



Diseño, implementación, evaluación de un plan estratégico de ventas para
COLSERVITEC YOVANNY

Yovanny Herrera Escudero

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas

Alma Nury López Patiño

Asesora

Universidad de Antioquia
Facultad de Ciencias Económicas
Administración de Empresas
Santa Fe de Antioquia, Colombia

2021

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a mi ser interior por permitirme realizar estos estudios, a mis seres cercanos que me apoyan, a la escuela de la vida que se convierte en el gimnasio perfecto para perfeccionarnos, y todos aquellos que con voluntad, paciencia y amor han aportado sus enseñanzas para que sea mejor persona cada día. Agradezco al universo por conspirar humildemente para que cumpla mis propósitos. Y como dice una esencia olvidada en los siglos **solo sé que nada se**, lo que nos recuerda la nada que somos como personas, y que también nos exalta a elevadas esencias que tratan de hacer la vida y el mundo mejor.

	2
1. TÍTULO DE LA PRÁCTICA	4
2. TEMA DE LA PRÁCTICA	4
3. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	4
Ubicación:	4
Sector de la economía al que pertenece:	4
Clasificación de la empresa:	5
Estructura organizacional:	6
Misión	6
Visión	6
VALORES	6
Integridad	6
Apertura	6
Objetividad	6
Breve reseña histórica:	7
Principales servicios	8
Mercados que atiende.	8
Descripción pestal.	9
Políticos:	9
Económicos:	9
Socioculturales:	10
Tecnológicos:	10
Ecológicos:	10
Legales	11
Área que impactará el proyecto	11
4. ANTECEDENTES	11
5. PROBLEMÁTICA Y PROBLEMA	12
6. JUSTIFICACIÓN	12
7. OBJETIVOS	13
7.1. Objetivo General	13

7.2. Objetivo Específicos	13
8. DELIMITACIÓN O ALCANCES	14
8.1. TEMPORAL	14
8.2. ESPACIAL	14
8.3. CONCEPTUAL	14
9. MARCO REFERENCIAL	14
10. DISEÑO METODOLÓGICO	16
11. ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO	16
11.1. RECURSOS DISPONIBLES	16
11.2. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	16
12. RESULTADOS	17
12.1. Objetivo 1 Diagnosticar los grupos de interés	17
Consulta de Registros Mercantiles (RM)	17
12.2. Objetivo 2 Diseñar el portafolio de servicio Colservitec	18
Portafolio de servicios.	19
12.3. Objetivo 3 Construir estrategias, tácticas y actividades.	23
Preparación del instrumentó de validación.	23
Preparación plan estratégico de ventas Colservitec	24
12.4. Objetivo 4 Evaluar el plan estratégico de ventas.	25
13. CONCLUSIONES Y LOGROS	25
14. RECOMENDACIONES	26
15. BIBLIOGRAFÍA	27

1. TÍTULO DE LA PRÁCTICA

Diseño, implementación, evaluación de la gestión de ventas para Colservitec Yovanny.

2. TEMA DE LA PRÁCTICA

Gestión estratégica, mercadeo, gestión de proyectos, investigación de mercados, inteligencia de mercados.

3. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN

Ubicación:

Sopetrán – Antioquia.

Sector de la economía al que pertenece:

Servicios de asesoría y consultoría.

Con base en la consulta del RUES¹ encontramos que hay un total de aproximadamente 476 matricula mercantiles ante cámara de comercio de personas naturales, y estas a su vez son los representantes legales de muchos establecimientos de comercio.

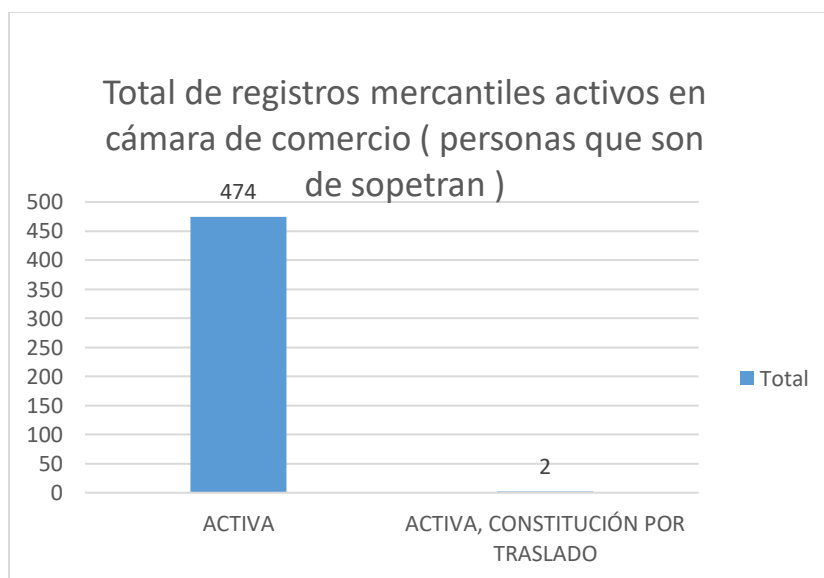


Diagrama 1: Elaboración propia total registros mercantiles activos Sopetrán

¹ Registro Único Empresarial y Social – RUES. Página web rues.org.co

Con base en lo anterior, y la información disponible, la mayor parte de estas constituciones son empresas de personas naturales que se dedican a alguna actividad comercial, en donde el 94% aproximadamente corresponde a establecimientos de comercio.

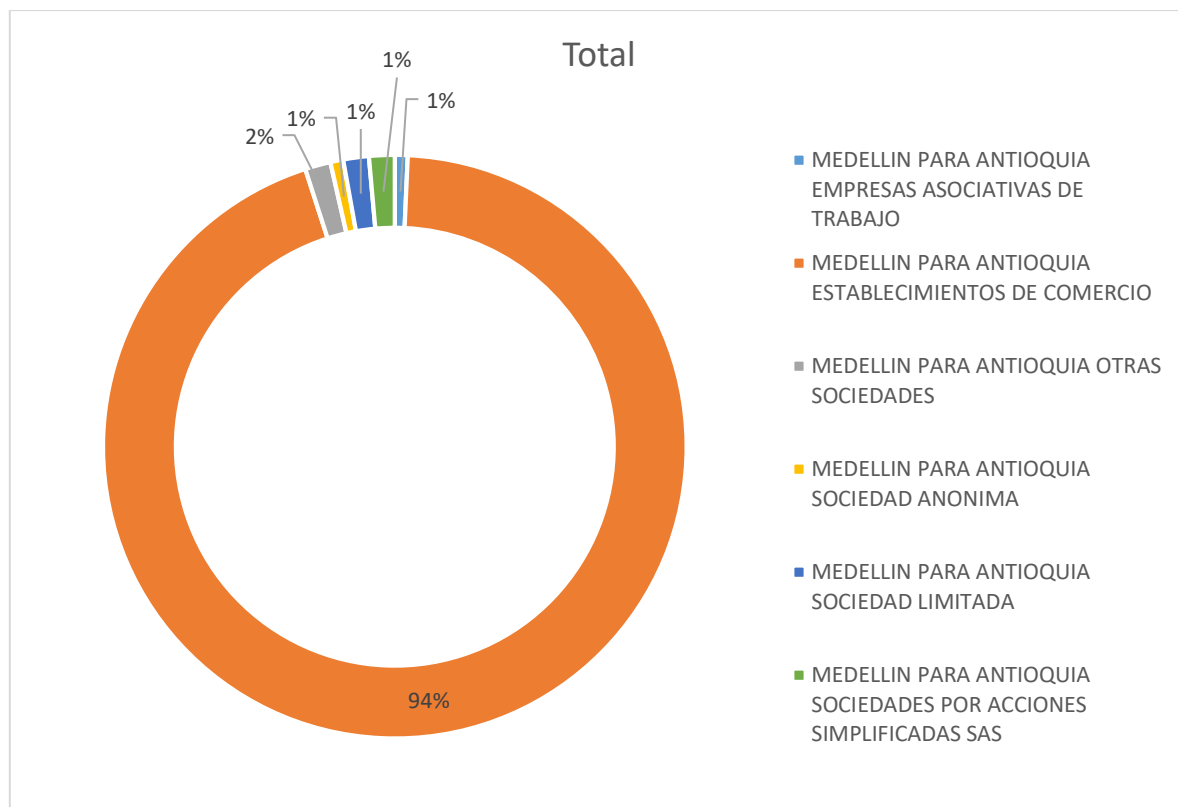


Diagrama 2: Elaboración propia

Con base en lo anterior encontramos una concentración de empresas enfocadas en el tema comercial, identificamos en apariencia que aparecen empresas asociadas a la consultoría conocidas. Sin embargo, hay establecimientos dedicados a la prestación de servicios contables, y ciertas áreas administrativas como lo son las áreas relacionadas con lo tributario, las afiliaciones de ley para los empleados entre otras.

Clasificación de la empresa:

Colservitec está clasificada en Actividades de consultoría de gestión, en Ensayos y análisis técnicos, Otras actividades de tecnologías de información y actividades de servicios informáticos y Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.²

² no clasificado precedentemente

Estructura organizacional:

si bien la simple empresa unipersonal, he tenido un esquema de trabajo en el cual tenemos alianzas estratégicas con otras pequeñas empresas, en las cuales ofrecemos servicios extendidos a los servicios que ellas ofrecen.

Misión

Colservitec es una entidad que ayuda a mejorar las operaciones de negocios *a través servicios técnicos y de consultoría* con el fin de que las pymes sean más competitivas en el mercado con operaciones en Sopetrán y el occidente antioqueño.

Visión

COLSERVITEC YOVANNY será reconocida en 3³ años como una entidad altamente calificada en el desarrollo de soluciones rápidas que asegure eficiencia y satisfacción de servicios de alto valor a cada uno de sus clientes en el occidente antioqueño.

VALORES

Integridad

Colservitec entiende la importancia de llevar a sus clientes paquetes de servicios que permitan dar una cobertura amplia a la solución de sus necesidades puntuales.

Apertura

Estamos dispuestos a realizar alianzas con otras entidades, personas u agrupaciones con el objetivo de compartir visión, y ser generadores de nuevas formas de productos y de servicios. Tenemos la capacidad de interrelacionarnos globalmente e individualmente y tenemos acceso a la información que nos ayuda a generar mejores experiencias.

Objetividad

Trabajamos en base a los hechos teniendo especial cuidado en ser suaves con la persona, pero duros con el problema, esto con el fin entender a profundidad las necesidades puntuales de cada empresa.

Breve reseña histórica:

Colservitec Yovanny es una empresa unipersonal, dedicada al servicio técnico y la consultoría a personas naturales o jurídicas de la localidad, las cuales en su orden identifican unas necesidades comunes a la realidad que tienen las pequeñas empresas de la zona. Algunas de ellas son Caprichos Tomy una empresa dedicada a las experiencias relacionada con alimentos congelados y frutas, con un catálogo de productos ya definidos para el consumo de los sopetraneros. Coomotours una empresa dedicada al transporte turístico en vehículos de tres ruedas conocidos como motocarros. La tercera empresa agrupare tres empresas que se dedican al mismo sector Serviefecty, Dyjasesorias y multiservicios Yovarm que en esencia se encargan de prestar servicios a la medida a empresas de la zona relacionados con la contabilidad y aspectos tributarios. La cuarta empresa de la zona se llama depósito y ferretería Uribe es una empresa que se dedica a suplir materiales relacionados con la construcción, Coordesarrollo es la última empresa de la lista se encarga de temas relacionado con la consultoría de empresas de educación, su portafolio de servicio apunta a desarrollo de currículos educativos, licencias de educación y la prestación de servicios formativos a las organizaciones. eventualmente Colservitec ha prestado servicios a asociaciones de acueductos veredales y ESAL (entidades sin ánimo de lucro), como también a empresas tecnológicas de la región como es logística integral satelital S.A.S.

Colservitec se constituyó el 16 de julio de 2019. Se tenía la necesidad de legalizar de manera formal una especie de marca empresarial inicialmente. Ya veníamos atendiendo las pymes en Sopetrán Antioquia con cierta regularidad en temas como asesorías relacionadas con pronósticos, análisis de cartera, recursos humanos, bases de datos, gestión documental y la administración de copias de seguridad, como también otras labores administrativas puntuales.

Con base en esas experiencias iniciales entendimos que las empresas carecen por un lado de los recursos suficientes para contratar un empleado nuevo que administre de una manera profesional sus intereses, pero que, si podían disponer de unos recursos para ocupar a un asesor estratega que les oriente, les instruya o les ejecute alguna operación relacionada con las diferentes áreas de los negocios.

En Sopetrán nos encontramos con empresas muy tradicionales, la mayoría podría fallar en temas administrativos, de gestión, de mercadeo, de gestión de la información, de finanzas. En aspectos gerenciales la mayoría no

entienden bien lo que es su misión, y la visión es un poco incierta con los cambiantes entornos del mercado.

Por lo tanto, la empresa se ha dedicado a ofrecer soluciones a esas necesidades que íbamos encontrando y a la vez que nos iban solicitando las mismas empresas dentro de su quehacer como organización. Es así como que poco a poco se fue diversificando y validando los principales servicios que ofrecemos.

Nuestra propuesta se basa principalmente en identificar cuáles son las urgencias de los pequeños empresarios y crear con base en ello mecanismos que permitan a estos empresarios crecer y sostener su actividad económica en el tiempo, lo que para ello es esencial la gerencia en las diferentes áreas que tenga una pequeña empresa.

Principales servicios

Estos son algunos de los servicios prestados en la empresa, hemos estado trabajamos en un portafolio el cual permite visualizarlos de una manera ordenada para nuestros clientes. De manera resumida nosotros prestamos tres tipos de servicios los cuales son 1. Servicios gerenciales y administrativos, 2. servicios tecnológicos y desarrollo y 3. servicios de soporte, a continuación, resalto algunos de ellos.

- Design sprint
- Gestión estratégica
- Estrategia Piensa - imagina - crea
- Metodologías ágiles Scrum
- Análisis financiero
- Marketing digital y marketing tradicional
- Software
- Gestión para la start up
- Prototipado de productos o servicios
- Análisis estadístico
- Desarrollo de portafolios de servicio
- Diseño de páginas web

Mercados que atiende.

Pymes en el municipio de Sopetrán y occidente de Antioquia.

Descripción pestal.

Políticos:

- Sector muy regulado tanto en asuntos de plataformas digitales como en forma de vinculación laboral o de prestación de servicios que se da en el sector tanto en plataformas digitales o de trabajo independiente.
- Promueve el emprendimiento a través de entidades públicas como lo son la cámara de comercio, SENA, CUEE, ruta n, Universidad de Antioquia iniciativas contempladas en el plan de desarrollo nacional y departamental.
- Propuestas de alto impacto en la región occidente debido a grandes proyectos impulsados por la gobiernos nacionales, departamentales y locales (doble calzada, Hidroitungo, puerto seco, puerto san Nicolás).
- Creación de incentivos con el propósito de reactivar la economía pos-covid como convocatorias de formación y capacitación, prestamos de cero intereses, excepciones de impuestos, subsidios a empresas.
- Los beneficios del Programa del Gobierno para la recuperación de la fuerza laboral en Colombia con coursera para acceder a todo tipo de cursos de interés.

Económicos:

- Contracción de los sectores de servicios, de la construcción y del transporte debido a la crisis del covid-19.
- Incremento de los costos fijos de operación debido al crisis del covid-19, asociados a los escases de clientes, productos de consumo e insumos ha causado el cierre de muchas operaciones empresariales en occidente.
- El bajo flujo de dinero y capitales en época del covid-19, ha frenado la participación en las consultorías relacionados con asesorías en empresas relacionadas con la construcción.
- Cada vez es más común las alianzas entre pymes con el fin de dar solides a sus operaciones de negocios, el crecimiento de redes de economía colaborativa, lo que abre una posibilidad para desarrollar empresas de tipo tecnológico a nuevos modelos de mercados enfocados en el trabajo colaborativo y a distancia, lo cual favorece la empleabilidad para aquellos profesionales formados en áreas tecnológicas.
- La acelerada implementación de plataformas de teletrabajo como fuente de empleo.

Socioculturales:

- El móvil o celular en Sopetrán se ha convertido en un estilo de vida, en los cuales se pueden gestionar negocios como lo es el pago con QR, pagos de facturas, movimientos financieros, búsquedas de productos de consumo, lo que abre una oportunidad para llegar a públicos de nuevas maneras creativas.
- La **administración de los datos** y los **comportamientos del consumidor**, está generando una certeza de cuáles son los productos más consumidos en los territorios locales, lo que podría afectar los habitantes locales generando nuevos estilos de vida de consumo.
- **Aplicaciones de comercio electrónico**: el momento de compra se da antes de que el cliente vaya a la tienda genera una oportunidad para testear tendencias y gustos, se da muy a menudo en la cultura sopetranera ver en las historias de las redes sociales productos de consumo.
- Nuevas experiencias de consumo, y de micro servicios prestados a través de aplicaciones para la prestación de servicios de manera remota. (solicitud de soporte técnico, asesoramiento, consulta por teléfono)

Tecnológicos:

- **Velocidad de cambio de las plataformas**: tanto las tendencias y uso de redes sociales permite a las empresas desarrollar productos blandos más masivos y útiles, que son fáciles de escalar
- La posibilidad de desarrollar de manera abierta hardware que cambie la forma de producción de las empresas, como es el caso de los servidores privados de información para teletrabajo.
- Los pagos electrónicos como medio de acceso a servicios desde casa gracias a la crisis covid-19.
- **Inteligencia artificial**: la apertura de servicios de análisis de datos y atención pos venta, como son los chatbots y mensajes automáticos.
- Aumento del Marketing como herramienta para llegar al mercado del occidente antioqueño.

Ecológicos:

- Facturación electrónica.
- La debida gestión de los desechos sólidos.
- La creciente cultura del reciclaje.
- El alto impacto ambiental debido a la creciente construcción de fincas de recreo por todo el territorio del occidente antioqueño.

- El alto impacto ambiental que está generando la construcción de la vía al mar 1, Hidroituago y Continental Gold en el medio ambiente de occidente.

Legales

- Licencias. Normas decretos
- Datos e información de los usuarios (ley de protección de datos).
- Normativos (iva, declaraciones de renta, etc).
- Protección de datos. Leyes
- Salarios de los colaboradores.

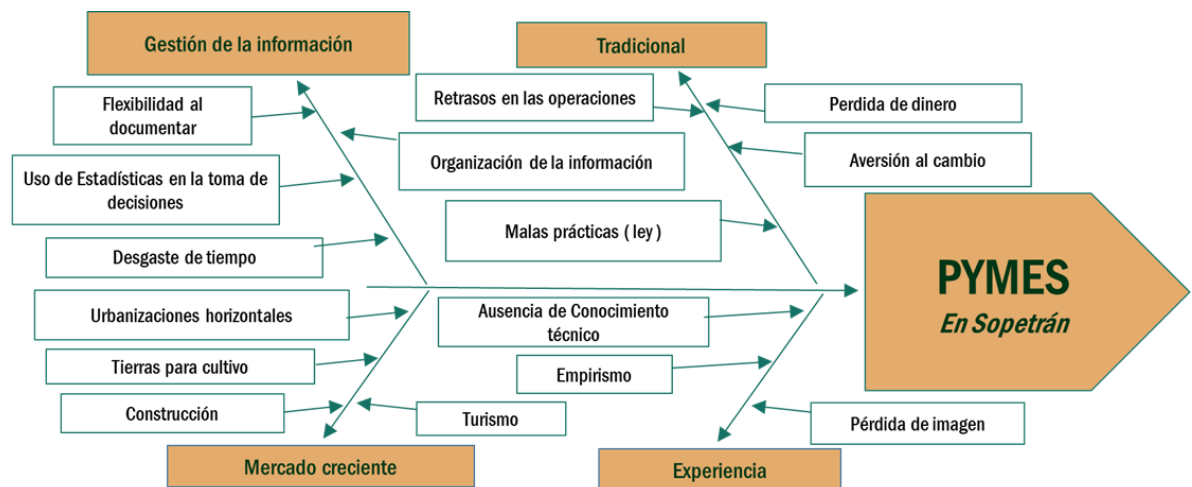


Diagrama 3: elaboración con base en el análisis de causa y efecto.

Área que impactará el proyecto

Colservitec Yovanny impacta directamente en asuntos gerenciales, administrativos y tecnológicos a través de servicios de consultoría dentro de las micro, pequeñas y medianas empresas del municipio de Sopetrán Antioquia, posteriormente y en la medida de lo posible el occidente antioqueño.

4. ANTECEDENTES

Se ha identificado que algunos empresarios del occidente antioqueño, y específicamente del municipio de Sopetrán aplican estrategias empresariales y comerciales empíricas afectando la eficiencia y la eficacia de sus negocios. De otro lado la posición que tiene el municipio en la región les da apertura a nuevas posibilidades económicas de rápido crecimiento debido a la apertura empresarial relacionada con el turismo y el sector servicios.

El municipio de Sopetrán no cuenta con empresas que presten el servicio de consultorías tecnológicas y administrativas, que permitan versatilidad e integración

de procesos básicos de las empresas con el ánimo de generar estrategias de mejora continua. Es así como se crea Colservitec en el año 2019, como empresa de servicios tecnológicos y administrativos. Durante este año de operaciones la relación que se ha sostenido con los clientes ha proporcionado información clave en el diseño y prestación de estos servicios.

5. PROBLEMÁTICA Y PROBLEMA

Colservitec ha encontrado dificultades en la prestación de algunos servicios técnicos y administrativos bajo la modalidad de consultoría al momento del cierre de las relaciones comerciales con los clientes. Estas problemáticas se evidencian en la claridad del contenido de las propuestas en aspectos como: alcances del servicio, componentes, soporte, y valoración financiera de la misma, influyendo en costos ocultos que pueden llevar a un manejo financiero impreciso, pero lo peor a una insatisfacción de los clientes.

Todo lo anterior supone un costo muy alto en la sostenibilidad de las operaciones de negocio de Colservitec, ya que la empresa crece por las experiencias positivas de los clientes, y esto supone un riesgo que se quiere mitigar en el antes, el durante y después de las relaciones.

Se evidencia la necesidad de manejar con mucha claridad las características, beneficios y costos que comprende un servicio de consultoría para generar experiencia positiva durante el proceso de negociación y la prestación del servicio.

Para ello es importante identificar las necesidades de las empresas, atender sus requerimientos y crecer, de la mano de un plan de acción de ventas claro y pertinente.

6. JUSTIFICACIÓN

Con base en las necesidades que tiene Sopetrán, como también a la convicción personal de crear mejores condiciones de vida en el entorno, y la habilidades técnicas e intelectuales que tienen empresa Colservitec, se han desarrollado apoyos técnicos relacionados con el análisis del entorno en la fase pestel y el diagrama 1: causa y efecto, además de nuevas herramientas de análisis y dan como resultado que al tener herramienta más eficientes para documentar, procesar, consultar, y mantener información relevante se pueden diseñar estrategias de servicios que ayuden a atender los entornos económicos en donde interactúan las empresas, ya que estos entornos son altamente dinámicos. Con base en todo lo anterior se busca desarrollar soluciones de valor que antes no eran relevantes para las empresas, entender tendencias de consumo, tecnologías TIC, políticas públicas que intentan normalizar los nuevos panoramas sociales, ambientales y tecnológicos que podrían generar efectos favorables o desfavorables en un territorio en desarrollo como lo es Sopetrán y la misma nación.

Por lo anterior es importante la elaboración de herramientas que den solución a problemáticas puntuales en las empresas con servicios acordes a las necesidades de las pymes en Sopetran⁴, que mitiguen el desgaste de las estas, y atender la crisis económica acentuada por el covid-19, que en últimas afecta las utilidades y el ingreso de las economías locales. Se busca crear interfaces estratégicas que permitan el análisis de información en tiempo real, con el fin de ser más ágiles, para atender el mejoramiento continuo de las operaciones de negocio Colservitec. Adicionalmente cuando las empresas pueden visualizar los comportamientos de sus operaciones ya sean en las ventas, preferencias de los clientes, precios, o la métrica que la empresa le sea más útil, podrán determinar las oportunidades y amenazas, su crecimiento en el mercado, la vida útil de un producto o servicio, las respuestas ante el lanzamiento de un producto, el costo de adquisición de un nuevo cliente, entre otras, que contribuyan a la gestión empresarial para la toma de decisiones.

Finalmente todo esto permitirá de una manera alineada con la procedencia histórica de la economía de la región no solo generar un impacto en un sector, sino que abre la posibilidad de generar un impacto aún mayor no solo en el municipio sino en la región ya que se necesitaran de diferentes servicios profesionales nuevos, debido a que los resultados obtenidos en esta propuesta permitiría acortar y evaluar diferentes métricas que puedan asegurar un crecimiento escalable en las empresas, aumentar su desempeño, reducir holguras y tiempos muertos, lo podría convertir en una ventaja competitiva para estas empresas lo que aumentaría la empleabilidad.

Desde el ámbito profesional he registrado Colservitec Yovanny como una herramienta de aprendizaje que permitirá poner en práctica los conocimientos aprendidos y aplicarlos en el territorio, en tanto lo académico poner en práctica herramientas de gestión y comprender su funcionamiento.

7. OBJETIVOS

7.1. Objetivo General

Diseñar un plan estratégico de ventas Colservitec Yovanny.

7.2. Objetivo Específicos

- Diagnosticar los grupos de interés.
- Diseñar el portafolio de servicio Colservitec
- Construir estrategias, tácticas y actividades.
- Evaluar el plan estratégico de ventas.

⁴ Necesidades expresadas en el diagrama 1: causa efecto

8. DELIMITACIÓN O ALCANCES

8.1. TEMPORAL

Este proyecto será realizado en el marco de la practica académica comprendido entre agosto y noviembre de 2020 para aplicar en el 2021.

8.2. ESPACIAL

El alcance espacial de este proyecto inicialmente estará comprendido en empresas ubicadas en el casco urbano del municipio de Sopetrán y el occidente antioqueño.

8.3. CONCEPTUAL

Se pretende utilizar conocimientos de gerencia, marketing y negociación, gestión estratégica, gestión de operaciones, diseño de productos para realizar un plan de gestión estratégica de ventas y los clientes.

9. MARCO REFERENCIAL

9.1. TEÓRICO:

Con base al material bibliográfico y temática de la practica elegiré libros de Gestión estratégica, mercadeo, gestión de procesos y Business Process Management (BPM), y gestión de proyectos, a continuación, enlistare el nombre de los libros:

- Marketing 4.0 (Kotler, 2018)
- GESTIÓN DE PROCESOS ORIENTADA A LOS RESULTADOS (Palvarini & Quezado, 2013)
- BPM: Introducción a Gestión Orientada a Procesos: Business Process Management (Hitpass, 2019)
- La guía de los fundamentos para la dirección de proyectos (Guía del PMBOK) (Project Management Institute, 2017)
- El proceso estratégico Un enfoque de gerencia (Fernando A., 2008)

9.2. NORMATIVO

Ley 1266 de 31 de diciembre 2008: por la cual se dictan las disposiciones generales del habeas data y se regula el manejo de la información contenida en las bases de datos personales, en especial la financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones.

Impulso al desarrollo de aplicaciones móviles (APPS.CO): Esta es una iniciativa diseñada desde Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) y su plan Vive Digital para promover y potenciar la creación de negocios a partir del uso de las TIC, poniendo especial interés en el desarrollo de aplicaciones móviles, software y contenidos.

Ley 1341 de 2009: Por la cual se definen Principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones.

Ley 1915 de 12 de julio de 2018: habla de todos los procesos relativos a los derechos de autor, como lo son la distribución, copia, reproducción, la traducción u adaptación de obras.

Ley 1581 de 17 octubre 2012: la cual hace referencia a la protección de datos personales registrados en cualquier base de datos que los haga susceptibles de tratamiento, su objeto, ámbito de aplicación y definiciones, con el ánimo de adoptar las medidas necesarias y conducentes a generar mecanismos de protección de datos.

9.3. CONCEPTUAL

Gestión de Procesos de Negocios (BPM) “es una disciplina integradora que engloba técnicas y disciplinas, que abarca las capas de estrategia, negocio y tecnología, que se comprende como un todo integrado en gestión a través de los procesos.” (Hitpass, 2019).

Gestión de procesos: (Palvarini & Quezado, 2013) (p. 11) “se caracteriza por la abstracción de que podemos visualizar algo complejo como la simple suma de sus partes y la idea de que la realidad se asemeja a una máquina bien ajustada.”

Cadena de valor (Palvarini & Quezado, 2013) (p. 3): “la secuencia de etapas o de pasos necesarios desde la percepción de una demanda hasta su respuesta, con la entrega de los resultados finales”.

Segmentación (Kotler, 2018) Tradicionalmente el marketing siempre empieza por la segmentación, práctica consistente en dividir el mercado en

grupos homogéneos según perfiles geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales.

10. DISEÑO METODOLÓGICO

- Diagnóstico del sector
 - Investigación cualitativa: percepciones (que esperan los clientes), que tipo de servicios esperan.
 - Cuantitativo: cuál es ese mercado potencial, cuantas empresas hay, de qué tamaño, con qué nivel de ingresos, datos de contacto entre otros.
 - Datos estadísticos e información exógena.
- Diseño de un plan estratégico.
 - Consulta de material de apoyo.
 - Creación de documentos, tablas en Excel y presentaciones
 - Herramientas:
 - Análisis pestal, model canvas, desing thinking, inbound marketing (marqueting de atraccion), etc.
 - Bitácoras de análisis de las empresas.
 - Tablas en Excel.
 - Esquemas gráficos que nos aclaren las metas y estrategias.
 - Alcances del plan estratégico de ventas.
 - Test o evaluación iniciales de el plan.
- Implementación del plan estratégico.
 - Presupuesto.
 - Tipos de empresas al cual va el plan.
 - Marketing mix.

11. ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

11.1. RECURSOS DISPONIBLES

Humanos: el gerente de la empresa y practicante.

Materiales: plataforma digital, bases de datos, informes y reportes que sean de utilidad, encuestas, reuniones grupales.

Tiempo: 4 horas semanales.

Bibliográficos.

11.2. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla de Excel. Documento adjunto

12. RESULTADOS

12.1. Objetivo 1 Diagnosticar los grupos de interés

Consulta de Registros Mercantiles (RM)

Con el fin de dar una profundidad y solidez al proyecto hemos diseñado dos procesos que nos permitirán entender mejor los grupos de interés, para ello lo primero que hicimos fue identificar nuestro potencial cliente y entendimos que lo que buscábamos era saber que personas de una población censada en el municipio de interés ha tenido o tiene un registro mercantil⁵. Para poder determinarlo realizamos una descripción general de un proceso (BPM) al cual queríamos llegar.

Proceso: Proceso de gestión de consulta de Registros Mercantiles (RM).

Definición: actividades de diagnóstico y/o análisis que realizamos para tener una base de datos de RM activos para el municipio de interés.

Participantes: algoritmos, máquinas virtuales y las bases de datos (BD)

Descripción: el análisis comienza con fotografías del censo del municipio de interés, luego para sacar la información ahí contenida se usa un programa de reconocimiento óptico de caracteres (OCR) normalmente de uso libre online, luego se pasa este resultado a una tabla en Excel, y se verifica cada dato para identificar errores de conversión, luego de que se termina todas las fotografías del censo, se procede a ejecutar un macro en Excel para hacer una tabla de una columna donde está el resumen de todos los datos del censo. Posteriormente se lleva esta tabla resumen y se ejecuta en una máquina virtual con un algoritmo de automatización que consulta dato por dato en el Registro Único Empresarial y Social (RUES) y copia el registro mercantil (RM) a una base de datos en Excel. A continuación, se presenta un esquema BPMN⁶

⁵ En este caso usamos el censo de santa fe de Antioquia del año 2019.

⁶ BPMN Business Process Management Notation

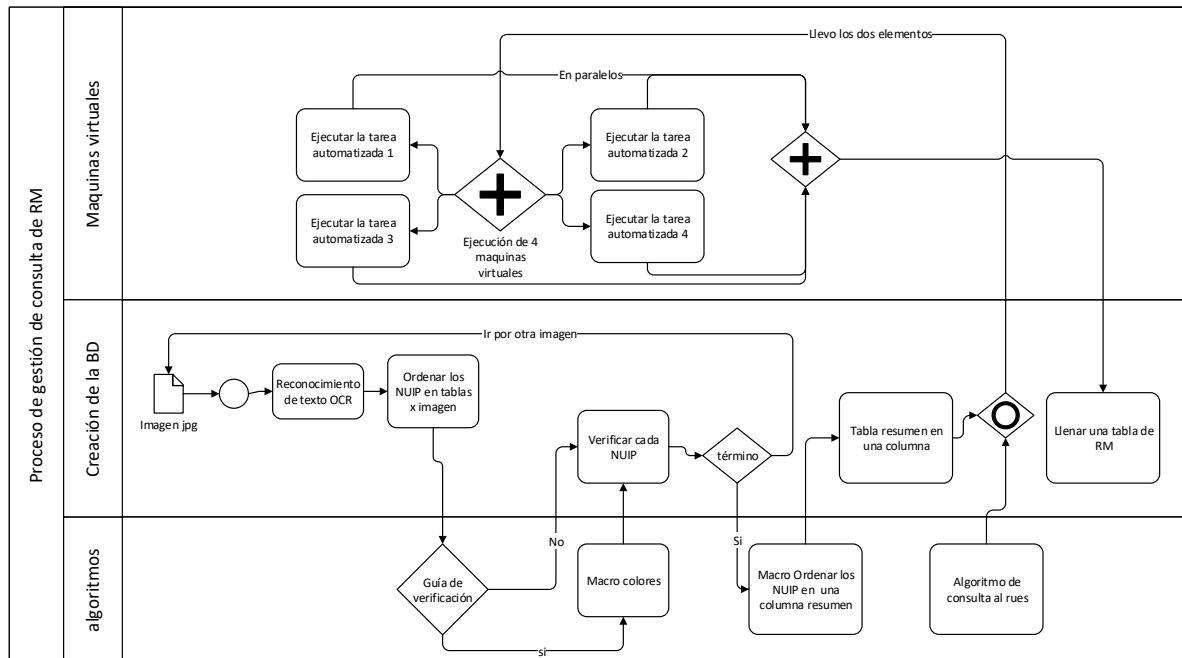


Diagrama 4: BPMN elaboración propia.

Conclusión: para preparar la *tabla de resumen en una columna* tomo unos 10 días completos en los cuales alcanzamos a ordenar un poco más de 18 mil datos NUIP⁷, para hacer la consulta en el RUES automatizamos aún más el proceso, ya que hemos determinado que una persona consulta unos 200 registros al día, esta tarea nos hubiese tomado unos 90 días aproximadamente en completarla, lo cual con el algoritmo de automatización lo realizamos en una noche completa con 4 máquinas virtuales corriendo dentro de una computadora huésped.

Ya previamente en la formulación del anteproyecto teníamos aproximadamente 500 RM en Sopetrán aplicando el mismo BPMN en ambos casos.

Finalmente elegimos las personas naturales como fuente de consulta en el RUES ya que una persona natural, puede tener una o varias empresas registradas a su nombre, y en su defecto participar en una sociedad comercial con otras personas. Toda esta información de personas naturales la usaremos para aplicar el instrumento de encuesta como método de validación dentro del plan estratégico programado para el próximo año 2021.

12.2. Objetivo 2 Diseñar el portafolio de servicio Colservitec

⁷ NUIP numero único de identificación personal.

Portafolio de servicios.

Hemos preparado un esquema como borrador en donde hemos colocado un numero entre paréntesis para indicar el número de página donde estaría cada dato del portafolio.

A continuación, presento el esquema buscado, la numeración corresponde al número de página:

(1) PORTAFOLIO DE SERVICIOS COLSERVITEC YOVANNY

(2) QUIENES SOMOS?

Iniciamos actividades profesionales en Sopetrán desde 2019 y adquirimos el nombre actual como Colservitec Yovanny “Consultoría y Servicio Técnico” en julio de 2019, con asesorías en administración y servicios informáticos en varias microempresas locales.

(3) Nuestro ADN

Tenemos la capacidad de atender nuestros servicios en el municipio de Sopetrán y el área del occidente antioqueño.

Nos caracterizamos por ofrecer un servicio integral a todos nuestros clientes con un portafolio de servicios en consultoría administrativa, de sistemas y de servicios digitales.

Los servicios prestados se fundamentan en agregar valor a cada una de las situaciones y necesidades consultadas con atención individualizada generalmente en horarios cómodos para las empresas.

(4) REPRESENTACIÓN LOCAL

Visítanos en www.colservitec.com

Somos una empresa que cree en la asociatividad, el fortalecimiento de las capacidades locales, y en la cooperación de las empresas, ya que en los nuevos entornos económicos sólo podremos ser sostenibles con apoyo mutuo.

Colservitec Yovanny al día de hoy cuenta con:

5 aliados estratégicos.

14 experiencias empresariales.

17 meses de experiencia

Con nuestros aliados estratégicos proporcionamos servicios de en temas contables, turismo, bienes raíces, y asesoría de integral de negocios. Dichos aliados son Serviefecty “Servicios Efectivos”,

Multiservicios Yovarm, D&J asesorías, Coomotours y turismo & propiedad, los cuales tienen presencia en el municipio de Sopetrán y occidente antioqueño. Juntos estamos constantemente ampliando nuestro alcance, con el propósito fin de dar un servicio que le permita crecer como empresa.

VALORES (5)

Independiente de las relaciones empresariales, se comparten los siguientes valores: la Integridad la apertura y la objetividad

con los clientes y demás terceros, obedeciendo los requerimientos de la organización en la aplicación de las diferentes técnicas y procedimientos de gestión adentro de la organización.

Siendo esto el eje de todo lo que hacemos, consideramos que los mejores intereses para el cliente son lo primero y en cualquier situación excepcional en la que se requiera una experiencia y/o un conocimiento particular, estaremos atentos para ayudarle. Se trata de los mejores intereses para el Cliente, no para nuestra ganancia a corto plazo, lo que impulsa nuestro pensamiento.

Para ayudarle. Lo que impulsa nuestro pensamiento es buscar lo que más les convenga a nuestros clientes, no nuestra ganancia a corto plazo.

Más Información en nuestra página web www.colservitec.com

¿POR QUÉ ELEGIRNOS? (6)

Colservitec Yovanny, apoya su crecimiento dada nuestra experiencia y conocimiento en sistemas y administración de empresas que dan soporte a los sectores de la economía del occidente antioqueño, con servicios enmarcados en los propósitos, objetivos y valores de las organizaciones.

01 Colservitec Yovanny ayuda a las organizaciones y personas a crear valor y a crecer en sus unidades de negocio obteniendo lo que están buscando.

02 Estamos siempre comprometidos a entregar calidad en los servicios de marketing digital, metodologías ágiles, sistemas y consultoría.

Propuesto 02: Estamos siempre comprometidos a entregar calidad en los servicios digitales, en los servicios de consultoría administrativa y como también en los servicios informáticos.

03 Nos interesamos siempre por las necesidades de nuestros clientes siendo una empresa comprometida por prestar servicios de calidad y generar procesos de mejora continua.

(8) MISION

Colservitec es una entidad que ayuda a mejorar las operaciones de negocios a través servicios técnicos y de consultoría con el fin de que las pymes sean más competitivas en el mercado con operaciones en Sopetrán y el occidente antioqueño.

(9) VISION

COLSERVITEC YOVANNY será reconocida en 3 años como una entidad altamente calificada en el desarrollo de soluciones rápidas que asegure eficiencia y satisfacción de servicios de alto valor a cada uno de sus clientes en el occidente antioqueño.

(10) VALORES CORPORATIVOS (ia+o)

Integridad

Colservitec entiende la importancia de llevar a sus clientes paquetes de servicios que permitan dar una cobertura amplia a la solución de sus necesidades puntuales.

Apertura

Estamos dispuestos a realizar alianzas empresariales con el propósito de generar nuevos productos y servicios. Tenemos la capacidad de interrelacionarnos globalmente e individualmente y tenemos acceso a la información que nos ayuda a generar mejores experiencias.

Objetividad

Trabajamos en base a los hechos teniendo especial cuidado en ser suaves con la persona, pero duros con el problema, esto con el fin entender a profundidad las necesidades puntuales de cada empresa.

Trabajamos con la comprensión profunda de las necesidades puntuales que posee cada empresa.

(11) HORARIOS FLEXIBLES

Nuestros honorarios se basan en una estimación del tiempo en que se incurrirá para llevar a cabo los trabajos que nos hemos comprometido realizar de acuerdo a la necesidad de nuestros clientes, con buenas tarifas y estándares de facturación, las cuales consideran el nivel y grado de profundidad de la actividad requerida.

(12) EMPRESAS QUE USAN NUESTROS SERVICIOS

- Caprichos tomy
- D&J asesoría
- Grupo gea
- Coomotours
- Multiservicios yovarm
- Serviefecty
- Polifuturo
- Logística satelital

(13) NUESTROS SERVICIOS

(14-15) SERVICIOS INFORMATICOS

- Mantenimiento de computadoras.
- Limpieza, actualización y sustitución de componentes.
- Instalación de servidores NAS: configuración, creación de estaciones de trabajo y asistencia. Comprende desde la instalación, configuración, creación de estaciones de trabajo, asistencia técnica, inducción y soporte
- Monitoreo y gestión de la información digital.
- Implementación e instalación de redes informáticas.
- Gestión documental digital.
- Software y hardware para operaciones de negocio.
- Copias de seguridad local y en la nube.

(16-17) CONSULTORIA EN ADMINISTRACION

- Planeación estratégica.
- Plan de negocios.
- Marketing.
- Preparación o evaluación de presupuestos.
- Gestión de procesos de negocio (BPM).
- Diagnóstico de empresas: pestel, dofas, 5 fuerzas de Porter, Canvas.
- Análisis, evaluación y elaboración de manuales de funciones y procedimientos.
- Gestión de la estrategia y gestión de procesos.
- Implementación de estrategias de teletrabajo, mecanismos administrativos y tecnologías para su aplicación.
- Elaboración y revisión de Información en Medios Magnéticos.
- Capacitaciones.

(18) SERVICIOS DIGITALES

- Community manager.
- Diseño, alojamiento y administración de páginas web
- Publicidad para internet (redes, youtube, sitios web, etc)
- Escritura para internet.
- Diseño editorial: revistas, guías o Portafolio de servicios.
- Embudos de conversión: landing pages, email marketing, campañas digitales.
- Edición y publicación de videos.
- Edición de contenidos publicitarios.

(19) OUTSOURCING (con los aliados)

- Contable.
- Tributario.
- Nómina Legal.
- Elaboración y revisión de Declaraciones Tributarias.

(20) CONTACTO

- Cra 5A # 8a- 66.
- Las cabañas Sopetrán.
- Occidente de Antioquia.
- Colombia.
- yovannyescudero@gmail.com.
- Cel: (+57) 321 720 84 11.

En el Documento adjunto como anexo número 1, estará el diseño beta del portafolio de servicios que ofertará a los clientes de Colservitec.

12.3. Objetivo 3 Construir estrategias, tácticas y actividades.

Preparación del instrumentó de validación.

Para la preparación del instrumentó de validación determinamos que lo dejaríamos diseñado y que lo aplicaríamos para el año 2021, el cual podemos encontrarlo en el documento anexo número 2. Para ello fue clave la consulta previa de los registros mercantiles (RM) de manera previa. Para ello utilizamos la siguiente estructura para calcular el tamaño de la muestra y tener un nivel de confianza calculado según el tamaño de la población de estudio para este caso el número de RM activos.

N	tamaño de la población de estudio
Z	valor z
e	Margen de error
p	desviación estándar

Tabla1: Definición de tamaño de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra usaremos la formula estándar:

$$\text{Tamaño de muestra} = \frac{\frac{[z^2 * p(1-p)]}{e^2}}{1 + \frac{[z^2 * p(1-p)]}{Ne^2}}$$

Al hacer los cálculos para los municipios iniciales tenemos los siguientes datos:

				Sopetrán	Santa fe
		p	e	N	N
		0,5	0,05	500	700
confianza	70	1,04	89	94	
	75	1,15	105	111	
	80	1,28	123	133	
	85	1,44	147	160	
	90	1,65	176	196	
	92	1,75	190	213	
	95	1,96	217	248	
	96	2,05	228	263	
	98	2,33	260	306	
	99	2,58	286	341	

Tabla 2: Elaboración propia nivel de confianza de municipios a encuestar.

Usaremos la fórmula de Pareto aprendida en gestión de operaciones durante la carrera para determinar el 80% de los resultados con el 20% del esfuerzo, ya que como se puede notar entre más nivel de confianza se quiera mayor será el esfuerzo para cubrirlo, lo que aporta muy poco luego de alcanzar el Pareto.

Preparación plan estratégico de ventas Colservitec

Como elemento de guía minimalista se está desarrollando un documento en el cual se desea contener de manera resumida los aspectos claves a ejecutar en el año 2021. El cual ira anexado como documento anexo número 3, en el presente proyecto como plan preliminar para poder avanzar en la operación actual, como también ajustarlo en el corto plazo siendo este complementado

por los resultados de la encuesta de los potenciales clientes activos en el registro mercantil.

12.4. Objetivo 4 Evaluar el plan estratégico de ventas.

Debido al alcance temporal del proyecto de práctica, este objetivo se evaluará luego de aplicar las estrategias tácticas y actividades, por lo cual se deja establecido el documento de trabajo para el año 2021 con el plan estratégico creado. Por lo pronto debido al alcance de los objetivos previos, este objetivo tiene una ejecución de un 30% a la fecha de diciembre de 2020. Siendo la implementación del plan estratégico en el año 2021, este terminaría de ser evaluado al final de ese ciclo de planeación.

13. CONCLUSIONES Y LOGROS

Se la logrado tener mayores ingresos debido a las experiencias positivas de los clientes, ya que estos aportan recomendaciones positivas que atraen a nuevos clientes satisfechos.

Se logró una mejor gestión de los clientes, se desean generar canales directos de comunicación con ellos.

Con base a la información recaudada en el RUES donde encontramos los registros mercantiles activos por municipio estamos trabajando para acercarnos a esos potenciales clientes en el occidente a través de redes sociales, como ya los tenemos identificados, hemos estado agregándolos como amigos en Facebook, lo que permitirá la ejecución de estrategias de publicidad y embudos de conversión. El marketing digital se proyecta como una estrategia de primer acercamiento con los potenciales clientes, creando ambientes de confianza para un posterior acercamiento a través de otros medios de venta, los cuales potencialmente puede ser más directos.

Hemos concluido con la creación de un plan estratégico preliminar el cual nos servirá como base a seguir en el camino a ejecución de actividades en el primer semestre del año 2021.

14. RECOMENDACIONES

Hay varios aspectos a tener en cuenta para poder llevar a cabo este trabajo del plan estratégico y es poder contar con un equipo de trabajo que nos permita ejecutar el plan estratégico a cabalidad en el primer semestre de 2021.

Tengo algunas recomendaciones generales que me han permitido ser exitoso en el desarrollo de las actividades profesionales de la empresa y en los diferentes momentos de este proyecto:

- Sistemas de autogestión: muy útil para campañas publicitarias. En vez de que nosotros hagamos una tarea repetitiva usemos una aplicación que o aplicaciones que lo hagan por nosotros, un ejemplo de ellos son los mensajes automáticos, muy usados en chat Bot, correos automáticos, etc.
- Incentivar el conocimiento técnico: todas esas habilidades tic o personales que nos permiten usar esa inteligencia indígena para hacer más rápido un proceso o tarea.
- Conocer a profundidad las necesidades personales y sociales: todos necesitamos entender cuáles son nuestras necesidades, y luego tratar de comprender cuales son las necesidades de la sociedad en que vivimos para luego crear servicios que nos den ingresos.
- Promover la automotivación: es muy importante estar motivados, no rendirnos para poder lograr los objetivos que deseamos alcanzar con gran anhelo.
- Fomentar las ciencias de la creatividad: nuestro cerebro es un productor de pensamientos que los convierte en procesos imaginativos y luego cristalizan en objetos en la realidad, al fomentar la creatividad hace que las personas busquen soluciones a procesos existentes y estos al mejorarse o especializarse crean innovación lo cual puede generar nuevos procesos económicos.
- Promover el saber practico: todos necesitamos adaptarnos a las condiciones de vida de los territorios donde nos encontramos y poder a partir de ello obtener ingresos.

15. BIBLIOGRAFÍA

- ¿Qué es la Planeación Estratégica y para qué sirve? (24 de 05 de 2018). Obtenido de pensemos: <https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve>
- Fernando A., D. I. (2008). *El proceso estratégico Un enfoque de gerencia*. México: Pearson Educación.
- Hitpass, D. B. (2019). *BPM: Introducción a Gestión Orientada a Procesos: Business Process Management*. Santiago de Chile: BHH Ltda.
- KIRAN GARIMELLA, M. L. (s.f.). *BPM (GERENCIA DE PROCESOS*. Obtenido de konradlorenz: http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_digital_sistemas/bpm.pdf
- Knapp, J. (2016). *Sprint (Spanish Edition)*. España: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Kotler, P. (2018). *Marketing 4.0 (Acción empresarial) (Spanish Edition)*. Edición de Kindle: Lid.
- Ley 1915 de 12 de julio de 2018*. (2018 de julio de 12). Obtenido de presidencia: <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201915%20DEL%2012%20DE%20JULIO%20DE%202018.pdf>
- Palvarini, B., & Quezado, C. (2013). *GESTIÓN DE PROCESOS ORIENTADA A LOS RESULTADOS*. Brasilia: Edición de Kindle.
- Project Management Institute. (2017). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)–Sixth Edition (SPANISH)*. Project Management Institute.
- sutherland, j. (2016). *scrum el arte de hacer el doble de trabajo en la mitad de tiempo*. oceano.