

Informe final de prácticas empresariales corporación universitaria del meta

David Fernando Cardona Martínez

CORPORACION UNIVERSITARIA DEL META-UNIMETA.
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
FACULTA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD

TABLA DE COINTENIDO

	PAG
1. RESEÑA HISTORICA DEL ESCENARIO DE PRACTICA.....	1
2. PLANA ESTRATEGICO.....	2
2.1 MISION.....	2
2.2 VISION.....	2
2.3 OBJETIVOS.....	3
3. DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS A DESARROLLAR.....	3
4. OBJETIVO BUSCADO POR EL PRACTICANTE.....	3
4.1 METAS PROPUESTAS POR EL PRACTICANTE.....	4
5. DIAGNOSTICO Y PROBLEMATICAS DETECTADAS EN LA EMPRESA SOMOS MASTER GROUP S.A.S AL INICIO DE LA PRACTICA.....	4
6. CRONOGRAMAS DE ACTIVIDADES REALIZADAS.....	5
6.1 PORCENTAJE DE IMPLEMENTACION DEL PLAN DE PRACTICAS.....	6
7. NORMATIVIDAD EXTERNA E INTERNA QUE RIGE A LA ENTIDAD DE PRACTICA.....	6
8. ESTRUCTURA DEL DIAGNOSTICO.....	6
8.1 PLAN DE MEJORAMIENTO.....	7
9. APORTES Y SUGERENCIAS REALIZADAS DURANTE LA PRACTICA, QUE HAYAN SERVIDO PARA EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DE LA ENTIDAD DE PRACTICA PARA HACERLO MAS COMPETITIVO.....	9

10. PRODUCTOS COMO RESULTADO DE LOS APORTES QUE EL PRACTICANTE HAYA REALIZADO PARCIALMENTE EN EL MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS DE ACUERDO A LA EMPRESA.....	10
11. EVIDENCIAS DE LA EJECUCION TOTAL DEL PLAN DE PRACTICA.....	11
12. CERTIFICACION DE LA TERMINACION DE LA PRACTICA EXPEDIDA POR LA ENTIDAD DE PRACTICA.....	13
13. CONCLUSIONES.....	14
14. BIBLIOGRAFIA.....	14

RESEÑA HISTORICA DEL ESCENARIO DE PRÁCTICA

La empresa Somos Master Group S.A.S una empresa llanera 100% creada en eal año 2020, año memorable para la humanidad, no fue impedimento para que naciera esta empresa que se dedica a varias líneas de trabajo o negocio pero que en esencia nace por la necesidad de brindar un espacio en el cual se integraran servicios artísticos, musicales, culturales y de suministro para el ámbito musical y audiovisuales, contando con una sede física que cuenta en su interior con salas de ensayo y grabación musical, set de transmisión vía streaming, tienda de venta de instrumentos y accesorios musicales,, bodega con equipos para producción de eventos en vivo, alquiler de elementos logísticos.

En su año de creación formal sufrió retrasos debido a la pandemia, el proyecto tuvo que ser postergado varias veces y los inicios no fueron del todo buenos, debido a la imposibilidad de operar al 100%, y menos con flujo de personas en eventos masivo o reuniones con cierta cantidad de personas, pero entre las adversidades nacen ideas y formas de salir adelante, es cuando se pone en marcha la construcción de un set de transmisión digital lo cual fue potenciado por la pandemia, donde lo virtual se volvió necesario y una salida para muchos y en especial para el campo artístico y musical, realizando conciertos virtuales fue como muchos de la industria del espectáculo lograron de alguna manera mitigar el impacto negativo que causo en este sector.

Poco a poco fue tomando fuerza en el sector y a medida que se iban levantando restricciones, se iba abriendo los demás servicios de la empresa, el poco tiempo que se lleva en servicio no traduce la inexperiencia en el sector sino que es la consolidación de

un trabajo de mas de 10 años como conocedores de la industria local es la puesta en marcha de un servicio para todos los músicos y artistas de la región, un lugar donde puedan encontrar todos los servicios requeridos en un solo lugar, la tienda de música cuenta con el respaldo de grandes marcas como lo son Shure, Yamaha, presonus, behringer, akg, proel, jbl y muchas otras que logran suplir las necesidades del mercado local, el cual año tras año se especializa y se vuelve mas exigente a condiciones técnicas.

1. PLAN ESTRATEGICO

2.1. MISION

Brindar un excelente y completo servicio integral, donde nuestro profesionalismo, vocación, seriedad, compromiso y cumplimiento sean la garantía para lograr una ocasión inolvidable, superando cualquier expectativa

2.2 VISION

Ser líderes en la prestación de servicios integrales en la industria del espectáculo a nivel nacional, distinguiéndonos por la calidad de un excelente servicio y altos estándares de profesionalismo, sujetos al mejoramiento permanente. El futuro de nuestra empresa, esta comprometido en la atención, asesoría y organización de eventos, espacios técnicos para la creación musical, servicios de suministros musicales con excelentes estrategias, manteniendo nuestro respeto integral por la satisfacción de nuestros clientes y seguir comprometidos con el desarrollo de nuestra región.

2.3 OBJETIVO

Nos preocupamos por garantizar de manera constante de brindar los mejores servicios y de alta calidad, contamos con un selecto grupo de profesionales integrales y de calidez humana, que de manera eficaz se encargan de todos los detalles del servicio, desde la planificación y asesoría con ideas innovadoras y con el compromiso de que la relación comercial termine de forma exitosa.

3 DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS A DESARROLLAR

Cuadro 3.1. descripción de funciones y/o procedimientos

NUMERO	FUNCIONES
1	Apoyar los procesos de relacionamiento con proveedores
2	Ayudar a direccionar procesos de decisiones de compra en cuanto a productos a traer para ofrecer
3	Estudios de mercado
4	Evaluacion y analisis de productos que se pueden ofrecer.
5	Diseño y elaboracion de piezas publicitarias.

4 OBJETIVO BUSCADO POR EL PRACTICANTE

Como acción principal es poner en prácticas las habilidades y conocimientos adquiridos en el proceso de aprendizaje durante la etapa como estudiante, a su vez poder reforzarlas con la puesta en marcha de proyectos en casos reales y que estos procesos puedan servir para la organización.

4.1 METAS PROPUESTAS POR EL PRACTICANTE

Durante la ejecución de la práctica profesional a realizar en la empresa Somos Master Group S.A.S la idea es poder desarrollar las siguientes actividades:

- Elaborar un diagnóstico de situación el cual me permita evidenciar puntos débiles en cuanto a estrategias de mercado y publicidad de la organización.
- Realizar un plan de mejoramiento
- Creación de estrategias a partir de lo evidenciado y las necesidades.
- Creación de piezas publicitarias en concordancia con las estrategias.
- Análisis y rendimientos de productos.

5. DIAGNOSTICO Y PROBLEMAS DETECTADAS EN LA EMPRESA SOMOS MASTER GROUP S.A.S AL INICIO DE LA PRACTICA

En primer lugar pude evidenciar falencias en las estrategias publicitarias ya que no eran recurrentes, entendiéndolo que la publicidad hoy en día es tan importante como cualquier trabajador de la empresa, la comunicación con clientes suele ser tardía es un aspecto a mejorar el relacionamiento, al igual que con proveedores los canales de comunicación se deben afianzar para lograr efectividad en la tarea a desarrollar, asesoramiento en la decisión de compra y rentabilidad de servicios y productos se puede evidenciar una falta de

objetividad, el trabajo grafico aunque variable se puede notar que tiene problemas en algunos casos de copy y de mensaje que se quiere transmitir. Igual es que muchos trabajos publicitarios son encomendados a agencias externas.

6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES REALIZADAS

NOMBRE DE LA EMPRESA	SOMOS MASTER GROUP
----------------------	--------------------

NOMBRE Y APELLIDOS ESTUDIANTE	DAVID FERNANDO CARDONA MARTINEZ
-------------------------------	---------------------------------

ACTIVIDADES	SEM ANA 1	SE MA NA 2	SEM ANA 3	SEM ANA 4	SEM ANA 5	SEMA NA 6	SEMANA 7	SE MA NA 8	SE MA NA 9	SE MA NA 10	SE MA NA 11	SE MA NA 12
DIAGNOSTICO SITUACION												
PLAN DE MEJORAMIENTO												
CREACION DE ESTRATEGIAS												
CREACION DE PIEZAS PUBLICITARIAS												
APOYAR PROCESOS DE COMPRA Y VENTA												
ANALISIS Y APOYO EN PRODUCTOS Y SERVICIOS												
ELABORAR INFORMES												

Tabla 6.1
cronograma de actividades

Fuente: Propia

6.2 PORCENTAJE DE IMPLEMENTACION DEL PLAN DE PRACTICA

El porcentaje que basado en las actividades que se han desarrollado dentro de la empresa Somos Master Group S.A.S equivale al 100 % traducido a 12 semanas de práctica, comprendido del 27 de febrero al 12 de mayo de 2023 (véase en la tabla 6.1 del cronograma de actividades)

7. NORMATIVIDAD EXTERNA E INTERNA QUE RIGE A LA ENTIDAD DE PRACTICA

En el momento no existe una normatividad estructurada en la entidad de practica

8. ESTRUCTURA DEL DIAGNÓSTICO

Realice una síntesis de los hallazgos encontrados al interior de la organización y su puesto de trabajo según corresponda:

FACTORES INTERNOS FORTALEZAS (+)		FACTORES INTERNOS DEBILIDADES (-)	
1	Variedad en productos frente a competidores.	1	Poca experiencia en el sector
2	Disponibilidad inmediata de productos.	2	Aun no se ha estructurado un plan detallado .
3	Productos de calidad.	3	La fuerza de ventas es limitada .
4	Instalaciones físicas adecuadas.	4	Los procesos y sistemas financieros y contables aún falta ajustar.
5	Procesos de garantía confiables.	5	Entrenamiento para el personal en atención al cliente.
6	Variedad en proveedores	6	falencias en la comunicación publicitaria.
7	Conocimiento de cierto parte del personal en cuanto a los productos ofrecidos.	7	Falta de canales virtuales para ventas.
8	Respaldo y credibilidad.	8	

9	Desde la administración hay interés en crecer.	9	
	FACTORES EXTERNOS		FACTORES EXTERNOS
	OPORTUNIDADES (+)		AMENAZAS (-)
1	Los márgenes de ganancia en las ventas podrán ser buenos.	1	Ventas por internet a un menor precio.
2	Hay oportunidad de crecer en alguna nueva sede.	2	Impacto en cuanto impuestos.
3	Interés por parte de nuevos proveedores.	3	La demanda del mercado es cambiante.
4	Implementación de nuevas estrategias.	4	Posible llegada de algún competidor de cadena.
5	Ganar terreno frente a los competidores locales.	5	

Fuente: (Autor).

8.1 PLAN DE MEJORAMIENTO

En el siguiente cuadro se menciona unas líneas de trabajo que ayudaran a el mejoramiento de la organización.

Tabla 8.2. Plan de mejoramiento empresa SOMOS MASTER GROUP S.A.S

Acciones de mejora	Tareas	Recursos necesarios	Porcentaje de avance
VENTAS POR INTERNETE	Poner en marcha un plan para ventas por internet	Puesta en marcha de plataformas virtuales	33,3%
	catalogo virtual de productos	diseño de piezas publicitarias para catalogo	
	facilitar medios de pagos digitales	comunicación con parte contable y financiera	
	capacitar personal en atención al cliente	Solicitar capacitaciones	100%

CAPACITACION EN PROCESOS DE VENTAS	capacitación de personal específico de productos en venta	Solicitar capacitaciones	
PUBLICIDAD	mejorar comunicación grafica	diseñar plan de comunicación grafica	66,66%
	realización piezas graficas	diseñar y concebir piezas graficas	
	redes sociales	estructurar manejo y redes sociales de la empresa	
NORMATIVIDAD EXTERNA E INTERNA	Estructurar la normatividad que rige a la entidad de practica	Acopiar información para la realización de normatividad.	0%

Fuente: (Autor).

9. APORTES Y SUGERENCIAS REALIZADAS DURANTE LA PRACTICA, QUE HAYAN SERVIDO PARA EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DE LA ENTIDAD DE PRACTICA PARA HACERLO MAS COMPETITIVO.

Como parte del desarrollo de la práctica se propuso una serie de aportes y sugerencias que buscaban enriquecer y mejorar en el sector en el cual se ubica el escenario, a continuación se relacionan lo anterior:

1. Como aporte se
2. Se sugirió la puesta en marcha de la página web para la venta a través de esta.
3. Como aporte se hizo la solicitud a el sistema financiero Addi en busca de soluciones de crédito a los clientes y el cual a la fecha se encuentra en estudio por parte de la entidad financiera.
4. Participación con aportes y sugerencias en la firma del convenio de distribución oficial de la marca de micrófonos Sennheiser para la región llanos orientales.
5. Certificación capacitación Especialista en producto Sennheiser.
6. Aporte en piezas graficas de los nuevos productos ofrecidos.
7. Aporte con la departamentalización de productos.
8. Acompañamiento en diferentes eventos en los cuales la empresa hizo presencia.

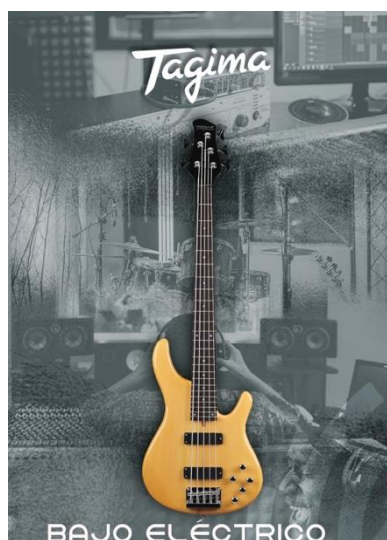
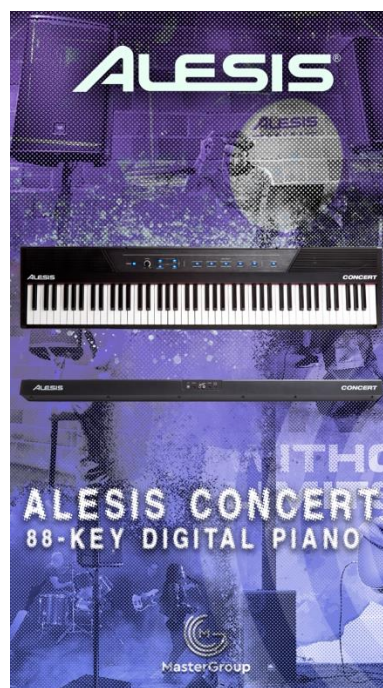
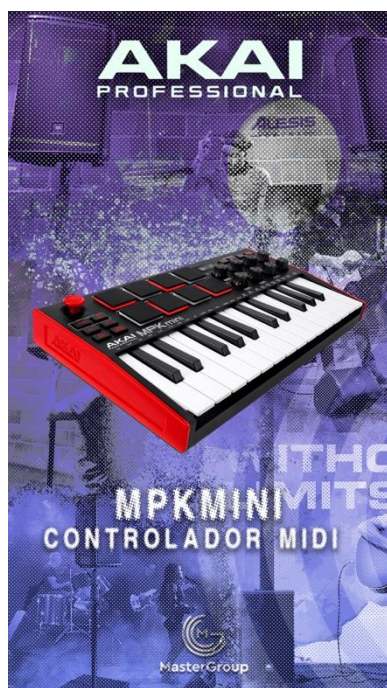
10. PRODUCTOS COMO RESULTADO DE LOS APORTES QUE EL PRACTICANTE HAYA REALIZADO PARCIALMENTE EN EL

MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS DE ACUERDO A LA EMPRESA.

1. Como parte de la firma de convenio de distribución de la marca Sennheiser se evidencio, un aumento en ventas de productos de esta nueva marca.
2. Movimiento en redes con la publicación de la nueva marca.
3. Oficialización como distribuidor oficial de Sennheiser en la región.
4. Posicionando como una de las principales tiendas de música y accesorios en la región.
5. Presencia en eventos importantes como organizadores del aniversario de la ciudad de Villavicencio desarrollado en conjunto con la Alcaldía Municipal de Villavicencio Meta.

11. EVIDENCIAS DE LA EJECUCION TOTAL DEL PLAN DE PRACTICA

Piezas publicitarias



SENNHEISER

**WIRELESS VOCAL SET
EW 500 G4-935**



MasterGroup

This advertisement features a black and white background image of a man singing into a microphone. The product, a Sennheiser EW 500 G4-935 wireless vocal set, is shown in the foreground. It consists of a black handheld microphone on a stand and a silver and black receiver unit with a digital display and various ports.

SENNHEISER

**PROFESSIONAL MONITORING
HD 25**



MasterGroup

This advertisement features a black and white background image of a man singing into a microphone. The product, Sennheiser HD 25 professional monitoring headphones, is shown in the foreground. They are black over-ear headphones with a large ear cup and a flexible boom microphone.

SENNHEISER

**IN-EAR MONITORING
IE 100 PRO**



MasterGroup

This advertisement features a black and white background image of a man singing into a microphone. The product, Sennheiser IE 100 PRO in-ear monitoring, is shown in the foreground as a black and blue product box. The box features the Sennheiser logo and the product name.

SENNHEISER

**KIT PACK X3 INSTRUMENTO
E 604**



MasterGroup

This advertisement features a black and white background image of a man singing into a microphone. The product, Sennheiser E 604 Kit Pack X3 Instrumento, is shown in the foreground. It consists of three black dynamic microphones mounted on stands, each with a shock mount.





Fuente: Elaboración propia

12. CERTIFICACION DE LA TERMINACION DE LA PRACTICAEXPEDIDA POR LA ENTIDAD DE PRACTICA.



MasterGroup

Villavicencio meta 19 de mayo de 2023

Señores
UNIMETA
Ciudad

Asunto: culminación de prácticas empresariales 2023

Cordial saludo

El señor **DIEGO MAURICIO ALGARRA MOJICA identificado** con cedula de ciudadanía N. 86.080.720 de Villavicencio meta, actuando como representante legal de SOMOS MASTER GROUP S.A.S identificado con NIT 901.386.189-8 por medio del presente documento certifica que el estudiante **DAVID FERNANDO CARDONA MARTINEZ** con cedula de ciudadanía N. 1.121.887.335, de la Universidad del Meta -UNIMETA culmino satisfactoriamente sus prácticas académicas en el área de mercadeo realizadas desde el 27 de febrero al 12 de mayo 2023 con un periodo de duración de 12 semanas.

Atentamente



DIEGO MAURICIO ALGARRA MOJICA
Gerente Somos Master Group S.A.S

13. CONCLUSIONES.

Lo realizado en este tiempo de ejecución de prácticas me ayudaron a poner en práctica lo aprendido, en el tiempo de academia, poder realizar las tareas en el ámbito real donde te das cuenta lo complejo que puede ser la vida laboral pero que a la vez te sientes preparado para brindar soluciones que brinden esa ayuda que la empresa u organización necesita.

No fue una experiencia totalmente nueva pero sí enriquecedora ya que desde un tiempo vengo laborando en esta organización pero hacerlo de una manera organizada con cronograma y actividades por cumplir fue lo nuevo en esta experiencia.

14. BIBLIOGRAFIA.

Fuente: Elaboración propia