiento profundo del cliente y poder generar las estrategias adecuadas para su fidelización. (De Oliveira, Stefenon, Klaar, Yamaguchi, da Silva, Bizotto, Ogoshi, y Gequelin, 2018)”

Un buen sistema de recolección de datos y atención al cliente es muy importante ya que estos son las oportunidades de mejora que tiene la empresa, pues estos datos no solo son datos de identificación del cliente, también son datos sobre sus gustos y necesidades, quejas y felicitaciones, requerimientos y más; y estos se deben tener muy en cuenta a la hora de trabajar el CRM en una compañía, pues estos se podrían ver como los requisitos para mantener al cliente feliz y fiel a la compañía.

Al recolectar datos del cliente se pueden crear los datos necesarios a cerca del producto o servicio que se esté ofreciendo ya que esta información se puede construir partiendo del gusto y necesidad del cliente, de la información anteriormente suministrada del cliente no solo como posible cliente de la compañía también como persona.

“Se consideró que las empresas necesitaban retener a los clientes, utilizando una amplia gama de elementos y tecnologías para construir una sólida, satisfactoria y duradera relación con los clientes. Entonces, para lograrlo, era indispensable conocer a profundidad a los clientes, analizar sus características para poder segmentarlos y diseñar estrategias de fidelización dirigidas a quienes resulten más atractivos para el crecimiento del negocio; es como recurrieron a la aplicación de las tecnologías de la información y comunicación (en adelante TIC) buscando mejorar y facilitar los procesos del negocio y siendo una fuente de recopilación y análisis de datos. (Pareti, Córdova y Fuentes, 2020; Halliday, 2016).”

Como anteriormente se mencionó las TIC son aplicadas al CRM ya que estas son todo el conjunto de herramientas que permiten que una compañía tenga una comunicación totalmente directa con los

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 15 de 34

clientes, permiten que los clientes vean en su totalidad todo acerca del producto o servicio que esta ofrezca y que la compañía pueda darle la mejor fuente de información al cliente.

El CRM y las TIC son sumamente usadas en el mercado de las motos, ya que al hacer una compra de una moto se debe ajustar a gustos y necesidades esto se necesita aún más cuando se van a comprar accesorios ya sea para el motociclista o para la moto en sí, el cliente quiere una experiencia en el que no solo sea elegir y pagar, quiere una experiencia en la que se sienta totalmente seguro de lo que quiera comprar, que pueda obtener toda la información posible sobre la compra que está a punto de hacer, que se sienta cómodo respecto a la compra, que cualquiera de sus dudas sean respondidas sin tener que esperar y que sus quejas y reclamos sean solucionados o mejor aún que todo salga tan bien que no tenga quejas ni reclamos.

“Uno de los elementos que constituye la parte visible de la tecnología computacional en *retail* está definido por los equipos de cómputo, los cuales son entidades físicas que permiten realizar funciones por medio del *hardware* y *software* que lo componen. Existen variedad de equipos de cómputo con funciones bien definidas, los cuales se encuentran subdivididos en las siguientes categorías:

- Equipos de escritorio. Empleados para realizar el procesamiento de información de carácter general, utilizado ampliamente por el usuario final. En esta categoría se pueden destacar los equipos personales y equipos portátiles.
- Servidores. Se encuentran en un punto centralizado de la red organizacional, pudiendo ser accedidos por cualquier usuario en la red. Dentro de los servicios que pueden ser provistos en este tipo de equipos, se encuentran: el servicio *web*, los servidores de correo que permiten la transmisión de correo electrónico, servidores de aplicaciones específicas, entre otros.
- Equipos activos. Forman parte de la infraestructura de red y activan la interconexión de los computadores que la componen permitiendo que estos puedan compartir información. Entre los principales equipos activos están:

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 16 de 34


- - *Switches* o conmutadores. Logran interconectar múltiples equipos en una red LAN de forma centralizada, permitiendo redireccionar los datos desde un equipo cliente a un equipo destino.
- - *Routers* o enrutadores. Equipos especializados que permiten que un computador pueda comunicarse con otro en cualquier parte del mundo por medio de las direcciones IP y tablas de enrutamiento.” (Prada, 2016)

En un mundo en el cual todo se basa en la tecnología, esta se debe saber usar y es que la tecnología es una manera excelente de darse a conocer y de complacer las necesidades del cliente, para un cliente es de suma importancia tener total conocimiento de lo que se está adquiriendo y de que cada pregunta que tenga sea respondida rápidamente las TIC nos ayuda a que no haya necesidad que un empleado este siempre respondiendo todo y talvez haya más demora, estas ayudan a que el cliente tenga toda la información pertinente en el momento adecuado y puedan ser atendidos con rapidez es por eso que recibir comentarios ya sean positivos o negativos de parte los clientes es tan importante, pues esto ayuda a saber qué información poner a su disposición.

“Como herramienta en el momento en que una empresa en particular descubre que, indistintamente del sector en que se desempeñe, el uso de herramientas tecnológicas y de comunicación puede contribuir a obtener mejores resultados, incluso si el uso de las mismas no es indispensable para la operación de la empresa”. (Wade y Hulland 2004)

Los resultados que las herramientas tecnológicas le pueden dar a las empresas son mayormente satisfactorios pues sin irse muy lejos el simple hecho de que maneje una rapidez sobre humana y una recolección de datos infinita para ofrecerle a los clientes crea un servicio al cliente 100% mejorado y mucha satisfacción de parte de estos.

Las TIC son una total fuente de apoyo para las compañías, pues sin este no sería posible mucho del avance en el servicio de ventas que las empresas están teniendo y que cada día van perfeccionando,

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 17 de 34


las TIC reducen muchos procesos y hacen que el camino de la venta sea un camino directo y que con un solo clic el cliente pueda saber toda la información del producto o servicio y su compra sea fácil y sin complicación, que es lo que realmente cualquier cliente desea, facilidad en sus procesos.

“Comprender lo que un cliente valora no solo está relacionado con el precio, sino también con cuestiones psicológicas. ^{Almquist, Senior & Bloch (2016)} afirman que las oportunidades -en mercados existentes o nuevos- se basan en bloques de construcción universales de valor que los consumidores reconocen, y que la parte más fácil de la tarea de marketing es centrarse en los precios, ya que subirlos puede impulsar beneficios- pero lo más difícil es profundizar en lo que valora un cliente, ya que está conectado con cuestiones psicológicas.”

Las personas ajenas al mercado del marketing creen que el marketing es crear, poner precio y comercializar un producto y en realidad la creación de este y el precio es lo de menos, para que estos den resultado primero se debe entender que es lo que necesita un cliente, que es lo que quiere, como se le puede ofrecer, como se puede llamar la atención de las personas, como se logra que las personas quieran seguir consumiendo con esa compañía, aquí es donde entra toda el área del marketing y el primer paso es entender la mente del consumidor, por eso en muchos estudios de mercado se le hacen pruebas psicológicas a las personas.

La experiencia de usuario se basa en saber cuáles son las reacciones del usuario al conocer el producto o servicio, que llama más su atención, cuál de los sentidos se desarrolla más en el momento de probar este producto que le hace falta, cuales fueron los puntos positivos y negativos.

“Profundizando, especialistas como ^{Simons (2014)} ponen su foco en la identificación del cliente primario y en toda la cadena de valor para mejorar la propuesta de valor y el modelo de negocio. Reflexiona sobre cómo debe ser considerado un cliente -en algunas empresas- no es tan obvio, por lo que los clientes más importantes en realidad pueden generar pocos o ningún ingreso. Asimismo, establece que:


	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 18 de 34

Identificar un cliente principal ayuda a diferenciarse de la competencia. Para la mayoría de las firmas, es una entidad o una persona quien compra sus productos/servicios, pero para otras -como Merck, el gigante farmacéutico- son los científicos en laboratorios y universidades de todo el mundo. Como consecuencia, alientan a sus propios científicos de clase mundial a realizar investigaciones básicas, publicar artículos y presentarlos en conferencias para descubrir compuestos innovadores que podrían transformarse en productos/servicios.”

Como anteriormente se puede comprender la importancia del cliente no solo es un capricho o algo secundario, el cliente es el factor más importante del marketing, de la aceptación que este le dé al producto o servicio se da el éxito o el fracaso que este tenga, por eso siempre se debe escuchar al cliente, pero más allá de escucharlo, se debe percibir, ya que las personas no solo expresan sus sentimientos a través del habla, también lo expresan a través de los gestos, miradas, respiraciones, tics y muchos más.

En muchas ocasiones las razones más grandes por las que hay un fracaso en las empresas es porque no saben complacer al cliente ya que no saben llegar a estos e incluso en muchos casos las compañías deben crear la necesidad en el cliente, que este necesite su producto o servicio, que sientas que deben consumirlo para sentirse totalmente satisfechos, pero si no se sabe llegar a estos no se podría crear esta necesidad.

“Centrado en cada interacción con el cliente, CE es un concepto en evolución con el objetivo absoluto de fidelizar al cliente. Silverthorne (2019) dice que cada vez más empresas compiten sobre la base de CE; aunque brindar un excelente servicio al cliente -hoy llamado CE- pasa a ser responsabilidad de toda la empresa, no solo de un departamento. Asimismo, se indica que se deben superar las expectativas, lo que implica ir en contra de lo que Theodore Levitt entendía como miopía del marketing: adoptar un enfoque de marketing insular donde las necesidades del negocio van por delante del cliente. El autor indica que este pensamiento evolucionó en la última década a un

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 19 de 34


concepto de CE, entendido como la capacidad de captar la lealtad del cliente deleitando constantemente a los consumidores en cada interacción.”

CE (Customer Experience/Experiencia del Cliente) puede llegar a ser el núcleo de una empresa ya que la empresa en total se debe basar en los datos recolectados de los clientes para crear todo acerca del producto, desde el producto en si hasta la publicidad, los precios, los temas legales y muchos más, es por ello que hoy en día es difícil encontrar una compañía con un sistema de marketing nulo o mal constituido, pues de este se basa toda la empresa.

Todos los temas anteriormente mencionados como el CRM, las TIC, el CE se unen para explicar gran parte de lo que es el marketing digital, ya que cualquier proceso de compra se facilita por medio del internet, es los últimos años en los que la tecnología ha tomado el control del mundo las compras que queremos realizar se buscan por medio de internet, inmediatamente vamos a un buscador de internet para buscar lo que queremos, información sobre este, precio, tallas, colores y más, de aquí la importancia que ha tenido el marketing digital en el mundo, pues aparecer de primera a en la lista de los buscadores es sumamente importante y esto se logra teniendo gran conocimiento y teniendo una página web o una red social sumamente bien preparada con buena información, con buenos diseños que se ajusten al tipo de producto o servicio que este ofrezca.

“La comercialización de un producto o servicio se centra en la acción de comercializar, que consiste en poner a la venta un producto, darle las condiciones comerciales necesarias para su venta y dotarla de las vías de distribución que permitan que llegue al público final. Es decir, se basa en todas las técnicas y decisiones enfocadas a vender un producto en el mercado, con el objetivo de conseguir los mejores resultados posibles (Hudders, et al., 2020)”.

Para concluir el CRM, TIC, CE y Marketing Digital, son temas profundamente entregados a los clientes es casi un 90% de su estructura, que el primer paso es entender los gustos y necesidades del cliente, esto sigue con crear una conexión entre el cliente y la compañía y que el cliente no quiera

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 20 de 34</p>

cambiar esta compañía por su competencia directa, ayudarse lo máximo posible por las tecnologías de información y comunicación ya que en la actualidad la tecnología es la mayor fuente de comunicación entre compañía/cliente y no solo eso, también es la mejor manera de lograr que el producto y/o servicio se dé a conocer de manera masiva usando las herramientas correctas para su respectiva promoción.

3.2 Desarrollo y logro de objetivos

3.2.1 Asesoramiento de experto en plataforma digital

Se le realizo a un experto tecnológico que ya con anterioridad ha realizado plataformas digitales y manejo de redes sociales para una microempresa que tiene en compañía con su padre, unas preguntas tipo entrevista sobre las plataformas digitales para así lograr un buen asesoramiento, después de conversar y hacer la entrevista se llegó a la conclusión que las plataformas digitales son páginas web que tiene un fin de ayudar más allá de los consejos, con las interacciones que tienen los usuarios de estas, lo que las hace más llamativas es que son necesarias ya sea por algo laboral o educativo o simple diversión pero dado que la diversión es una necesidad esto hace que las plataformas sean totalmente necesarias, lo que realmente logra que una plataforma sea exitosa son las personas que las usan pero para lograr que estas sean usadas de manera masiva se tiene que crear una plataforma que tenga todo lo necesario respecto al tema del que trate esta y que se sepa que va a ser usada por eso antes de crearle es importante que se sepa que hay personas que están interesadas en hacer uso de esta, en saber que las personas van a sentir una necesidad de usarla, las plataformas de Ecommerce y CRM van muy conectadas ya que ambos temas se ayudan mutuamente y son realmente necesarias para el éxito de una empresa ya que estas “tiendas virtuales” ayudan mucho a que se puedan realizar compras masivas y mucho más fáciles, el primer paso de las plataformas es

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 21 de 34

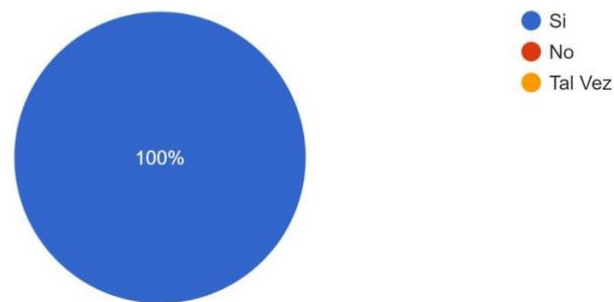
preguntar que espera un usuario de esta, el segundo es crear un buen contenido, el tercero es crear la plataforma y por ultimo asegurar un buen funcionamiento y así asegurar los usuarios.

3.2.2 Enviar encuesta a colegas

Se le realizo a los colegas del equipo comercial de Auteco SAS, una encuesta en la que ellos podrían expresar si para ellos la idea de la plataforma digital que facilitaría y agilizaría el trabajo sería una idea llamativa para ellos, así mismo nos podría ayudar a saber cuáles son las razones por las que su trabajo se ralentiza y en lo que la plataforma podría ayudarles, estas fueron sus respuestas:

¿Usarías una plataforma digital que facilitaría y agilizaría tu trabajo?

8 respuestas



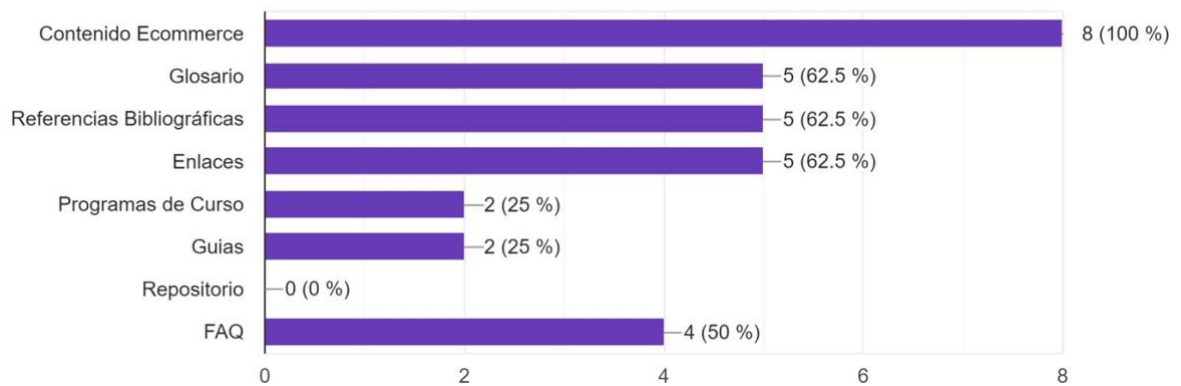
¿Consideras importante una plataforma digital que te ayude a realizar tareas laborales?

8 respuestas



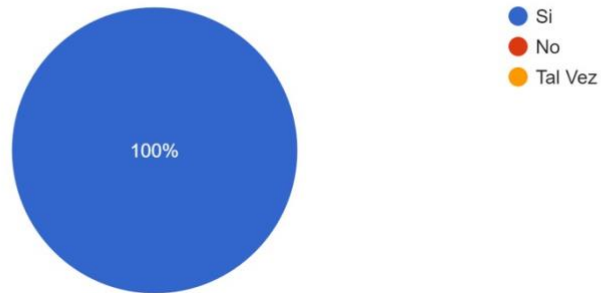
¿Qué herramientas crees que son importantes que contenga una plataforma digital de Ecommerce?

8 respuestas



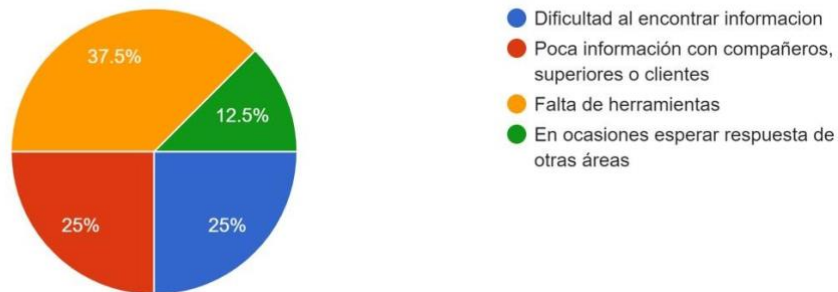
¿Consideras que el equipo comercial de Auteco SAS, utilizaría una plataforma digital para obtener la información necesaria para sus tareas laborales?

8 respuestas



¿Cuáles son los factores que hace que tu trabajo se ralentice?

8 respuestas



 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 24 de 34

¿Crees que al agilizar las tareas laborales se lograra mejores resultados en la empresa? Porque?

8 respuestas

Si considero que al lograr trabajar con más agilidad se harían entregas más rápidas y por lo tanto la empresa tendría muchos mejores resultados

Si, aumenta la productividad de los empleados

Permite cumplir con las funciones e ideas fácilmente

Si, ps la rapidez de entrega logrará que los clientes se sientan más a gusto con la empresa

Porque mejora los procesos

Si las entregas mas rapidas dan mejores resultados

Si porque tienes más claro lo que tienes que hacer

Si, porque podría permitir respuestas más claras


Activar
Ve a Co

3.2.3 Diseño y contenido del sitio web

La plataforma sería usada por el equipo comercial de la empresa Auteco SAS, por lo cual en la encuesta anterior se le pregunto a el equipo comercial que contenido les gustaría ver en esta plataforma sus respuestas fueron Contenido Ecommerce, Referencias Bibliográficas, Enlaces, Guías y FAQ.

Contenido Ecommerce

La plataforma tendrá todo el contenido que se necesite para crear la página web de Auteco SAS, tendrá fotografías, referencias, descripciones específicas, colores, tallas, compatibilidad con motos, manuales, información personal de la empresa, numero de contacto, historia de la empresa, la idea de la plataforma es que el equipo comercial de Auteco SAS pueda encontrar con facilidad la

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 25 de 34

información que se necesite para darle al cliente o poner en el sitio web, así se ahorrarían tiempo de espera al preguntarle a colegas esta información.

Glosario

Hay algunos colegas que no están asociados con diferentes términos respecto a las motos el glosario se iría creando poco a poco, con cada duda de nombre que tengan estos colegas y/o clientes algunos ejemplos serian:

Akrapovic: sistema de escape

Cúpula: Pantalla moto, parabrisas.

Googles: Gafas de motociclista

Mug: Taza

Estribera: Componente que se puede cambiar y ajustar para adaptar al conductor según altura.

Leva de Clutch: Manigueta, manija o manubrio.

Sprocket: Rueda dentada que se posiciona junto a la rueda trasera de una moto.

Brida: Borde que sobresale, que aumenta la resistencia.

Spoiler: Pieza que se sitúa en la parte inferior trasera de la máquina.

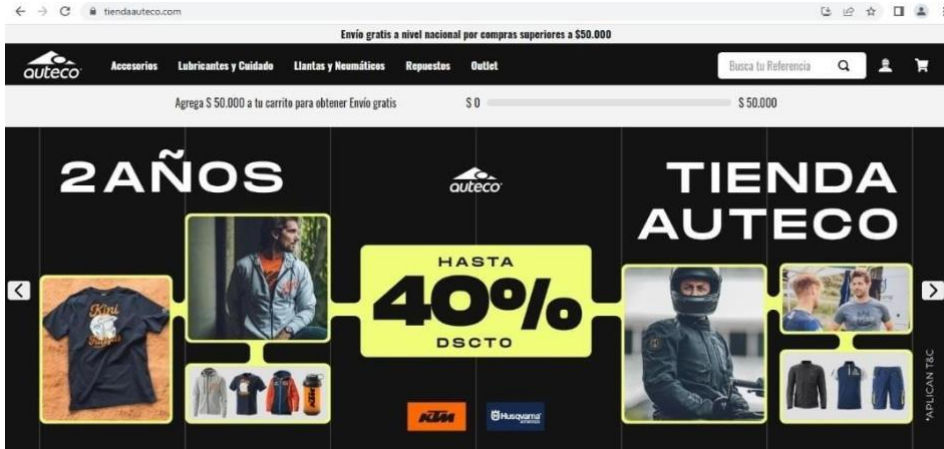
Lanyard: Cintas anudadas que se suelen colgar del cuello para llevar artículos a la mano.

Referencias Bibliográficas y Enlaces

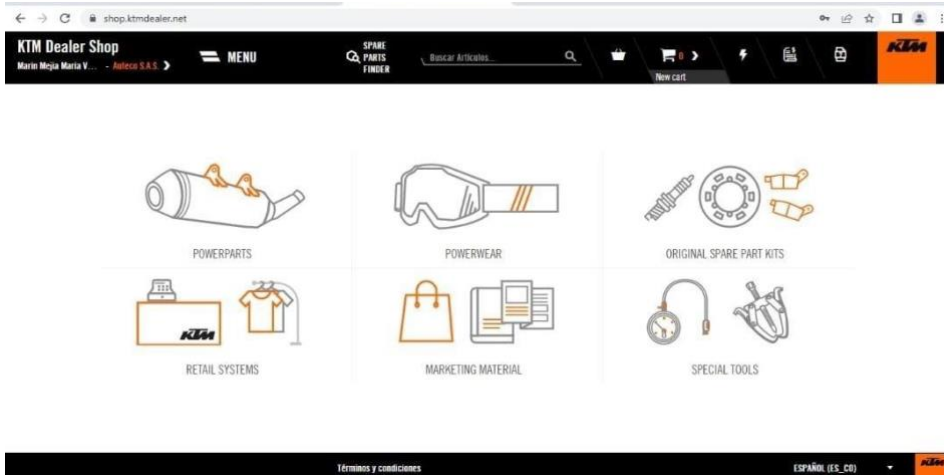
Todas las referencias bibliográficas van a ser 100% de las pagina de Auteco y sus derivados, como lo son el dealer de KTM y Husqvarna y el SAP.

<https://www.tiendaauteco.com/>

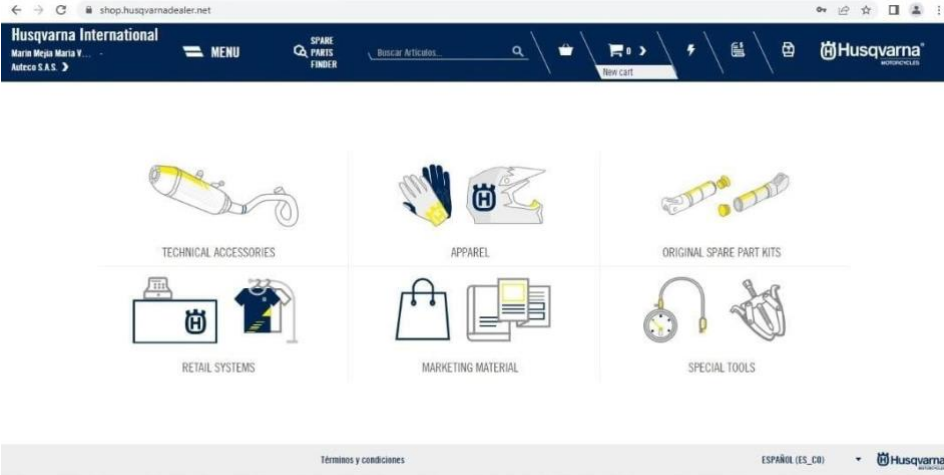
 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<h2>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</h2>	<p>Código: F-DO-0025</p> <hr/> <p>Versión: 01</p> <hr/> <p>Página 26 de 34</p>
---	--	---



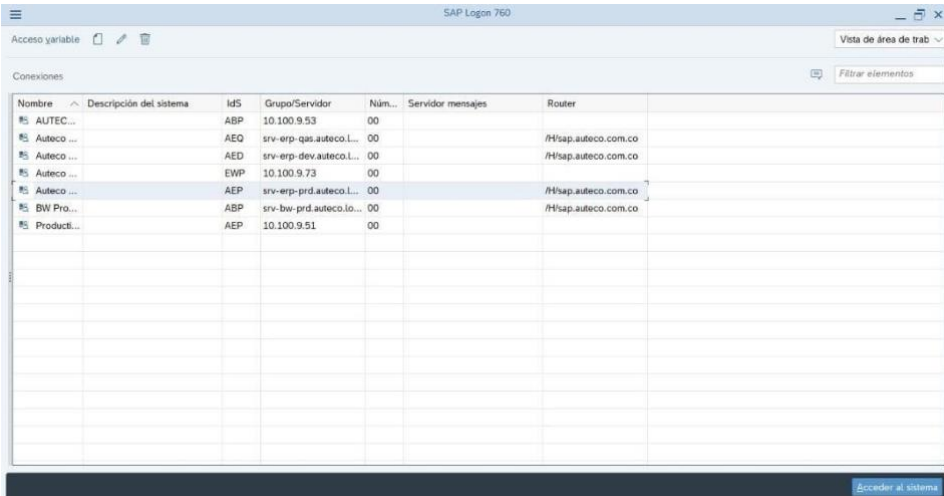
<https://shop.ktmdealer.net/>



<https://shop.husqvarnadealer.net/>



<https://www.sap.com/latinamerica/index.html>




The screenshot shows the SAP Logon 760 interface. At the top, there is a title bar 'SAP Logon 760' and a 'Vista de área de trab' dropdown. Below the title bar, there is a search bar 'Filtrar elementos'. The main area contains a table with the following columns: Nombre, Descripción del sistema, IdS, Grupo/Servidor, Núm..., Servidor mensajes, and Router. The table contains several rows of system connection data.

Nombre	Descripción del sistema	IdS	Grupo/Servidor	Núm...	Servidor mensajes	Router
ALTEC...		ABP	10.100.9.53	00		
Auteco ...		AEQ	srv-erp-qa.auteco.L...	00		/Hsap.auteco.com.co
Auteco ...		AED	srv-erp-dev.auteco.L...	00		/Hsap.auteco.com.co
Auteco ...		EWP	10.100.9.73	00		
Auteco ...		AEP	srv-erp-prd.auteco.L...	00		/Hsap.auteco.com.co
BW Pro...		ABP	srv-bw-prd.auteco.io...	00		/Hsap.auteco.com.co
Product...		AEP	10.100.9.51	00		

FAQ

Estas son preguntas frecuentes que puedan tener los usuarios de la plataforma y que ya tengan sus respuestas para así no alargar el proceso al esperar estas respuestas, estas preguntas frecuentes se irán creando conforme se vaya usando la plataforma ya que se ira preguntando cuales son las

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	<p>INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL</p>	<p>Código: F-DO-0025</p>
		<p>Versión: 01</p>
		<p>Página 28 de 34</p>


preguntas que les ha surgido más frecuentemente al usar la plataforma o respecto a su trabajo con Auteco SAS, por esto es super importante que la plataforma tenga usuarios comprometidos que no solo la usen, si, no que también ayuden a su mejoramiento continuo.

3.2.4 Desarrollo prototipo de la herramienta a utilizar

La plataforma va a contener todos los ítems anteriormente mencionados, esta plataforma va a contener logo y colores de Auteco SAS.



Al darle clic en contenido ecommerce se abrirá las opciones de contenido del equipo comercial de Auteco SAS, como lo son accesorios, repuestos, precios, compatibilidades de accesorios y motos, los requeridos entre si entre accesorios, otros nombres con los que se le puedan llamar a los accesorios y/o repuestos.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 29 de 34

Contenido Ecommerce Glosari




Accesorios
Repuestos
Precios
Compatibilidad
Requeridos
Otros Nombres

El fin de la plataforma es ayudar a que la información que se necesite sea obtenida más fácil y se agilice el trabajo por lo cual este debe tener toda la información posible y sea fácil de pasar a la matriz de Excel y así sean montados con facilidad a la página web para los clientes.

Conforma la plataforma se vaya usando se pueden ir agregando más ítems que se vaya sintiendo que son necesarios, ya que la finalidad de esta plataforma es lograr que el trabajo del equipo comercial se vuelva más rápido y fácil.

4. CONCLUSIONES.

- Teniendo en cuenta que para el éxito de la empresa Auteco SAS es muy importante el marketing y la atención que se le debe dar al cliente, una plataforma digital que ayude a las personas que se encargan de esto a que su trabajo sea más ágil, rápido y tenga muchas

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 30 de 34


mejoras es una excelente idea para la mejora continua de la empresa y fácil respuesta al cliente, ya que mucho retrocesos en respuestas al cliente o en subir productos nuevos o nueva información en la página web se debe a la falta de información o lentitud de esta.

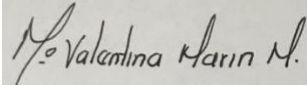
- Algo que hace a esta plataforma más interesante es que sea usada por todo el equipo comercial de Auteco SAS, ya que entre todo el equipo se va a lograr una mejora continua y que toda la información necesaria éste en dicha plataforma, incluyendo cualquier información pequeña que cada uno tenga la suba a la plataforma ya que esta le puede servir a los demás colegas en algún momento y así transformar estas en herramientas profesionales para el uso de todos.

5. RECOMENDACIONES.

- En caso de que un usuario de la plataforma digital tenga una información importante para el área comercial y esta no se encuentre ya en la plataforma se compartirá para que los demás puedan hacer uso de esta información por medio de la plataforma.
- Los usuarios de la plataforma no solo compartirán cualquier pregunta o confusión que tenga respecto a algo de sus labores ya que estas dudas se pueden resolver entre todos y pueden ser usadas para el glosario o las FAQ y así estas se van a ir alimentando, pues puede ser una duda que varios tengan.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 31 de 34


Firma del estudiante: 

Firma del asesor 

Firma del jefe en el Centro de Práctica: 

Bibliografía:

- Auteco. (2022): <https://www.auteco.com.co/nosotros/quienes-somos/>
- Hernández, H. (2020). Asesoría. *Organigrama de Empresa con Ejemplos Reales*: <https://asesorias.com/empresas/modelos-plantillas/organigrama/>
- Auteco. (2019). *Informe Sostenibilidad*: <https://www.auteco.com.co/wp-content/uploads/2020/05/Informe-Sostenibilidad-AutecoSAS-2019-2.pdf>
- Tesis y Master. (2023). *Como hacer el diseño metodológico de una investigación*: <https://tesisymasters.com.co/disenio-metodologico/>
- Bizneo. (2023). *Cronograma de un proyecto*: <https://www.bizneo.com/blog/cronograma/>
- Universidad Externado de Colombia. (2003): <https://www.uexternado.edu.co/wp-content/uploads/2017/01/MANUAL-DE-PRACTICAS.pdf>
- Huerta, A, J. (2023). *Guía Básica para entender las Plataformas digitales, TiendaNube*: <https://www.tiendanube.com/blog/mx/plataformas-digitales/#:~:text=Las%20principales%20ventajas%20de%20las,los%20procesos%20de%20las%20empresas.>
- J. Checasaca y L. Sánchez. (2022). *Importancia de la herramienta Customer*

	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 32 de 34

Relationship Management (CRM) en las empresas de Latinoamérica. Una revisión sistemática de la literatura científica los últimos diez años:


http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2409-87522022000300097&lang=es

- Viltard, L. (2023). *Foco en la Experiencia del Cliente. Qué, por qué y cómo de este paradigma estratégico y organizacional, con un epílogo sobre la economía circular:* http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232023000100113&lang=es
- Prada, R. (2016). *Las TIC, factor de efectividad en la aplicación del mercadeo digital en negocios de retail:* http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602016000100008&lang=es
- Arévalo, D y Padilla, C. (2015). *Implementación de tecnologías de información y administración del conocimiento en empresas consultoras:* <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/eg/article/view/580>
- Gutiérrez, L y Alderete, M. (2012). *TIC y productividad en las industrias de servicios en Colombia:* <https://www.proquest.com/docview/1318798588>
- Sampedro, C, Palma, D, Machuca, S y Arrobo, E. (2021). *Transformación digital de la comercialización en las pequeñas y medianas empresas a través de redes sociales:* http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000300484&lang=es

Entrevista con experto en plataformas digitales

□ ¿En qué se diferencia una plataforma digital de una página web?

R: Las plataformas se usan para realizar una acción en esta, suelen tener una función mientras que las páginas web son más que todo informativas.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 33 de 34

¿En tus palabras que es una plataforma digital?

R: Son páginas web en las que podemos realizar ciertas actividades para las que están programadas, son plataformas que nos ayudan a interactuar, agilizar actividades y trabajos que se tengan, de hecho, hay muchas que nos han facilitado la vida.

¿Las plataformas tienen algún costo monetario?

R: Puede suceder que haya algunas que cobren, pero la mayoría no solo exige que el usuario se registre, pues para estas plataformas lo más importante es que tengan personas que realicen la interacción en esta.

¿Qué tipos de plataformas digitales existen?


R: En realidad existen muchísimos tipos de plataformas estas se prestan para muchas cosas existen plataformas tipo red social, de juegos, de música, lectura, fotos, de televisión, ecommerce, plataformas de pago que son las de los bancos, de CRM, las educativas, de publicidad y muchas más.

¿Qué ejemplos me puedes dar de plataformas de Ecommerce y/o CRM?

R: Las plataformas de Ecommerce son como tiendas en línea que ahora son muy necesarias para los negocios y mucho más para los que no tengan tienda física y las plataformas de CRM son las plataformas de servicio al cliente son plataformas donde las empresas pueden darle un mejor servicio a sus clientes

¿Se podrían unir plataformas de Ecommerce y CRM?

R: Claro que si son temas que van muy de la mano, en la atención al cliente se les escucha a los clientes lo que quieren, se llega a conocer mejor al cliente y a tener una relación más cercana dependiendo de esto se realiza el ecommerce ya que una tienda online debe ser respecto a los gustos del cliente.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	INFORME FINAL DE PRACTICA PROFESIONAL	Código: F-DO-0025
		Versión: 01
		Página 34 de 34

¿Cuáles son las cosas más esenciales que debe de tener una plataforma digital?

R: Realmente no es mucho las plataformas son muy usadas hoy en día y con que tengan usuarios y un contenido chévere de acuerdo al tema del que sea la plataforma, ya está tendría mucho éxito, la interacción es super importante entre usuarios en estas plataformas