

Manejo eficaz y eficiente del material de marketing de Sika Colombia

Yennifer Yulieth Linares Díaz

000297227

Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga

Escuela de economía, administración y negocios

Administración de empresas

Bucaramanga

2019

Manejo eficaz y eficiente del material de marketing de Sika Colombia

Yennifer Yulieth Linares Díaz

000297227

Trabajo de Grado para Optar al Título de Administrador de Empresas

Director :

Enrique Jose Luis Sanchez Roa

Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga

Escuela de economía, administración y negocios

Administracion de empresas

Bucaramanga

2019

Contenido

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO	6
GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE.....	7
Introducción.....	8
1. Presentación de la empresa	9
1.1 Empresa	9
1.2 Misión y Visión	9
1.3 Estructura Organizacional.....	10
2. Planteamiento del problema.....	11
3. Objetivos	13
3.1 Objetivo General.....	13
3.2 Objetivo específico	13
4. Marco de antecedentes.	14
5. Justificación.....	15
6. Marco de referencia.....	16
6.1 Marco Conceptual.....	16
6.2 Marco Teórico.....	17
7. Funciones y cronograma	18
7.1 Funciones	18
7.2 Cronograma	18
8. Metodología	19
9. Conclusiones	20
10. Recomendaciones	25
11. Bibliografía.....	26
12. Anexos.....	27

Lista de Figuras

Figura 1 Organigrama.....	10
Figura 2 Cronograma de actividades	18
Figura 3 Cronograma Eventos	18
Figura 4 Base de datos.....	23
Figura 5 Base de datos.....	27

Lista de tablas

Tabla 1 Tabulacion de 2003-2010	20
Tabla 2 Tabulacion del 2011-2017	21

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: Manejo eficaz y eficiente del material de marketing de Sika Colombia

AUTOR(ES): Yennifer Yulieth Linares Díaz

PROGRAMA: Facultad de Administración de Empresas

DIRECTOR(A): Enrique José Luis Sánchez Roa

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo presentar un plan estratégico para el manejo eficiente del material publicitario para la empresa Sika Colombia con el cual se puedan optimizar recursos a la hora de su distribución a los consumidores y organización. En primer lugar se realizó una investigación del POP ubicado en la regional Santander para determinar la cantidad y variedad de publicidad almacenada por la compañía para poder descartar las posibilidades de desechar el material. Como segunda medida se creó un archivo con todos los datos suministrados de los 93 prospectos de marketing como medida de solución para los métodos de busca por los asesores y mercaderistas. Incluso el amplio aprendizaje sobre el área de la construcción con un énfasis en el mercadeo dejando como enseñanza el cómo poder impactarles a los consumidores por medios de eventos masivos para socializar el amplio portafolio con el que cuenta la empresa y convertirse en el top of mine de nuestros compradores.

PALABRAS CLAVE:

Estrategia, Mercadeo, Pop, Publicidad

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: Effective and efficient management of the marketing material of Sika Colombia.

AUTHOR(S): Yennifer Yulieth Linares Diaz

FACULTY: Facultad de Administración de Empresas

DIRECTOR: Enrique Jose Luis Sánchez Roa

ABSTRACT

The objective of this document is to present a strategic plan for the efficient management of advertising material for the company Sika Colombia with which resources can be optimized at the time of distribution to consumers and the organization. First, an investigation of the POP located in the Santander region was carried out to determine the quantity and variety of advertising stored by the company to rule out the possibilities of disposing of the material. As a second measure, an archive was created with all the data provided by the 93 marketing prospects as a solution measure for search methods by consultants and traders. Even extensive learning about the construction area with an emphasis on marketing, such as teaching how to impact consumers through mass events to socialize the company's broad portfolio and become the main buyer.

KEYWORDS:

Strategy, Marketing, Pop, Advertising

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

Introducción

En el siglo XXI el mercado va a una velocidad donde si no se sabe la necesidad del cliente puede que la competencia tome terreno, por lo cual las personas capacitadas en marketing y publicidad en las empresas tienen que estar a la vanguardia del consumidor, haciendo que cuando el cliente potencial piense en una marca en especifica se convierta el producto o servicio en su top of mind.

Hoy en día tenemos una variedad de herramientas que nos facilitan la conexión de una manera innovadora a las personas como páginas de web, periódicos, tv, folletos y muchos más. Uno de los medios más importantes en este momento son las redes sociales ya que hacen que la información llegue a cada rincón del mundo que posea internet creando un lazo entre sus gustos.

1. Presentación de la empresa

En este capítulo se espera presentar la empresa donde se realizaron las prácticas empresariales Sika Colombia S.A.S, dando a conocer los aspectos organizacionales, misión, visión, portafolio de producto y demás.

1.1 Empresa

Tabla 1.
Información de la empresa

Nombre	Sika Colombia S.A.S
Nit	860.000.896-2
Cuidad	Giron,Santander
Ubicación	KM 7, Cra. 15
Contacto	Elver Cuellar (3002654444)

1.2 Misión y Visión

Misión

Sika es una compañía global con una red de subsidiarias alrededor del mundo, activa en los campos de especialidades químicas para la construcción y la industria. Sika está comprometida con la calidad, el servicio, la seguridad y el cuidado ambiental. Nuestros productos de marca, líderes en el mercado mundial, son soluciones comprobadas que crean valor para nuestros clientes.

Visión

Con materiales para la impermeabilización, el sellado, pegado, amortiguación, refuerzo y protección de estructuras portantes, Sika busca ser el líder o un retador fuerte en sus mercados objetivos claramente definidos.

Los mercados de Sika son:

- Producción de concreto
- Sellado y pegado elástico
- Impermeabilización
- Rehabilitación y reforzamiento
- Pisos
- Cubiertas

1.3 Estructura Organizacional

En Sika Colombia la estructura organizacional está dividida por cada área que debe responder por sus respectivos deberes y tareas asignadas para lograr el desarrollo de los objetivos propuestos por la compañía

En la **Figura 1** podemos observar cómo se encuentra organizada la regional Bucaramanga donde se ven ilustrados los cargos y puestos los cuales se encuentran a cargo de 24 personas en sus diferentes áreas de desarrollo distribuidos de esta manera:

- Area administrativa: 5 personas Asesores: 9 personas
- Area de mercadeo : 5 personas Practicantes: 3 personas
- Area de bodega: 2 personas

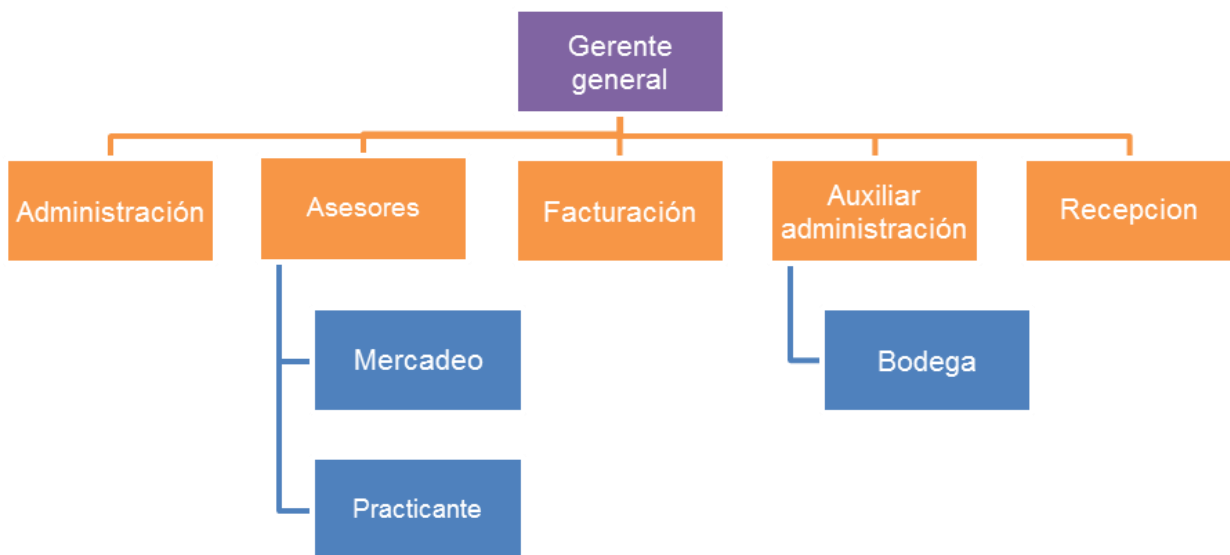


Figure 1 Organigrama

2. Planteamiento del problema

Sika es una empresa Zuisa que nació en 1910 que cuenta con una variedad de sucursales a nivel mundial ,específicamente estaremos observando a Sika Colombia que tiene como principal objetivo la fabricación y distribución de productos químicos para la construcción y el área automotriz. En Santander es una de las principales distribuidoras de los productos Sika donde cuenta con un amplio portafolio de impermeabilizantes, anclajes, sellado y reforzamiento estructural. Sika cuenta con cerca de 400 empleados en las 8 regionales (Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Medellin, Montería y Pereira).

Actualmente cuenta con una plataforma digital donde se puede encontrar todo acerca de la compañía también cuenta con un servicio para los empleados "Sikalearn" donde por medio de una manera didáctica se puede aprender sobre los productos que ofrece la empresa al mercado. Como medio de distribución en el área de mercadeo cuenta con un portafolio de folletos sobre cada uno de los productos con sus respectivas explicaciones de uso con un código QR que los direcciona a la página web que contiene videos y cursos sobre las aplicaciones.

En la regional Santander no se encuentra un lugar adecuado para la ubicación de respetivo material que es enviado por Bogotá, para ser distribuidos a los asesores o consumidores finales con respeto a lo presentado los folletos no se encuentran organizados quedando obsoletos ya que por que no se encuentran organizados no se sabe con qué material se cuenta, ni la cantidad para las capacitaciones, brigadas o encuentros.

Mirando desde otra perspectiva se está generando una pérdida de valor del material ya que sika le da mucha importancia a este medio de comunicación generando un aproximado de más de 2000 mil folletos anuales por producto. Al no ser repartidos de una manera óptima hoy contamos con más de 1684 prospectos de diferentes productos que serán desechados generando una pérdida de dinero y contaminación ambiental.

Pregunta Problema

¿Cómo plantear una estrategia para optimizar el uso del material pop de una manera eficiente?

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Definir una estrategia en la cual se pueda reducir la pérdida en costos del material publicitario en la rotación y distribución de las P. O. P, tomando como piloto la regional Santander.

3.2 Objetivo específico

- Analizar la cantidad de publicidad que se distribuye en la empresa
- Identificar cuenta P. O. P se desecha al año, para reducir la contaminación ambiental
- Plantear un sistema de almacenamiento organizado y lugar visible para la adecuación de la publicidad
- Diseñar un prototipo para la búsqueda y visualización del P.O.P

4. Marco de antecedentes.

Muchas empresas hoy en día usan los medios digitales para comunicar la información, las promociones y eventos a realizar dejando atrás los clásicos medios de comunicación en el olvido. Cometiendo un pequeño error ya que en el área en la cual estamos abordando los consumidores no se encuentran en la misma línea ya que algunos cuentan con más medios económicos para adquirir lo mínimo como un teléfono móvil.

Para darle un manejo eficiente a los materiales publicitarios muchas empresas han optado por realizar estudios de marketing "es decir la técnica de administración empresarial que permite anticipar la estructura de la demanda del mercado elegido, para concebir, promocionar y distribuir los productos y/o servicios que la satisfagan y/o estimulen, maximizando al mismo tiempo las utilidades de la empresa" (KOTLER, 2018).

Donde han llegado ha escribir block ,libros, proyectos de grado especificando los principios que se deben poner en practica a la hora de optimizar el uso del POP .

El uso del material POP usualmente se encuentra para enriquecer la presentación visual de un artículo en negocios; estanterías, stands, vitrinas y mesas de demostración, entre otros.

El objetivo de un manejo eficiente de materiales es reducir los costos de producción, aumentar la eficiencia del flujo de material, optimizar la utilización de las instalaciones de la planta, mejorar las condiciones de seguridad de los operarios, facilitar el proceso de manufactura y aumentar la productividad. Para ello se tuvieron en cuenta los diez principios básicos de manejo de materiales, desarrollados por Material Handling Institute, que deben ser tenidos en cuenta para disminuir la ineficiencia en esta área (Carvajal, 2014)

5. Justificación

Hoy en día hablamos del consumidor objetivo y la cantidad de negocios emergentes que surgen a partir de las necesidades de los usuarios a satisfacer por ello muchas de las compañías han tenido que ir invirtiendo para entrenarse en medios de marketing y publicidad.

Algunas empresas han optado por comenzar a introducirse en las redes sociales para aumentar sus compras dejando atrás los medios masivos clásicos. Se piensa que el objetivo es mantener al cliente informado de todo lo que se ofrece para mantenerlo fidelizado.

Para Sika es de vital importancia poder darse a conocer por medio de los avances de la tecnología para no irse quedando en el olvido de sus clientes es por ello que brinda la oportunidad a los estudiantes de poder aportar y adquirir los conocimientos tomados en la universidad donde por medio de sus conocimientos como en este caso en el área de mercadeo pueda generar una propuesta e valor para el enriquecimiento de las dos partes

6. Marco de referencia

Se presenta la revisión bibliográfica está basada en los conocimientos de la práctica empresarial, donde se encuentran tanto conceptos y teorías

6.1 Marco Conceptual

- ✓ **Publicidad:** es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo. (Thompson, 2010)
- ✓ **Mercadeo:** es el "conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio. (Kotler, 2004)
- ✓ **Cientes:** La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de». Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer (Cabrero, 2006)
- ✓ **Pop:** Es básicamente cualquier objeto o cosa que tenga un logo o emblema que represente una marca, empresa u organización que requiera que un público determinado la conozca. P.O.P. son unas siglas en inglés que significan “Point Of Purchase” es decir “Punto de Compra”

6.2 Marco Teórico

Dado en el siglo en que nos encontramos la tecnología ha evolucionado tanto que ha dejando atrás conceptos básicos sobre lo que conocemos hoy en día como mercadeo y las herramientas en las cuales podemos dar a conocer nuestros productos o servicios siendo el éxito de la producción.

Como nos muestra en señor Thomson al hablar de la publicidad abarca a un amplio rango del sector de la mercadotecnia que en el caso de Sika se ve reflejado en los recursos que dispone para poder realizar los folletos para poder llegarle de una manera innovadora al comprador.

Hablamos de satisfacer las necesidades basándonos en la pirámide de maslow logrando que nuestros productos se conviertan en primera necesidad para generar una ganancia de las dos partes esperando una divulgación positiva de la compañía como medida alternativa de medio de comunicación

7. Funciones y cronograma

7.1 Funciones

Las funciones a desarrollar por el practicante en Sika en el área de mercadeo son:

- Apoyo logístico en los eventos realizados por la empresa
- Convocatorias para las capacitaciones
- Planeación, control de eventos
- Publicidad y marketing
- Actualización de clientes en la plataforma Salesforce

7.2 Cronograma

Este cronograma se deriva de las actividades para crear el modelo de consulta del material publicitarios para optimizar la utilización y búsqueda de los documentos

ACTIVIDADES	CRONGRAMA						
	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
REVISION DEL MATERIAL							
ORGANIZACIÓN DEL ESTANTE							
NUMERACION							
DESARROLLO DEL FORMATO							
CREACION DEL ARCHIVO							
TERMINACION DEL PROTOTIPO DE LA APP							

Figure 2 Cronograma de actividades

Este cronograma nos muestra la cantidad aproximada de eventos apoyados en el área de mercadeo

EVENTOS	CRONGRAMA						
	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
BRIGADAS MAESTRAS				1	1	1	2
ENCUENTROS FERRETEROS		1		1	2	1	
ENCUENTROS ADMINISTRADORES			1		1		
ENCUENTRO CONSTRUCTORES			1		1		
CAPACITACIONES MAYORISTAS	1	1	2	1	2	2	1

Figure 3 Cronograma Eventos

8. Metodología

En este estudio se realizó una medición cuantitativa para medir la cantidad de publicidad almacenada y la elaboración de las gráficas, enfocándonos en la fase analítica donde se hallan los datos para tomar las decisiones correspondientes convirtiendo la investigación inductiva .

9. Conclusiones

En la elaboración del estudio del material POP almacenado por Sika se pudo observar que tienen varios documentos archivados desde el año 2003 generando una pérdida de valor ya que muchos de ellos la presentación del producto ha evolucionado generando que el folleto quede obsoleto.

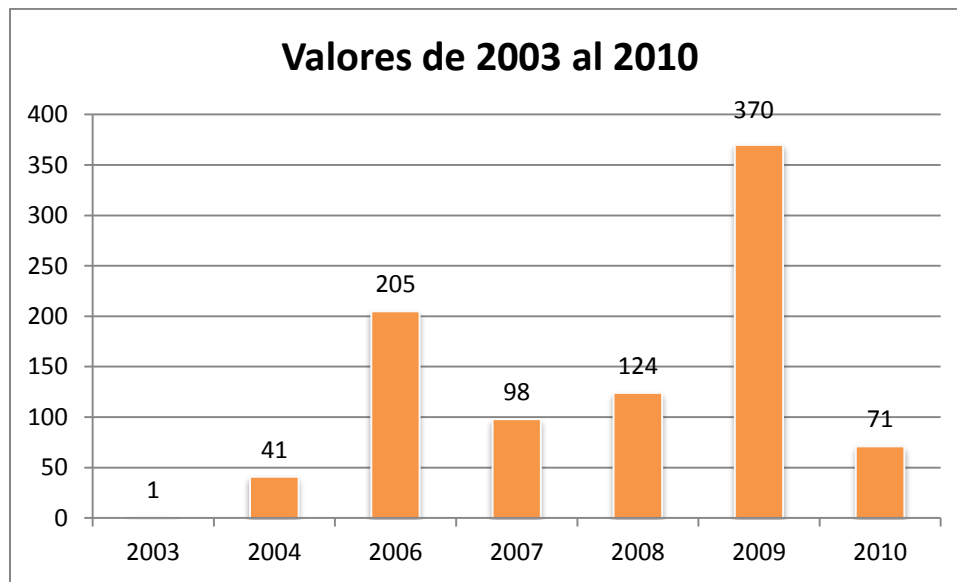


Table 1 Tabulación de 2003-2010

Como podemos evidenciar con la tabla 1 y 2 se han dividido en 2 partes para poder observar de un manera más amplia la cantidad de material almacenado, los folletos del año 2009 ocupan el 190% del material generando la pregunta ¿Qué evento ocasiono tanto almacenamiento de la publicidad para esa fecha?. Para nuestra segunda grafica el año que más nos muestra provisión es el 2014 con un 24% del total, dejando por fuera de la muestra los años 2018 y 2019 ya que son los que se encuentran repartiendo al día de hoy. Dándonos como total 3716 folletos para ser evaluados en su uso o desechados para optimizar espacio en el lugar de almacenamiento.

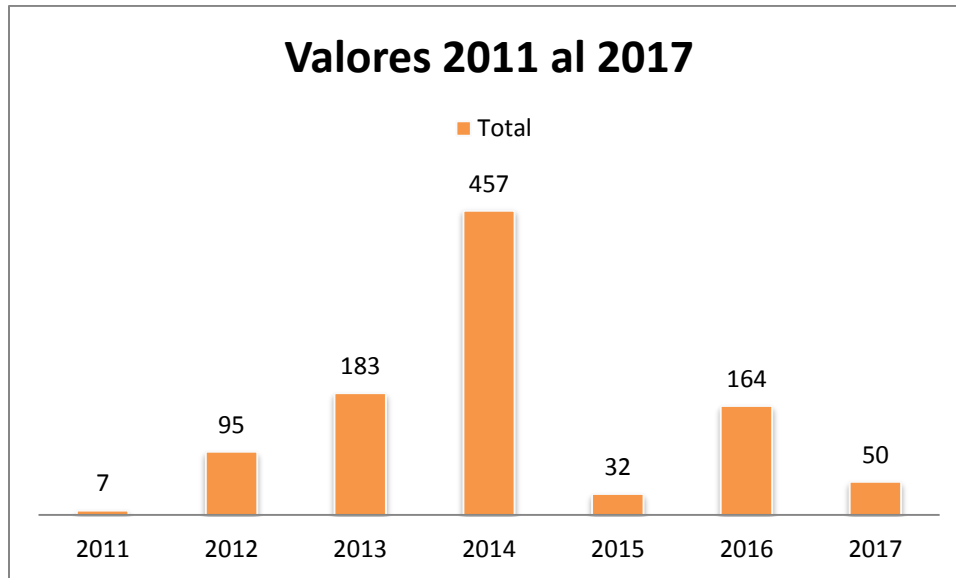


Table 2 Tabulacion del 2011-2017

Una de las problemáticas evaluadas hasta el momento es la ubicación del material para que sea de fácil alcance tanto para los asesores y mercaderista. Como medida alterna se a habilitado una estantería donde están organizados por orden numérico del 1 al 93

A partir del mes de abril en Sika se ha venido implementado un seguimiento del material pop que llega a la seccional Santander para ser distribuido a los diferentes consumidores. Por medio de un archivo donde se encuentran organizados todos los folletos con su respectivo nombre, número consecutivo, fecha, imagen y cantidades disponibles que es un prototipo para la creación de una aplicación que pueda hacer la búsqueda de los archivos más rápido y sin necesidad de ir a la empresa.

En la presente tabla se encuentran la organización de el material POP organizado de la manera en la cual se encuentra programado en la macro para que a la hora de la búsqueda aparezca la imagen de cada folleto

REF	APLICACION DE ADHESIVOS	AÑO	CANTIDAD	CATEGORIA	Foto
1	Sika unithem,sikacrete y sellos retardantes al fuego	-	58	Construccion	Foto 1.jpeg
2	Sikafloor-3 Endurecedor superficial de piso	2006	75	Construccion	Foto 2.jpeg
3	Sika informacion tecnicas construccion de estructuras impermeabilizantes	-	12	Construccion	Foto 3.jpeg
4	Cimentacion impermeables con tecnologia sika en concreto juntas inyeccion	2012	20	Construccion	Foto 4.jpeg
5	SIKA FLOOR -400 ELASTIC SISTEMAS Y SOLUCIONES	2006	27	Construccion	Foto 5.jpeg
6	NUEVAS TECNOLGIAS EN SISTEMAS DE IMPERMEABILIZACION DE CUBIERTAS	2007	46	Construccion	Foto 6.jpeg
7	SIKA NOTICIAS PROTECCION CONTRA LA CORROSION EN TUBERIAS DE AGUA	2008	49	Construccion	Foto 7.jpeg
8	OBRAS MAESTRAS SIKA 2010-2011. RECAPITACION OBRAS	2013	8	Construccion	Foto 8.jpeg
9	EXELENIA DE NEGOCIOS EN CONCRETO CON SIKA	2009	21	Construccion	Foto 9.jpeg
10	RESTAURACION MONUMENTO ARQUITECTONICO	2004	6	Construccion	Foto 10.jpeg
11	SIKA INFORMACION TECNICAS DE CONCRETO	2009	6	Construccion	Foto 11.jpeg
12	SIKA UNITHEM SISTEMA DE PRODUCTOS CONTRA EL FUEGO PARA ELEMENTOS ACER	2007	7	Construccion	Foto 12.jpeg
13	EXELENIA EN TECNOLOGIAS PARA CONCRETO BOMBEADO	2009	9	Construccion	Foto 13.jpeg
14	EXCELENCIA EN TECNOLOGIAS PARA CONCRETOS DE ALTA RESISTENCIA	2004	16	Construccion	Foto 14.jpeg
15	EXCELENCIA DE NEGOCIOS EN CONCRETOS DE MEZCLADOS EN OBRA SIKA	2007	2	Construccion	Foto 15.jpeg
16	EL MUNDO CUBIETO TECNOLOGIA Y CONCEPTO SIKAPLAN SARNAFIL	2007	2	-	Foto 16.jpeg
17	SISTEMA SIKA PARA CONCRETOS PROYECTADOS TECNOLOGIA Y CONCEPTO	2004	3	Construccion	Foto 17.jpeg
18	CUBIERTAS OBRAS DE REFERENCIA MEMBRANA SARNAFIL	-	3	Construccion	Foto 18.jpeg
19	SIKA INFORMACION TECNICAS ADESIVAS PARA ANCLAJE DE PERNOS Y BARILLAS	2009	2	Construccion	Foto 19.jpeg
20	SIKA EPOCEM TECNOLOGIA PARA EL CONCRETO JOVEN O HUMEDO	-	8	Construccion	Foto 20.jpeg
21	SIKAFLOOR PURCEM SOLUCIONES PARA PISOS INDUSTRIALES DE ALIMENTOS	2008	3	Construccion	Foto 21.jpeg
22	SIKANOTICIAS	2004	14	Construccion	Foto 22.jpeg
23	SIKA INFORMACIONES TECNICAS PREPARACION SUPERFICIES METALICAS	2006	2	Construccion	Foto 23.jpeg
24	SIKANOTICIAS PROYECTADAS DE REFORZAMIENTO MATERIALES COMPUESTOS SIKA	-	2	Construccion	Foto 24.jpeg
25	SIKA INFORMACION TECNICAS EL CONCRETO DE HOY	2006	2	Construccion	Foto 25.jpeg
26	SIKA INFORMACION TECNICAS EL CONCRETO DE HOY	2008	6	Construccion	Foto 26.jpeg
27	SISTEMA DE RECUBRIMIENTO PARA METAL EN AMBIENTES MARINOS	2003	1	Construccion	Foto 27.jpeg
	RESTAURACION DE MONUMENTOS ARQUITECTONICOS	2004	1	Construccion	Foto 27-1.jpeg
	SIKA INFORMACION TECNICAS REFORZAMIENTO DE ESTRUCTURAS	2007	1		Foto 27-2.jpeg
	EXELENIA EN TECNICAS PARA CONCRETO DE ALTA DURABILIDAD	2009	2		Foto 27-3.jpeg
	LINEA SIKAPLAN IMPERMEABILIZACION CON MEMBRANA PVC	2009	1		Foto 27-4.jpeg
	SIKA CARBO DUX SISTEMA REFORZAMIENTO ESTRUCTURAL	2007	2		Foto 27-5.jpeg
	ADHESIVOS EN LA CONSTRUCCION Y REPARACION DE ESTRUCTURAS DE CONCRETO		1		Foto 27-6.jpeg
	EVALUACION DIAGNOSTICO Y REABILITACION DE ELEMENTOS	2004	1		Foto 27-7.jpeg
	SISTEMA DE RECUBRIMIENTO PARA SUPERFICIES GALVANIZADAS	2007	1		Foto 27-8.jpeg
	PREPARACION SUPERFICIE METALICA	2007	1		Foto 27-9.jpeg
	SELLADO PARA JUNTAS Y ADHESIVOS PARA PEGADO ELASTICO BASADO EN TECNOLC	2007	1		Foto 27-10.jpeg
28	SIKA LA SOLUCCION EFECTIVA PARA SU OBRA PORTAFOLIO DE CHARLAS		167		Foto 28.jpeg
29	PISOS SOLUCIONES SIKA FLOOR PARA ESD		4		Foto 29.jpeg
30	SOSTENIBILIDAD EN CUBIERTAS	2013	27		Foto 30.jpeg
31	PISOS SIKA FLOOR - 3QUARTZ TUN	2014	41		Foto 31.jpeg
32	AHORA ES MAS FACIL COMPRAR PRODUCTOS SIKA		13		Foto 32.jpeg
33	MANUALES SOFWARD DE DISEÑO ADHESIVOS PARA ANCLAJE		4		Foto 33.jpeg
34	PISO SIKA FLOOR PURCEN	2015	2		
35	NUEVA VIDA PARA LOS EDIFICIOS		22		Foto 35.jpeg
36	SIKA AT WORK DE TRABAJO SIKAFARME PURZALANA ARTIFICIAL	2014	3		Foto 36.jpeg
37	TUNELES Y OBRAS SUBTERRANEAS		58		Foto 37.jpeg
38	SISTEMAS SIKA PARA CUBIERTAS VERDES	2013	105		Foto 38.jpeg
39	SELLOS CORTA FUEGO SIKA.SIKASIL S1665	2011	7		Foto 39.jpeg
40	SISTEMA DE PISO DECORATIVO	2010	7		Foto 40.jpeg
41	SIKA MULTESEAL PLUS CINTA AUTO ADHESIVA MULTIPROPOSITO	2012	59		Foto 41.jpeg
42	SIKA INFORMACIONES TECNICAS ADITIVAS PARA CONCRETO	2012	6		Foto 42.jpeg
43	PREPARACION DE SUPERFICIES DE CONCRETO		12		Foto 43.jpeg
44	SISTEMAS SIKA PARA CUBIERTAS LIVIANAS	2010	42		Foto 44.jpeg

45	NUESTRA GRAN OBRA COLOMBIA		7		Foto 45.jpeg
46	SIKA FLOOR-261 PISO EPOXICO	2014	2		Foto 46.jpeg
47	TECNOLOGIA SIKA PARA CONCRETO LANZADO	2012	2		Foto 47.jpeg
48	AYUDANDO A CONTRUIR EL FUTURO	2018	2		Foto 48.jpeg
49	REFORZAMIENTO DE PUENTE	2012	2		Foto 49.jpeg
50	POR QUE LOS QUE SABEN RECONOCER Y PREMIAR NUESTA CALIDAD		7		Foto 50.jpeg
51	ALTA TECNOLOGIA DE FACHADA	2012	6		Foto 51.jpeg
52	CATALOGO DE PRECIOS		31		Foto 52.jpeg
53	CENTRO DE DIAGNOSTICO CONCRETO		11		Foto 53.jpeg
54	EXELENIA DE NEGOCIO EN PRODUCCION DE CEMENTO SIKA		10		Foto 54.jpeg
55	SOLUCIONES SIKA FOOR PARA ESD	2010	2		Foto 55.jpeg
	SISTEMA SIKA PARA CUBIERTAS REFLEXIBAS	2010	2		Foto 55-1.jpeg
56	SIKA AT WORK OBRAS Y MANTENIMIENTO DE EFICIENCIA Y VIVIENDA	2013	43		Foto 56.jpeg
57	SIKA AT WORK CLUB RESIDENCIAL ACUAPARQUE		73		Foto 57.jpeg
58	SIKA MULTISEAL PLUS	2014	341	INDUSTRY	Foto 58.jpeg
59	INDUSTRY	2009	13	INDUSTRY	Foto 59.jpeg
60	APLICACION DE ADHESIVOS ELASTICOS	2008	16	INDUSTRY	Foto 60.jpeg
61	TECNOLOGIA AVANZADA PARA PEGADO	2008	20	INDUSTRY	Foto 61.jpeg
62	CONTENEDOR REMOLQUE REFRIGERADO	2010	18	INDUSTRY	Foto 62.jpeg
63					
64	AUTOMOVILE LINE	2009	316	INDUSTRY	
65	SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE MASIVO	2007	30	INDUSTRY	Foto 66.jpeg
66	TENCOLOGIA AVANZADA PARA PEGADO Y SELLADO ELASTICO DE FACHADA	2008	23		Foto 67.jpeg
67	GUIA DE APLICACION EN LA INDUSTRIA DE TRASPORTE	2008	7		Foto 68.jpeg
68	SIKA INDUSTRY INVENTANDO EL FUTURO		10	INDUSTRY	Foto 69.jpeg
69	SIKA FLEX-252	2007	5		
70	NUEVOS PRODUCTOS Y TECNOLOGIAS	2016	36		Foto 70.jpeg
71	SEALING Y BONDING MAS ALLA DE LA QUIMICA	2016	27		Foto 71.jpeg
72	TECNOLOGIA Y CONCEPTO PARA SELLADO DE JUNTAS EN CONSTRUCCIONES	2016	29		Foto 72.jpeg
73	GUIA PARA LA CORRECTAINSTALACION DE SIKA WATERBAR CINTA PVC	2017	45		Foto 73.jpeg
74	WATERPROOFING CONCIDERACIONES DE DISEÑO Y CONSTRUCCION DE TANQUES Y P	2018	46		Foto 74.jpeg
75	PROCEDIMIENTO DE APLICACION PARA SELLADO DE JUNTAS HORIZONTALES	2016	5		Foto 75.jpeg
76	SEALING Y BONDING SELLANTES JUNTAS PARA FACHADA IMPERMEABLE	2016	4		Foto 76.jpeg
77	IMPERMEABILIDAD Y ASEPSIA EN TANQUES AGUA POTABLE	2006	99		
78	SIKA AT WORK CUBIERTAS SUPERMERCADO ESPAÑA	2016	63		
79	SIKABOND PVA ADITIVOS ACRILICOS PARA MORTEROS		24		Foto 79.jpeg
80	SIKA 1 MORTEROS RECUBRIMIENTO CEMENTOSO IMPERMEABLE		8		Foto 80.jpeg
81	CATALOGO DE PRODUCTOS 2018	2018	168		Foto 81.jpeg
82	LISTA DE PRECIOS PUBLICOS	2019	49		Foto 82.jpeg
83	NUEVOS PRODUCTOS Y TECNOLOGIA	2018	199		Foto 83.jpeg
84	SOMOS SIKA SOMOS INFRAESTRUCTURA	2018	217		Foto 84.jpeg
86	Sika cimentacion proof A	2014	35		Foto 86.jpeg
87	Guías para el cuidado y mantenimiento de los mantos asfálticos	2019	163		Foto 87.jpeg
88	Concreto aditivos para concretos	2014	35		Foto 88.jpeg
89	Sistema sika para cubiertas	2015	30		foto 89.jpeg
90	Conserve sus proyectos en la mejor condicion	2017	5		Foto 90.jpeg
91	Impermeabilizacion conceptos sika white box	2019	91		Foto 91.jpeg
92	Productos Sika Proceso constructivo	2018	84		Foto 92.jpeg
93	sikamanto manual de instalacion	2019	254		Foto 93.jpeg

Figure 4 Base de datos

La implementación de este prototipo a la empresa no tiene ningún nivel comercial por ende no genera ganancias, pero si se desarrolla de una manera a largo plazo donde se pueden comprar o diseñar por medios de software una plantilla y aplicaciones que realice este proceso a nivel nacional para que llegado el caso otra regional tenga alguno de los folletos seleccionados pueda enviarlos a otra regional reduciendo la elaboración y perdida de uso de los folletos almacenados.

10. Recomendaciones

- Implementar unas capacitaciones a nuestros consumidores sobre las herramientas de marketing que se poseen en la empresa
- Ofrecer un amplio portafolio de capacitaciones a los maestro y ferreteros sobre temas que salgan de su zona de aprendizaje cotidiano como vender su marca personas.

11. Bibliografía

Cabrero, J. D. (2006). Marketing de clientes .

Carvajal, M. (Agosto de 2014). *Reportero Industrial*. Recuperado el 21 de julio de 2019, de <http://www.reporteroindustrial.com/temas/Como-optimizar-el-manejo-de-materiales-en-la-planta+99211>

Colombia, S. (s.f.). *Sika Colombia* . Obtenido de <https://col.sika.com/>

Kotler, A. C. (2004). *Principios del Marketing*. Madrid: Pearson Educación.

KOTLER, P. (27 de 2018). *Centro de documentacion publica*. Recuperado el 21 de julio de 2019, de <https://www.lahistoriadelapublicidad.com/protagonista-1050/philip-kotler>

Significados . (s.f.). Obtenido de <https://www.significados.com/cliente/>

Thompson, I. (2010). *Promonegocios* . Obtenido de cccccccccc

12. Anexos

Consulta

Referencia	2
Nombres	Sikafloor-3 Endurecedor superficial de piso
Cantidad	75

Foto 2.jpeg

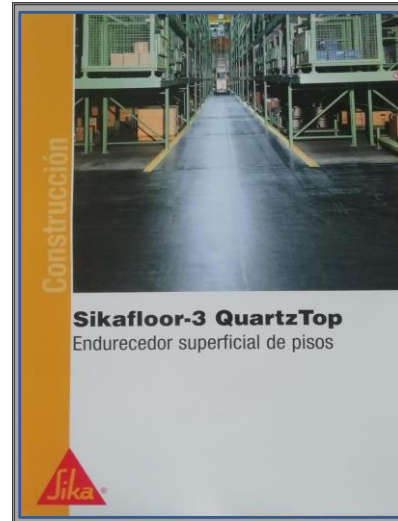


Figure 5 Base de datos

Modelo de la base de búsqueda de la publicidad