

“PLAN DE MERCADEO PARA LA EMPRESA GERENCIAR NEGOCIOS”

JAVIER ORLANDO RONCANCIO BUSTOS

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE POSGRADOS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROCESOS Y CALIDAD
BOGOTÁ D.C.

2012

PLAN DE MERCADEO PARA LA EMPRESA GERENCIAR NEGOCIOS

JAVIER ORLANDO RONCANCIO BUSTOS

Trabajo de grado como requisito para optar al título de
Especialista en Gerencia de Procesos y Calidad

ASESOR

DR. MIGUEL SAMIR KIUHAN M.

UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE POSGRADOS

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO

BOGOTÁ D.C.

2012

Contenido

RESUMEN:	7
ABSTRACT:.....	8
PALABRAS CLAVE:	9
KEYWORDS	10
INTRODUCCION	11
JUSTIFICACION	12
MARCO TEORICO.....	13
OBJETIVOS GENERAL Y ESPECIFICOS	14
1.1. OBJETIVO GENERAL.....	14
1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	14
2. ANALISIS SITUACIONAL (INTERNO)	15
2.1. RESEÑA HISTORICA.....	15
2.2. MISION	15
2.3. VISION	16
2.4. POLITICA DE CALIDAD	16
2.5. VALORES CORPORATIVOS.....	17
2.6. OBJETIVOS CORPORATIVOS.....	18
3. EVALUACION INTERNA ACTUAL DE LA EMPRESA.....	19
3.1. ANALISIS MATRICIAL	19
3.1.1. FORTALEZAS	19
3.1.2. DEBILIDADES	20
3.1.3. OPORTUNIDADES	20
3.1.4. AMENAZAS	21
3.2. POSICION ESTRATEGICA.....	22
4. ANALISIS PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	23
4.5. ANALISIS DE ATRIBUTOS.....	25
4.6. ANALISIS DE LAS VENTAJAS Y BENEFICIOS DE LOS PRODUCTOS....	25
4.7. ANALISIS DE POSICIONAMIENTO	26
4.8. ETAPA DE CICLO DE VIDA	27
5. ANALISIS SITUACIONAL (EXTERNO)	28
6. MERCADO.....	30
6.1. ANALISIS DE LA ESTRUCTURA DE MERCADO	30

6.1.1. ESTRATEGIA DEL MERCADO	34
6.2. MERCADO RELEVANTE	34
6.3. MEDICION DEL MERCADO	34
6.4. TASA DE CRECIMIENTO DEL MERCADO.....	35
6.5. ATRACTIVO DEL MERCADO.....	36
6.6. TENDENCIA DEL MERCADO.....	37
7. CONSUMIDOR USUARIO	38
7.1. VARIABLES CONSUMIDOR USUARIO.....	38
7.1.1. VARIABLES GEOGRAFICAS	38
7.1.2. VARIABLES DEMOGRAFICAS.....	39
7.1.3. VARIABLES CONDUCTUALES	39
7.1.4. VARIABLES MOTIVACIONALES.....	39
7.1.5. VARIABLES ACTITUDINALES.....	39
7.1.6. PERCEPCIONES.....	39
7.2. MERCADO OBJETIVO.....	40
7.3. PERFIL DEL COMPRADOR.	40
8. COMPETENCIA	42
9. PLAN DE MERCADEO.....	50
9.1. OBJETIVOS DEL PLAN	50
9.1.1. CUALITATIVOS	50
9.1.2. CUANTITATIVOS	51
9.2. ESTRATEGIAS BASICAS DE MARKETING.....	51
9.2.1. ESTRATEGIAS PARA ESTIMULAR LA DEMANDA SELECTIVA.....	51
9.2.2. ESTRATEGIAS PARA ESTIMULAR LA DEMANDA PRIMARIA	52
9.2.3. ESTRATEGIAS MEJORA DEL SERVICIO.....	52
10. PRODUCTO	53
10.1. ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO.....	53
11. PRECIO	54
11.1. ESTRATEGIAS DE PRECIO	54
11.2. POLITICAS DE DESCUENTOS	54
12. PLAZA.....	55
12.1. ESTRATEGIAS DE PLAZA.....	55
13. PROMOCION.....	55

13.2. PROGRAMAS DE INCENTIVOS	57
13.4. RELACIONES PÚBLICAS	58
14. INVERSION DEL PLAN DE MARKETING.....	59
14.1. INVERSIÓN MENSUAL PLANES DE CAPACITACIÓN.....	60
14.2. INVERSIÓN SEMESTRAL PLANES DE CAPACITACIÓN.....	61
14.3 INVERSIÓN MENSUAL PLANES DE CONSULTORÍA	62
14.4. INVERSIÓN SEMESTRAL PLANES DE CONSULTORÍA	63
14.5. PRONOSTICO DE VENTAS.....	64
GRAFICA PROYECCION PYG.....	65
CONCLUSIONES	66
BIBLIOGRAFIA TEORICA	67
BIBLIOGRAFIA INTERNET	68

Contenido de graficas

Grafica 1 Analisis DOFA.....	19
Grafica 2 Modelo SWOT	26
Grafica 3 Ciclo de vida	28
Grafica 4 Analisis Macreoentorno	29
Grafica 5 Variables Consumidor.....	38
Grafica 6 Proyeccion PYG.....	64

Contenido de Tablas

Tabla 1 Posicion estrategica analisis DOFA.....	22
Tabla 2 Atributos Gerenciar Negocios	25
Tabla 3 Ventajas y Beneficios	25
Tabla 4 Competencia Directa	51
Tabla 5 Panorama Competitivo	52
Tabla 6 Inversion mensual planes de capacitación	60
Tabla 7 Inversion semestral planes de capacitación	61
Tabla 8 Inversion mensual planes de consultoria	62
Tabla 9 Inversion Semestral planes de consultoria	63
Tabla 10 Pronostico de Ventas.....	64
Tabla 11 Proyeccion PYG.....	64

Contenido de Figuras

Figura 1 Brochure Gerenciar Negocios	23
--	----

RESUMEN:

El modelo de entrenamiento y capacitación empresarial por medio de las empresas de consultoría especializada cada día cobra más fuerza ante la necesidad de los sectores económicos de contar con organizaciones que respondan a las exigencias propias de la globalización y la flexibilidad de los mercados.

Los altos estándares, las certificaciones necesarias en las empresas para adentrarse en el mercado internacional y desarrollar corporaciones de clase mundial han hecho una vez más enfatizar la importancia del hombre y su talento para contribuir y agregar valor a las organizaciones.

Las empresas Colombianas, han venido poco a poco adoptando el modelo de manera institucional, creando departamentos de reingeniería y calidad coherentes con sus planes estratégicos y con su creencia de que las personas, sus capacidades, capacitación y motivación son las que verdaderamente generan ventajas competitivas y establecen diferencias en las empresas exitosas.

El desarrollo que ha mostrado el sector comercial (empresas de productos y servicios) en Colombia hace que cada vez sean más importantes los servicios que se brindan en torno a la estructuración de empresarial.

Las empresas Colombianas en su mayoría son empíricas esto hace que no estén organizadas ni preparadas para enfrentar los retos de la globalización y que no cuenten con la estructura adecuada para enfrentar los retos del entorno, por esto la importancia de crear planes de capacitación y consultoría que contribuyan al buen funcionamiento organizacional.

ABSTRACT:

The model of learning and business training through specialized consulting firms takes more strength each day to the economic sectors need to have organizations that meet the demands of globalization and market flexibility.

The high standards and certifications are necessary to encourage companies to enter the international market and develop world-class corporations have once again emphasize the importance of man and his talent to contribute and add value to organizations.

Colombian companies have been gradually adopting an institutional model, creating re-engineering and quality departments consistent with their strategic plans and their belief that people, their skills, training and motivation are what really create competitive advantages and differentiate into successful businesses.

The development shown by the business sector (companies of products and services) in Colombia is that more and more important services provided around the structuring of business.

Colombian companies are largely empirical it makes are not organized or prepared to deal with the remains of globalization and not have the appropriate structure to meet the challenges of the environment, so the importance of creating training plans and consulting contribute to organizational functioning.

PALABRAS CLAVE:

Entrenamiento empresarial: consistente en un proceso interactivo y transparente mediante el cual el entrenador y la empresa cliente buscan el camino más eficaz para alcanzar los objetivos fijados, utilizando sus recursos y habilidades.

Capacitación empresarial: es una estrategia empresarial importante que deben acompañar a los demás esfuerzos de cambio que las organizaciones lleven adelante. Mediante esta estrategia los colaboradores aprenden cosas nuevas, crecen individualmente, establecen relaciones con otros individuos, coordinan el trabajo a realizar, se ponen de acuerdo para introducir mejoras.

Corporaciones de clase mundial: son aquellas que cuentan con características de eficiencia, tales como cero defectos, justo a tiempo, mejoramiento continuo y pueden adecuarse al entorno mundial de forma exitosa.

Plan estratégico: es el mapa de navegación de la empresa consiste en aclarar lo que la empresa pretende conseguir y cómo se propone conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde se plasman las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia una excelente gestión.

KEYWORDS

Entrepreneurial learning: interactive process consisting of a transparent whereby the coach and the client company seeking the most effective way to achieve the objectives set, using their resources and skills.

Business training: business strategy is important to accompany other efforts to change organizations to take forward. Through this strategy the partners learn new things, grow individually, establish relationships with others, coordinate the work to be performed, and agree to make improvements.

World-class corporations: those that have efficient features such as zero defects, just in time, continuous improvement and can adapt to the global environment successfully.

Strategic Plan: is the navigation map of the company is to clarify what the company intends to achieve and how it intends to achieve. This programming is reflected in a consensus document which set out the big decisions that will guide our way to an excellent management.

INTRODUCCION

Esta investigación consiste en la realización de un PLAN DE MERCADEO utilizando herramientas y metodología de clase, para generar negocios a través del servicio de consultoría especializada de la empresa GERENCIAR NEGOCIOS.

La empresa ha venido desarrollando su actividad comercial desde hace siete años, utilizando un portafolio de servicios de consultoría de acuerdo a las necesidades del cliente o usuario final, hasta el momento la firma se especializado en las MYPIMES en Bogotá y en algunas ciudades del país.

La globalización de los negocios, los Tratados de Libre Comercio y todas aquellas actividades mercantiles que actualmente adelanta Colombia en estos temas, exhorta a los empresarios a tener el conocimiento y soporte necesarios para adecuarse al entorno, por esta razón debe contar y capacitarse por medio de empresas de consultoría especializada que ofrezcan el mejoramiento constante y desarrollo competitivo de los empresarios.

El análisis del entorno, nos da a conocer que no existe una cultura de contratar empresas de consultoría especializada, ya sea por falta de conocimiento por parte de los empresarios o por la sencilla razón que el empresario sigue siendo empírico en su razón de ser empresario o dueño de la empresa, por tal motivo se hace necesario desarrollar el presente plan de mercadeo que permitirá ser reconocido por los clientes.

JUSTIFICACION

Los grandes cambios económicos globales en los negocios, han llevado a las empresas a enfrentar los retos de un entorno altamente competitivo, el entrenamiento, conocimiento y experiencia se hacen necesarios a la hora de querer ser una empresa perdurable, por esta razón las compañías necesitan el apoyo de las firmas de consultoría empresarial, estas a su vez recurren a emplear procesos de formación y capacitación continua que sirvan de apoyo para trasladar los conocimientos a las empresas y empresarios que enfrentan los retos del día a día.

El conocimiento impartido por dichas firmas genera confianza y seguridad a la empresa frente a las situaciones que enfrenta para ser competitiva en el mercado, ofrecen así un amplio abanico de oportunidades de generar negocios a satisfacción del cliente y usuario final soportados en servicios de consultoría especializada.

GERENCIAR NEGOCIOS es una firma de consultoría que desde sus inicios ha implementado metodologías de mejoramiento continuo en temas de gestión de calidad, negocios internacionales y responsabilidad social sostenible, contando con un equipo de consultores expertos en estos procesos, buscando satisfacer las necesidades que las empresas tengan respecto a los temas mencionados anteriormente.

Para GERENCIAR NEGOCIOS las tendencias actuales en el mundo, son la oportunidad de preparar a las empresas para enfrentar grandes mercados, alta competencia y un entorno turbulento, logrando prepararlas para maximizar sus capacidades, ofreciéndoles herramientas para ser más sólidas, competitivas y listas para enfrentar los grandes retos de mercados internacionales.

MARCO TEORICO

Un plan de mercadeo es un instrumento esencial en toda empresa, que facilita la comercialización eficaz de cualquier tipo de producto. Resulta muy arriesgado buscar que un producto sea exitoso sin haber elaborado antes un plan definido.

GERENCIAR NEGOCIOS no ha sido ajena a este tipo de acciones de mercadeo, razón por la cual dentro de sus líneas de negocio y en busca de incursionar en el mercado nacional e internacional requiere el desarrollo de un plan de mercadeo para estos últimos.

Es así como en busca de satisfacer la necesidad GERENCIAR NEGOCIOS, desarrollaremos un plan de mercadeo, para el cual tomaremos como puntos de referencia el enfoque teórico de un Plan de Mercadeo elaborado conforme a los principios descritos por los autores Román G. Hiebing, Jr. y Scott W. Cooper, quienes coinciden en la concepción de que un plan de mercadeo es un proceso metódico y riguroso que busca determinar el mercado meta del producto o servicio, de detallar su necesidades y deseos, y de satisfacerlos después en una forma mejor que la competencia. De igual forma el Plan de Mercadeo trazado abordará todas y cada una de las facetas que componen el marketing, prestando mayor o menor atención a cada una de ellas en función de distintos factores.

1. OBJETIVOS GENERAL Y ESPECIFICOS

1.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar e implementar el PLAN DE MERCADEO de la empresa GERENCIAR NEGOCIOS.

1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Fortalecer y Posicionar las estrategias del plan de mercadeo que garanticen la optimización de los servicios de consultoría como bloques de negocio estratégico.

Establecer el mercado objetivo de clientes y usuarios finales de la empresa.

Identificar momentos adversos y oportunidades de negocios de consultoría.

Emplear el mejoramiento continuo, oportuno y eficaz en el mercado objetivo de la empresa para llegar a clientes potenciales que requieran de consultoría especializada.

2. ANALISIS SITUACIONAL (INTERNO)

2.1. RESEÑA HISTORICA

GERENCIAR NEGOCIOS constituida e inscrita en la Cámara de Comercio el 9 de mayo de 1999 actualmente está ubicada en la ciudad de Bogotá.

Hace parte del sector privado como una empresa en la prestación de Servicios de Consultoría Especializada, con criterios de pertenencia, eficacia, honestidad y respeto con el fin de satisfacer resultados óptimos a nuestros clientes y usuarios finales.

Desarrolla su actividad mercantil en la consultoría especializada en sistemas de gestión de la calidad integral, negocios internacionales y responsabilidad social sostenible e implementación de actividades de Formación y Capacitación Empresarial, atendiendo las necesidades del Mercado Nacional dentro del amplio y moderno concepto de la Globalización.

2.2. MISION

GERENCIAR NEGOCIOS ofrece soluciones de consultoría especializada empresarial, certificando el resultado a través de un método experimentado, con las mejores prácticas del mercado, soportado con tecnología avanzada y personal especializado; suministrando informes confiables y oportunos ajustados a las necesidades específicas de nuestros clientes, que le permitan la toma de decisiones gerenciales acertadas en Gestión Integral de Calidad y Mercadeo Estratégico BPO, Logística y Negocios Internacionales.

2.3. VISION

Obtener y mantener el liderazgo nacional en soluciones de consultoría en Gestión Integral de Calidad y Mercadeo Estratégico BPO, Logística y Negocios Internacionales, conservar el reconocimiento de compromiso y excelencia por parte de nuestros clientes; generando oportunidades de desarrollo para nuestros colaboradores y rentabilidad a los accionistas; logrando para el año 2.015 presencia en los mercados de Latinoamérica.

2.4. POLITICA DE CALIDAD

La empresa GERENCIAR NEGOCIOS dedicada a la prestación de servicios de consultoría, busca proporcionar productos y servicios que satisfagan las necesidades y expectativas de sus clientes, cumpliendo con los requisitos que estos especifiquen, además de los legales, reglamentarios y sectoriales que apliquen a la actividad y otros requisitos que la empresa suscriba. La calidad es prioritaria en las actividades de la empresa.

Las directrices y objetivos que, en relación con la calidad, guían a la empresa GERENCIAR NEGOCIOS, se plasman en la Política de Calidad definida por la dirección de la empresa dichas directrices son las siguientes:

Calidad es satisfacer todos los requisitos de nuestros clientes, así como todos los requisitos legales aplicables.

El método buscado para obtener calidad es planificar y prevenir en vez de corregir.

La calidad de los servicios prestados y productos desarrollados se constituye en una Ventaja estratégica frente a nuestros competidores.

El objetivo de GERENCIAR NEGOCIOS es prestar todos y cada uno de sus servicios, y desarrollar todos sus productos, buscando las siguientes metas:

Mejorar la eficacia del sistema de gestión, minimizando el número de no conformidades detectadas anualmente.

Mejorar la gestión de los proyectos.

Fomentar la formación de nuestros empleados.

Fomentar el buen ambiente de trabajo.

Incrementar la satisfacción de todos nuestros clientes.

2.5. VALORES CORPORATIVOS

TRABAJO EN EQUIPO: Exhortar a compartir ideas, diseñar planes e implementar acciones de manera conjunta para el logro de los objetivos comunes.

RESPECTO: Hace mención a la decisión firme, responsable y legítima de no transgredir los derechos de los semejantes actuando o dejando de actuar para conservar la armonía natural de un ser, de un grupo de seres y de la sociedad misma.

HONESTIDAD: Es la conducta guiada por la verdad, que genera confianza, seguridad y credibilidad ante los demás.

CREATIVIDAD INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN: Destreza para concertar elementos, renovar procesos, producir cosas nuevas concretando con éxito un producto o servicio, para bien de nuestros clientes.

COMUNICACIÓN Y SENTIDO DE PERTENENCIA: Expresar claramente ideas y conceptos a través del lenguaje verbal, no verbal, visual y escrito. Nuestras actuaciones se enmarcan dentro de la ética y la transparencia a través de protocolos de comunicación.

ÉTICA: En **GERENCIAR NEGOCIOS**. Se tiene aprobado un código de ética, de consultoría y de buen gobierno corporativo.

2.6. OBJETIVOS CORPORATIVOS

GERENCIAR NEGOCIOS busca como objetivo cumplir lo que se encuentra en nuestra Misión y llegar a ser lo que indica nuestra Visión, para ello cuenta con objetivos clave para desarrollar dicho proceso.

Atención al Cliente: Nuestra atención al cliente debe convertirse en nuestro mecanismo de interacción con nuestros clientes mejorando los procesos de comunicación y convirtiéndonos en un aliado estratégico para ellos.

Calidad de Servicio: Debemos garantizar calidad total de nuestros productos y servicios y esto lo vamos a buscar mediante procesos de certificación en ISO 9000 e ISO 27001 para que de esta forma seamos una empresa que no solo ofrezca soluciones si no que posea la experiencia suficiente para volverse una autoridad en el tema.

Mejoramiento Continuo: Nuestros empleados y personal técnico deben capacitarse constantemente en las diferentes herramientas que diseñamos con el fin de mejorar cada día nuestros productos y servicios.

Aliados Estratégicos: Nuestra empresa buscará aliarse con otras organizaciones para de esta forma poder ofrecer soluciones globales a nuestros clientes.

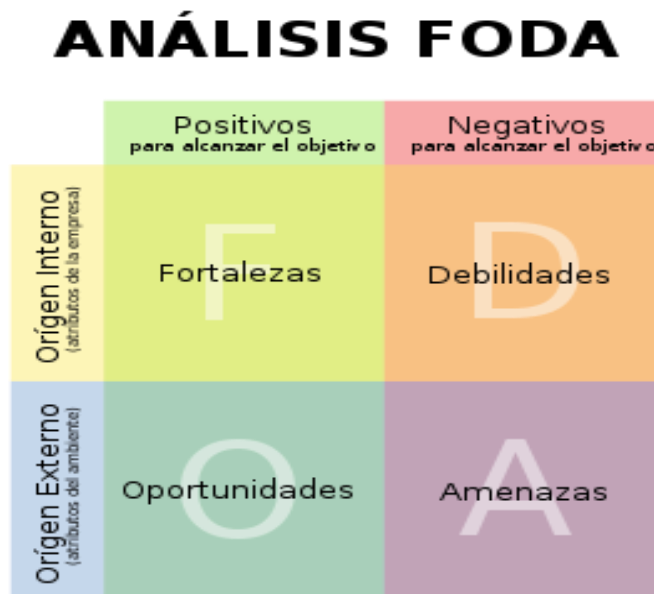
3. EVALUACION INTERNA ACTUAL DE LA EMPRESA

3.1. ANALISIS MATRICIAL

Grafica 1

Análisis DOFA

Fuente: <http://admon8jennygarcia.blogspot.com/2011/03/exposicion-de-estrategia-tecnologica.html>



3.1.1. FORTALEZAS

La empresa GERENCIAR NEGOCIOS cuenta con experiencia en el mercado de más de 5 años lo que le brinda reconocimiento y posicionamiento. Además cuenta con varias áreas de especialización como firma de consultoría.

Cuenta con flexibilidad en los diferentes programas de consultoría puesto que siempre trata de ajustarse a la medida y necesidades del cliente, cuenta con metodologías y modelos ya desarrollados y aplicados.

3.1.2. DEBILIDADES

La empresa GERENCIAR NEGOCIOS, no cuenta con muchas áreas de especialización fuera de las que conciernen al área de mercadeo, calidad y comercio internacional.

Aunque se tiene algún posicionamiento en el mercado todavía no se tiene el posicionamiento deseado por lo tanto es muy importante la planeación y ejecución del plan de mercadeo de la empresa.

3.1.3. OPORTUNIDADES

Los TLC's., y la globalización de las economías son una gran oportunidad para GERENCIAR NEGOCIOS.

El aumento de las exportaciones de servicios ofrece la posibilidad de internacionalizar la empresa GERENCIAR NEGOCIOS.

El crecimiento del sector de consultoría ofrece a GERENCIAR NEGOCIOS la posibilidad de tener más reconocimiento que empresas que hasta ahora entran al sector.

3.1.4. AMENAZAS

Entrada al mercado nacional de Empresas de consultoría extranjeras ya reconocidas a nivel internacional.

No ofrecer servicios diferenciados que hagan que el cliente tenga preferencia por la marca.

Normas judiciales que limiten el desarrollo de la marca o en general de las empresas de consultoría.

3.2. POSICION ESTRATEGICA

Tabla 1

POSICIÓN ESTRATÉGICA ANÁLISIS DOFA

MATRIZ DOFA Gerenciar Negocios		DEBILIDADES		FORTALEZAS		
		1	no se tiene diversidad de consultoria en otras areas	1	conocimiento de los temas	
		2	falta de flexibilidad en los temas de consultoria	2	experciencia en el mercado	
		3	poca flexibilidad en las herramientas aplicadas en consultoria	3	Herramientas y modelos	
		4	tamaño de la organización es mediano	4	reconocimiento en el mercado	
OPORTUNIDADES	1	posibilidades de venta	POSICION (DO)		POSICION (FO)	
	2	posionamiento de marca	D1,01 = desarrollo de producto		F1,01= exportacion de servicios	
	3	Aumento en las exportaciones de servicios	D1,02 = Desarrollo de mercado		F2,02= penetracion de mercado	
	4	crecimiento en el mercado nacional	D3,01= desarrollo de producto		F3,03= exportacion de servicios	
	5	crecimiento del sector en el mercado internacional	D4,03,04= asociaciones		F4,04= Penetracion de nuevas ciudades nacionales	
AMENAZAS	1	poco posicionamiento de marcas debido a la abundancia	D2,05= desarrollo de productos para mercados internacionales		F4,05= penetracion de mercados interenacionales	
	2	servicios no diferenciados	POSICION (DA)		POSICION (FA)	
	3	barreras legales de los mercados	D1,A1= posicionamiento en el mercado		F1;A1= posicionamiento de marca	
	4	imposibilidad de viajar de los empleados	D2,A2= segmentacion de		F2;A2= diferenciacion de servicio	
			A2,D3= penetracion		F3;A3= patentes y registros de herramientas	
		D4,A2 = asociaciones		F4;A4= implementacion de consultoria online		

Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la posición estratégica de la empresa en el cuadro anterior ofrecemos diferentes alternativas según las amenazas y debilidades a atacar, algunas de estas hacen referencia al desarrollo de nuevos productos, al desarrollo y penetración del mercado, a la exploración de nuevos mercados, a asociaciones con firmas internacionales, a segmentaciones del mercado, al posicionamiento de marca, la exportación de servicios de consultoría entre otras.

4. ANALISIS PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

GERENCIAR NEGOCIOS ofrece un servicio de consultoría especializado generando valor compartido y agregado al cliente y usuario final, aportando soluciones y beneficios en el sector empresarial de las MIPYMES mediante metodologías y herramientas amigables para el uso y posicionamiento en el mercado, exhortando al fortalecimiento empresarial del país.

Figura 1

BROCHURE GERENCIAR NEGOCIOS



4.1. SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD INTEGRAL.

Realización de análisis situacional para procesos de implementación y mejoramiento continuo en calidad integral ISO NTC 9001, 14000 y 18000. Para certificación de CALIDAD.

Amigabilidad en términos y conceptos de sistemas de gestión de la calidad enfocados a facilitar la gestión empresarial.

Generar soluciones prácticas que aporten beneficios de valor compartido al cliente interno y externo de la empresa.

4.2. NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Análisis y plan de mercados, acordes al requerimiento del cliente para procesos de comercialización local, nacional e internacional.

Análisis de perfiles de mercados objetivos, alternos y contingentes a dónde quiere llegar el cliente.

Procesos de retroalimentación y evaluación de mercados.

Mejoramiento de los aspectos de servicio para el incremento de clientes y ventas de servicios.

Encuestas de satisfacción del cliente interno y externo para fortalecer el portafolio de servicios.

4.3. RESPONSABILIDAD SOCIAL SOSTENIBLE.

Realización de programas de implementación y motivación en el manejo y uso de los recursos básicos de convivencia tripartita empresa – comunidad – universidades.

Administración y organización del tiempo para la optimización de los recursos básicos satisfechos.

4.4. FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN EMPRESARIAL.

Sistemas de Gestión de la calidad Integral ISO a través de estudios de casos.

Ventas y mercadeo soportados en planeación estratégica.

Servicio y atención al cliente para el logro de resultados en mercadeo y negocios.

PNL gerencial y comercial.

Formación de formadores.

4.5. ANALISIS DE ATRIBUTOS

Tabla 2

ATRIBUTOS DE GERENCIAR NEGOCIOS

ATRIBUTOS	DESCRIPCIÓN	VENTAJAS	BENEFICIOS
FORMULA / NUCLEO	Generacion estrategias de marketing en el sector de Consultoria Integral	Recordacion de Nombre y de Marca	Comunicación y promoción
	Implementacion del portafolio de servicios para llegar a mercados globales		Comunicación y promoción
	Análisis de resultados y de indicadores de consultoria integral en el sector		Monitoreo y seguimiento
	Optimizacion del portafolio de servicios para ser mas competitivos		Comunicación y promoción
	Robustecer la información del servicio de consultoria para cubrir todos los sectores		Comunicación y promoción
	Hacer parte de alianzas estrategicas - a traves del BPO		Costos y Gestión Administrativa compartidos
CALIDAD	Aseguramiento y Confidencialidad de la informacion	Codigo y etica del equipo consultor	Confidencialidad y Protección de la información del Cliente.
	Equipo de Consultores Expertos en la trazabilidad de realizar consultoria integral	Efectividad y Beneficios en la satisfacción de necesidades del cliente o usuario final	
SURTIDO - VARIIDADES	Servicios oportunos y pertinentes de acuerdo al sector o actividad económica del sector empresarial del pais		Expertos en servicios de consultoria de acuerdo a las necesidades del cliente
SERVICIO	Servicio Posventa y mantenimiento de las consultorias en ejecucion y realizadas	Asistencia Tecnico -Profesional pos consultoria	
	Mejoramiento Continuo generando valor compartido entre la empresa consultora y la empresa cliente		
	Momento de verdad en el servicio de Consultoria Integral	Mejoramiento y valor compartido Empresa Consultora vs. Empresa Cliente	
GARANTIA	Seguimiento a traves de Bitacoras de Consultoria		Auditoria y seguimiento a la trazabilidad de la consultoria integral
	Cumplimiento en los requerimientos del cliente para la satisfaccion pos-consultoria		Conocimiento y Experticia
PRECIO	Tarifas de consultoria estadarizadas de acuerdo al servicio de consultoria a ofrecer	Flexibilidad y politicas de pago	
	Condiciones de pago de acuerdo a los contratos de consultoria a establecer		

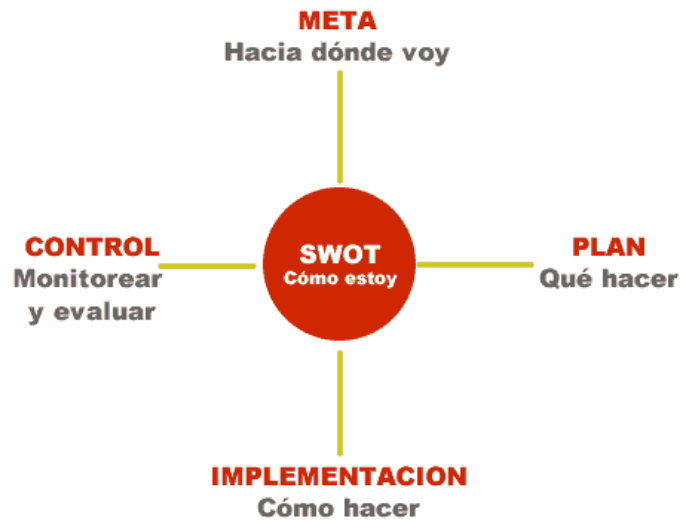
El alcance del plan de mercadeo de la empresa GERENCIAR NEGOCIOS es ofrecer servicios de consultoría especializada de libre escogencia por los clientes potenciales en cualquier ciudad del país soportados en el tiempo a través de alianzas estratégicas de empresas de consultoría especializadas.

4.7. ANALISIS DE POSICIONAMIENTO

La decisión de la empresa en el posicionamiento de mercado consiste en fortalecer y aplicar el mejoramiento continuo de los atributos que son el valor agregado de los servicios de consultoría de la empresa otorgados al mercado objetivo al cual van dirigidos.

Grafica 2

MODELO SWOT GERENCIAR NEGOCIOS



PLAN: fortalecer y aplicar el mejoramiento continuo a todos los productos y servicios de GERENCIAR NEGOCIOS.

IMPLEMENTACIÓN: formular planes de mejoramiento a los productos y servicios según la experiencia, la implementación y los problemas presentados en propuestas anteriores.

CONTROL: Monitorear y evaluar las mejoras a los productos y servicios por medio de encuestas de satisfacción y planes de mejora que ofrezcan los clientes.

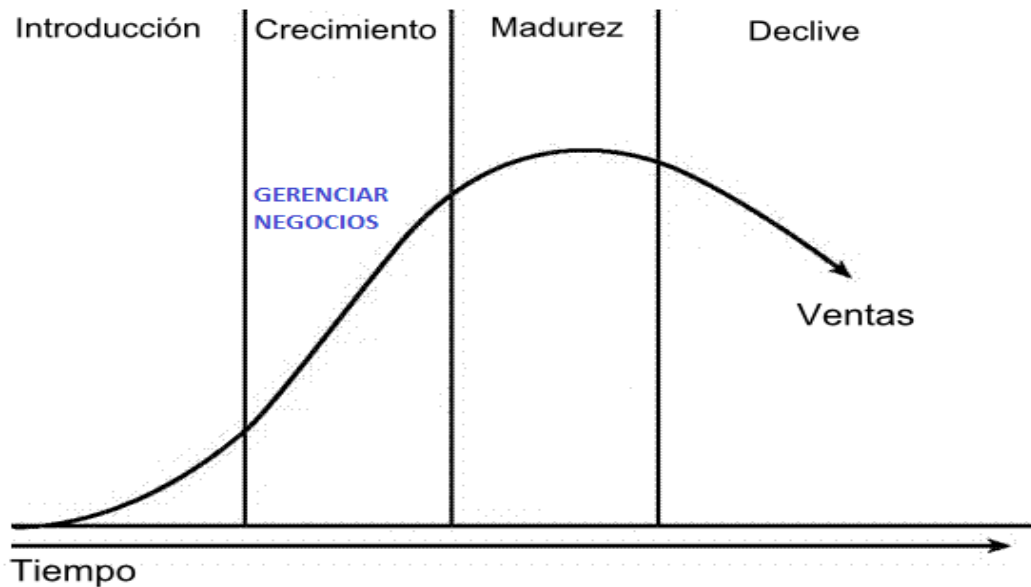
META: ofrecer productos con calidad y que sean mejorados continuamente en pro de la satisfacción del cliente de GERENCIAR NEGOCIOS.

4.8. ETAPA DE CICLO DE VIDA

Las empresas de consultoría especializada que hacen parte del desarrollo sostenible del país en especial la empresa GERENCIAR NEGOCIOS que está en etapa de crecimiento, en la implementación y realización de consultoría integral hace que sea una de las empresas con un portafolio de servicios completo y amigable en el posicionamiento del mercado hace que la diferencia de servicios sea notable entre el cliente y usuario final.

Grafica 3

CICLO DE VIDA GERENCIAR NEGOCIOS



Las empresas de consultoría en Colombia no han tenido el atractivo por parte de los empresarios por tratarse de servicios externos existiendo actualmente empresarios de formación empírica y tradición familiar, lo cual no genera el desarrollo empresarial sostenible de los sectores productivos del país.

Los grandes cambios de los negocios en el mundo condicionan a los empresarios del país a requerir los servicios de consultoría especializada para darle un mayor dinamismo de mercadeo y comercialización de bienes y servicios con oportunidad de crecimiento existentes en la industria atractiva de Colombia al resto del mundo, teniendo en cuenta el potencial que tienen las empresas de consultoría de marcas en este país con el fin de satisfacer los requerimientos exigidos por el cliente y usuario final.

Grafica 4

ANALISIS DE MACROENTORNO DE GERENCIAR NEGOCIOS



ECONÓMICOS: las economías globalizadas representan una oportunidad importante para las empresas de consultoría.

SOCIOCULTURAL: las empresas Colombianas son en su mayoría empíricas por lo cual necesitan entrenamiento para su estructuración y para enfrentar los retos de la globalización.

TECNOLÓGICOS: Gracias a las nuevas tecnologías es posible la prestación de servicios en diferentes lugares al tiempo, y se facilita la exportación de productos y servicios.

LEGALES Y POLÍTICOS: Colombia ya cuenta con una legalización en servicios y regulación sobre las modalidades de prestación y exportación del mismo.

6. MERCADO

6.1. ANALISIS DE LA ESTRUCTURA DE MERCADO

En Colombia el acceso a la consultoría empresarial cualificada y de clase mundial, había estado limitada a muy pocas empresas, que podían gastarse muchos millones de pesos e inútiles esfuerzos, para pagar por servicios que en la mayoría de las ocasiones no se traducían en beneficios reales para las organizaciones contratantes, ya sea porque las firmas consultoras multinacionales aplicaban metodologías incompatibles con la cultura de nuestras empresas o porque utilizaban formatos ajenos a los problemas y limitaciones de nuestras compañías.

Motivados por esta situación, en Tecnología y Proyectos hemos estudiado, durante muchos años, las necesidades de las empresas colombianas en el especializado campo de la consultoría empresarial y hoy por hoy podemos ofrecerle al mercado de la consultoría empresarial en Colombia, las mejores soluciones en materia de consultoría especializada, así como consultoría general.

El actual entorno competitivo obliga a las empresas a ser más eficientes independientemente del lugar donde se localicen. Muchas empresas contratan en forma creciente consultores para ayudarles a incursionar en nuevos mercados, consolidarse en los existentes o simplemente para sobrevivir.

Hoy en día, los consultores de Tecnología y Proyectos hacen mucho más que escribir reportes basados en la información suministrada por sus clientes y formular recomendaciones que el cliente tiene que llevar a la práctica por si mismo. Hoy nuestros consultores son mucho más participativos; suelen tener amplios conocimientos sobre industrias y mercados específicos, lo cual ofrece el contexto requerido para evaluar los problemas de sus clientes y proponer soluciones. Más aún,

cada vez tienden a permanecer más al lado de sus clientes durante la fase de aplicación de las recomendaciones.

La consultoría es una de las industrias de más rápido crecimiento en el mundo actual, en Europa, el mercado de la consultoría ha estado creciendo cerca del 25% y 30% anual, en promedio las empresas europeas invierten en la contratación de servicios de consultoría alrededor de U\$25.000 millones de dólares al año (la cuarta parte del PBI de Colombia), en Estados Unidos, las más grandes y avanzadas firmas de consultoría facturan aproximadamente U\$2.700 millones de dólares al año.

Estas cifras muestran el auge de la consultoría empresarial en estos países y revela que el uso de la consultoría es práctica corriente, por eso la cartera de empresas de consultoría y consultores independientes es bastante completa y competente.

En Colombia, el mercado de la consultoría empresarial se ha dinamizado en estos últimos años con la llegada de renombradas firmas consultoras procedentes de Estados Unidos y Europa y la entrada en escena de consultores colombianos como Tecnología y Proyectos, lo que ha obligado a empresas ya establecidas en este mercado a desarrollar mejores estrategias para captar clientes y a usar herramientas acordes a la realidad de la empresa colombiana.

Para adecuarse rápidamente a las fuertes exigencias del mercado, descubrir y aprovechar las oportunidades, los empresarios recurren cada vez más al consultor de Tecnología y Proyectos. Con su ayuda inician e implementan procesos de cambio al interior de las empresas y desarrollan habilidades del personal en diferentes niveles que apuntan a aumentar la productividad, eficiencia y eficacia.

Los modelos y estrategias han seguido una evolución, muy relacionada a los desafíos que el entorno le plantea a la nueva empresa. El consultor utiliza estrategias acordes a la respuesta empresarial requerida por estos desafíos.

Algunas reflexiones, que sean útiles tanto para aquellos que desarrollan su labor como consultores, como para aquellos empresarios que contratan a consultores en la confianza de que les aporten ideas y soluciones rentables.

Los efectos de la globalización para la labor de la consultoría empresarial, en el momento de verdad de enfrentar un cambio en cualquier proceso de la empresa, las empresas multinacionales quieren poder contar con un consultor experto en poder apoyarlos en esos cambios en todos los países en que desarrollan sus actividades.

Por ello, pone en situación de ventaja a las firmas de Consultoría que hayan asumido en su propia organización ese concepto de globalización y sepan realmente explotarlo.

Por otro lado, los avances y las experiencias empresariales se transmiten de un país a otro con toda celeridad, y las firmas globales pueden sacar provecho de ello.

También, el mundo tiende lentamente a homogeneizar los hábitos, las normas, las legislaciones, los mercados, etc.; haciendo cada vez más lógico y más fácil adoptar estrategias y actitudes globales, sin que ello signifique dejar de reconocer las peculiaridades locales. Es decir, hay una tendencia a pensar en soluciones y estrategias globales matizadas luego por adaptaciones locales. Pero cada vez se justificarán menos las soluciones locales aisladas.

Las organizaciones globales de consultores, compuestas por una red multinacional integrada a su vez por equipos locales que hablan un lenguaje común, son las mejores situadas para responder a la demanda de consultoría.

El crecimiento del uso de la fórmula del JOINT VENTURE en la relación consultor-cliente. En el futuro se extenderá el uso de fórmulas de participación de los consultores en el resultado de su trabajo. Esto es bueno para el cliente, que se asegura

que el consultor será motivado y tratará de ser eficaz y práctico; y es bueno para el consultor, que podrá obtener un mayor beneficio por su trabajo. Conseguir que sea así requiere clientes serios y de mentalidad abierta y consultores solventes, capaces de arriesgar. De nuevo, ello nos conducen a la necesidad que la empresa de consultoría tenga una dimensión humana y financiera suficiente, buscar nuevas formas de participar le será más amigable a los consultores globales que a los mismos especializados.

La entrada de nuevos competidores en el mundo de la consultoría. El futuro, en el mercado de la consultoría especializada, será de firmas mixtas de consultoría y desarrolladoras de tecnologías de la información. Por ello se espera que el área de crecimiento para la consultoría provenga de la consultoría de tecnología, sin dejar de lado la gestión ambiental.

Además, parece existir un potencial considerable de crecimiento entre las firmas de consultoría medianas y pequeñas, también en las firmas consultoras de un solo empleado-propietario.

La consultoría tenderá a ser más específica porque los clientes están solicitando servicios más detallados. La consultoría se implementa desde cualquier profesión basada en el conocimiento y experticia, depende de la persona que se dedique a esta labor. Las compañías más grandes tendrán que ofrecer algo más que la suma de sus números, pues de lo contrario no tendrá sentido que se estructuren grandes firmas.

Otras áreas de especialidad demandadas son la informática, esto se refiere principalmente a la capacitación del personal en el uso de software y en adaptar sistemas de contabilidad informáticos y capacitar a los usuarios.

Lo que queda en evidencia es la falta de conocimiento del amplio espectro de posibilidades que ofrece la consultoría empresarial. Como se puede apreciar, existe

un mercado interés por temas que son de carácter más coyuntural. Especialidades como mejoramiento de procesos productivos, mercadeo, gestión humana son muy poco consideradas siendo estas las que en la práctica están más asociadas al desarrollo competitivo de las empresas¹.

6.1.1. ESTRATEGIA DEL MERCADO

Las empresas de consultoría se encuentran en un constante cambio adaptándose a las necesidades del cliente buscando acercarse de manera asertiva a las eventualidades futuras y anticipándose a las tendencias del mercado se podría decir que es una ciencia compleja donde conjugan los modelos económicos y matemáticos con la adivinación para crear estrategias que guíen a las empresas hacia el éxito².

6.2. MERCADO RELEVANTE

El mercado Relevante para GERENCIAR NEGOCIOS son las empresas Pequeñas y medianas que estén interesadas en adquirir Consultorías en las áreas de Comercio Exterior y Globalización, Planes de Mercadeo, Gestión de la Calidad y Responsabilidad Social Sostenible

6.3. MEDICION DEL MERCADO

Al ser un sector realmente nuevo s difícil determinar el tamaño de mercado de la consultoría empresarial pero al presidente de la MSCE, en Colombia el 70% de los consultores son independientes. El otro 30% restante lo componen firmas consultoras debidamente registradas en las Cámaras de Comercio como sociedades legalmente constituidas. Un gran número de los consultores independientes tienen un puesto de trabajo estable y desarrollan esta actividad para obtener un ingreso extra.

¹Ver: http://www.tecnologiayproyectos.com/index.php?option=com_content&view=article&id=17&Itemid=22

² Comparar: <http://www.gustavomata.org/articulos/consultores-en-estrategia>

De acuerdo con el estudio “Caracterización Ocupacional de la Consultoría en Colombia”, realizado por el Sena, en Colombia existen 10.397 firmas consultoras, orientadas en 16 especialidades: las firmas de Abogados y Jurídicos con un 48%, Consultores Generalistas 12%, Contabilidad, Tributación y Revisoría Fiscal 10%, Sistemas de Información y Comunicación 10%, entre otras disciplinas.

Según la investigación, el 95% de las firmas consultoras son micros y el 5% restante corresponde a pequeñas y medianas empresas. Una de las principales debilidades identificadas en este estudio es la poca credibilidad que tiene la consultoría colombiana, exceptuando a algunas firmas consultoras, entre las que se encuentran el Centro Nacional de Productividad en Cali, Fundes en Bogotá, y las áreas internas de Universidades como ICESI en Cali, EAFIT en Medellín, y la Universidad del Rosario en Bogotá.

La Mesa Sectorial de Consultoría Empresarial del Sena la tiene clara: sólo con mayor preparación los profesionales dedicados a esta actividad podrán ser competitivos. “Por fortuna para el gremio cada vez son más los programas especializados que surgen para nuestros consultores”, señala Amanda Londoño, miembro de la MSCE. De ese grupo de programas forman parte el ejecutado con el BID y las Cámaras de Comercio en todo el país, y otros Diplomados que han desarrollado las Universidades locales³.

6.4. TASA DE CRECIMIENTO DEL MERCADO

Según un nuevo estudio elaborado por Kennedy CONSULTING RESEARCH & ADVISORY, "LATÍN AMÉRICA CONSULTING MARKETPLACE", el sector de la consultoría de Colombia crecerá \$100 millones en el período de previsión 2009-

³ Ver: <http://www.misionpyme.com/cms/content/view/52/91/>

2013. A este ritmo, Colombia reemplazará a Argentina como el cuarto mayor sector de consultoría de América Latina para 2013⁴

6.5. ATRACTIVO DEL MERCADO

La globalización de la economía ha contribuido con el dinamismo del sector de consultoría en Colombia el entorno actual ha generado un entorno empresarial competitivo, que exige a las empresas la revisión de sus estrategias y procesos para mantenerse en el mercado y aprovechar las nuevas oportunidades.

La oferta de consultoría se distribuye entre las empresas que ofrecen un servicio integral que contempla todas las áreas de gestión empresarial, y las empresas especializadas.

Los procesos de privatización de entidades del Estado, las fusiones entre empresas y la exportación son diferentes factores que pueden generar oportunidades importantes para las empresas de consultoría, especialmente en el área estratégica, calidad y gestión.

Dado que Colombia es un mercado creciente y relativamente nuevo en Colombia, está compuesto por pequeñas empresas, Colombia sigue siendo atractiva para el resto del mundo en la comercialización de servicios de consultoría especializada, ya sea por el conocimiento, la cultura, el desarrollo organizacional, el posicionamiento de empresas del sector tanto nacionales como extranjeras llegando a procesos de alianzas estratégicas volviéndolo así más atractivo y de fácil penetración en el mercado a nivel nacional⁵

⁴Ver: <http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=13910>

⁵ Comparar: <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo8729DocumentNo7193.PDF>

6.6. TENDENCIA DEL MERCADO

Es interesante analizar el mundo de la consultoría, desde la perspectiva de aportar algunas reflexiones, que sean útiles tanto para aquellos que desarrollan su labor como consultores, como para aquellos empresarios que contratan a consultores en la confianza de que les aporten ideas y soluciones rentables.⁶

⁶Ver: <http://haciendo-empresa.blogspot.com/2010/03/tendencias-de-la-consultoria.html>

7. CONSUMIDOR USUARIO

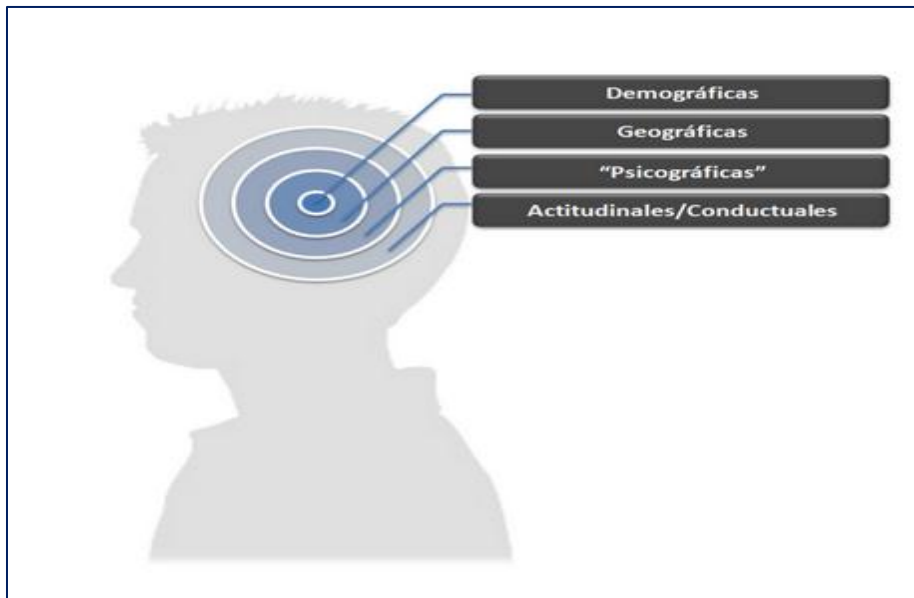
7.1. VARIABLES CONSUMIDOR USUARIO

Para determinar el consumidor usuario de GERENCIAR NEGOCIOS se tendrán en cuenta las siguientes variables:

Grafica 5

VARIABLES DEL CONSUMIDOR DE GERENCIAR NEGOCIOS

Fuente: http://remarkethis.com/rmt_blog/marketing-research/segmetar-un-mercado/



7.1.1. VARIABLES GEOGRAFICAS

Empresas ubicadas en la ciudad de Bogotá.

7.1.2. VARIABLES DEMOGRAFICAS

Empresas con más de 5 años de constitución, ventas de más de \$50.000.000 millones de pesos, con más de 10 empleados fijos.

7.1.3. VARIABLES CONDUCTUALES

Empresas que deseen ser perdurables y rentables en el tiempo.

7.1.4. VARIABLES MOTIVACIONALES

Empresas interesadas en capacitarse, estructurarse y exportar sus productos y servicios.

7.1.5. VARIABLES ACTITUDINALES

Empresas innovadoras y creativas que deseen desarrollarse y crecer por medio de la consultoría especializada.

7.1.6. PERCEPCIONES

Los cliente de GERENCIAR NEGOCIOS deben ser empresas con visión de cambio que quieran aprender y crecer por medio de las consultorías especializadas que estén abiertas a nuevas tecnologías y deseen ser exitosas y perdurables en su entorno.

7.2. MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo del proyecto son empresas medianas y pequeñas que estén necesitando consultoría en las áreas de experticia de Gerenciar Negocios.

Justificación del mercado: principalmente las empresas medianas y pequeñas son las que se encuentran en el mercado con mayores problemas en su estructura organizacional, por este motivo es que encontramos viable el mercado objetivo para que en el proceso de crecimiento de cada una de estas empresas se maneje un proceso de reestructuración y organización de los procesos de la empresa y mejoramiento de cada una de las áreas de interés.

7.3. PERFIL DEL COMPRADOR.

Empresas medianas y pequeñas que estén necesitando consultoría en las áreas de experticia de Gerenciar Negocios.

7.4. NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DEL CLIENTE

Las empresas cliente de Gerenciar negocios desean soluciones para problemas de:

- ✓ Gestión integral de calidad
- ✓ Mercadeo Estratégico BPO
- ✓ Logística
- ✓ Negocios Internacionales

Y esperan recibir por parte de la empresa Gerenciar negocios:

- ✓ Satisfacción de necesidades
- ✓ Solución de problemas
- ✓ Acompañamiento.

8. COMPETENCIA

El análisis general del mercado permite establecer el hacinamiento en el sector y el elemento diferenciador que tiene GERENCIAR NEGOCIOS frente a sus principales competidores.

Principales competidores

- ✓ **ESTRATEGA** <http://www.e-stratega.com/>

Misión

Ser una de las consultoras en estrategia de Latinoamérica más reconocidas por el aporte de valor a sus clientes.

Visión

Ayudamos a los responsables de las definiciones estratégicas, a través de la integración y síntesis de nuestra experiencia y las Mejores Prácticas, con el fin de posibilitar el cumplimiento de sus objetivos.

Promesa de valor

Por cantidad, calidad y nivel de conocimiento, somos líderes en materia de Mejores Prácticas. Trabajamos con un catálogo de normas ampliamente superior al de la competencia, aplicables a una variedad de áreas funcionales dentro de las organizaciones, desde TI hasta Marketing. A su vez, sabemos con precisión en qué dominios son aplicables: procesos, finanzas, calidad, ventas, gestión de proyectos o aprovisionamiento, por mencionar algunos. Sostenemos esa ventaja poniendo énfasis en la investigación y actualización permanentes.

Optamos por la independencia comercial absoluta, de manera que nuestro cliente esté en el centro de la propuesta de valor. No representamos a ninguna marca, ni producto, ni proveedor, ni mejor práctica, ni plataforma tecnológica, y por lo tanto, evitamos problemas de conciencia a la hora de hacer recomendaciones o brindar el servicio.

A diferencia del modelo de consultoría tradicional, nuestros proyectos quedan completamente en manos de consultores séniores, con al menos 15 años de experiencia en posiciones gerenciales o en consultoría. Ser consultor sénior significa en estrategia tener la capacidad de ponerse en los zapatos del responsable de las definiciones estratégicas por haber enfrentado momentos adversos o procesos similares. Además, implica un bagaje de conocimientos amplio, y un conjunto de habilidades y competencias interpersonales propias de un gerente.

Nuestros proyectos surgen en el seno de las necesidades y los objetivos del cliente. Por eso, su duración es de tres meses en promedio, de manera que la solución no aparezca cuando el problema detectado ya sufrió cambios o mutaciones, producto de la naturaleza dinámica de las organizaciones y su contexto.

Sin depender de ninguna implementación tecnológica, diseñamos proyectos sustentables con relación al negocio. Es decir, la mejor solución posible de acuerdo a los recursos y capacidades de que dispone la organización.

Para ser viable, una solución debe ser flexible. Nuestros proyectos se presentan de forma tal que se los pueda implementar de modo granular: tarea por tarea, elemento por elemento.

En el afán por generar innovación, algunas organizaciones implementan al pie de la letra las Mejores Prácticas de su industria. Sin embargo, este enfoque no considera la necesidad de sumar la agilidad de los procesos creativos innovadores a la disciplina de las Mejores Prácticas del mercado.

La metodología de Estratega consiste en seleccionar un conjunto de mejores prácticas relevante para cada caso, y utilizar los elementos valiosos de cada una de ellas.

✓ **TECNOLOGIA Y PROYECTOS** <http://www.tecnologiayproyectos.com/>

Tecnología y Proyectos S.A. nació en Cali en 1.999 como una firma dedicada a la consultoría y asesoría en proyectos de desarrollo industrial. Al poco tiempo, su visión evolucionó hacia el campo de la Consultoría Empresarial, para constituirse en la primera empresa netamente colombiana dedicada a esta especializada pero importante actividad, antes reservada sólo a las grandes firmas multinacionales.

Esta actividad se fue complementando al poco tiempo con otras especialidades, como los Avalúos Técnicos y Comerciales, siendo la única firma especializada en estos rubros en la región del Valle del Cauca y Sur-occidente del país; en Evaluación y Estudio de Proyectos, campo en el cual también es la única firma especializada de la región. Además, T&P puede ofrecerle a las empresas colombianas, su gran conocimiento y experiencia en otras actividades relacionadas, como Estudios Técnicos y Outsourcing, Evaluación de Empresas y Comercialización de Activos y Bienes en general.

Misión

Suministrar al medio empresarial soluciones administrativas en gestión y tecnología, competitivas globalmente, con perspectiva local.

Nuestra filosofía de servicio se basa en aprovechar la condición de empresa local con óptica universal para comprender y percibir en forma plena los problemas y

necesidades de nuestros clientes, recomendarles las mejores soluciones con una perspectiva global y acompañarlos en su aplicación, a fin de que reciban impactos significativos, que le permitan competir en economías abiertas.

Visión

Convertirnos en la opción tecnológica preferida por el mercado en soluciones de competitividad y desempeño.

Lo anterior lo visualizamos mediante la transferencia de tecnología de punta adaptada a la condición y servicio de nuestros clientes y el compromiso de acompañamiento para lograr resultados eficaces, no importa su condición, tamaño o tipo de empresa. Podemos operar igualmente con empresas individuales, grandes corporaciones o cadenas de empresas (clústeres).

Queremos convertirnos en los aliados de nuestros clientes colombianos para iniciar y consolidar estrategias de desarrollo y competitividad autóctonos, que nos construyan un espacio en la economía internacional.

Cultura de T&P

En Tecnología y Proyectos debemos trabajar duro pero de manera inteligente y esta actitud la fomentamos y se la reconocemos a nuestro personal.

Tecnología y Proyectos es una empresa fundamentada en el talento humano, como su esencia y razón de ser. Tanto sus socios como directivos, han sido hombres y mujeres de empresa, con amplia experiencia y realizaciones en el ámbito empresarial, pero con una enorme fe y convicción en las capacidades y futuro de las organizaciones colombianas. Todo el personal de T&P buscará hacer sus mejores esfuerzos y aportes para que esto sea una realidad en las postrimerías del siglo XXI.

La empresa tiene como política el desarrollo y el empoderamiento permanentes de su personal, mediante programas de formación y complementación en educación

continuada. Todo lo anterior fomentado con claras oportunidades de superación, logros y participación en resultados.

Esto nos posibilita ofrecerles a nuestros clientes y aliados, los servicios profesionales de personal especialmente formado, motivado y capacitado, con una clara y categórica orientación de servicio al cliente e involucramiento y compromiso para ayudarle a resolver sus problemas y necesidades y procurar un claro mejoramiento en su desempeño.

✓ **ASESORES EN COMPAÑÍA** <http://www.asesoresencia.com>

Es una empresa de servicios de asesoría especializada para PYMES enfocada en el tema de estrategia para el mejoramiento integral y productivo de la gestión administrativa, de mercadeo, financiera y jurídica, y el desarrollo de competencias del personal que contribuya a la sostenibilidad de los negocios a largo plazo y una rápida adaptación al entorno cambiante y a la influencia de mercados globales.

Es una empresa con enfoque de red de conocimiento debidamente constituida en Cámara de Comercio conformada por un grupo de consultores que poseen una amplia experiencia de 20 años de trayectoria.

La construcción colectiva del conocimiento bajo ambientes colaborativos en una red a partir de la interacción de consultores y las empresas nos permite la transferencia a los clientes del saber acumulado en nuestro compromiso de hacer que las empresas sean sostenibles y competitivas a largo plazo.

Historia

La firma nace al comprobar que las microempresas y pequeñas empresas del país requieren con urgencia cambios estructurales en su gestión y en la actitud de sus propietarios para superar el alto índice de mortalidad infantil - 75% de dichas empresas mueren a los dos años.

Entre los factores que dificultan su crecimiento y la permanencia en el largo plazo están:

Falta de profesionalización en la administración del negocio.

Estructura financiera y de costos inadecuada.

Imposibilidad de acceder al servicio y acompañamiento continuo de consultores expertos quienes están capacitados para direccionar el negocio hacia decisiones estratégicas que contribuyan a la permanencia de estas empresas.

Propendemos por una disminución de la brecha de acceso a los servicios de asesoría empresarial especializada para microempresas y pequeñas empresas.

Misión

Suplir las demandas y necesidades de estrategias competitivas a las PYMES que permita a los directivos llevar a cabo una gestión estratégica del negocio que impacte la productividad y rentabilidad a través de la alineación de todos los niveles de la empresa -gerencial, de mercadeo, financiero, jurídico y del personal- con una metodología innovadora, un acompañamiento permanente y herramientas tecnológicas que hagan simple el acceso a la información y la toma de decisiones efectiva.

Visión

Queremos posicionarnos como una empresa confiable de asesoría para la gestión estratégica del negocio de las PYMES haciéndolas más productivas y competitivas a través de metodologías y herramientas de tecnologías de información innovadoras que faciliten el acceso al conocimiento y la información oportuna.

Valores

- ✓ Confianza
- ✓ Respeto
- ✓ Transparencia
- ✓ Cumplimiento

Nuestra PROPUESTA DE VALOR comprende una metodología propia con enfoque al cliente que brinda un acompañamiento integral a través de una red de consultores expertos con una experiencia superior a 20 años en su especialidad que logra establecer relaciones de negocios perdurables, productivas y cercanas.

Apoyados en una plataforma de software, ofrecemos un servicio de consulta virtual para responder dudas y dar un acompañamiento con agilidad y disponibilidad haciendo realidad nuestro nombre: el que su empresa cuente con asesores en su compañía.

8.1. COMPETENCIA A NIVEL BOGOTÁ / COLOMBIA.

Estas son las empresas más demandantes con las cuales generalmente somos comparados en los cuadros de cotizaciones de nuestros clientes por eso aunque existan muchos más, nos enfocamos en ellos como nuestros principales competidores.

Por ahora el interés que tiene la compañía más que conocer y fortalecerse frente a la competencia, es fortalecer la marca que signifique todo aquello que nuestros clientes actuales ya conocen calidad, cumplimiento, compromiso y excelente servicio .

Tabla 4

A: Cumple

M: Cumple pero falta

B: No cumple

COMPETENCIA DIRECTA

VENTAJAS COMPETITIVAS	ASESORES EN COMPAÑÍA	ESTRATEGA	TECNOLOGÍA Y PROYECTOS
ASESORÍA	A	A	A
CAPACIDAD	M	A	M
COMPROMISO	A	A	M
CUMPLIMIENTO	M	A	M

Tabla 5

PANORAMA COMPETITIVO

PANORAMA COMPETITIVO GERENCIAR NEGOCIOS

		EMPRESAS	1 Gerenciar negocios	2 asesores en compañía	3 estratega	4 tecnología y proyectos
NECESIDADES	1	CONFIABILIDAD	● ●	● ●	● ●	● ●
	2	TIEMPO DE RESPUESTA	● ●	● ●	● ●	● ●
	3	TIEMPO DE ENTREGA	● ●	● ●	● ●	● ●
	4	CONFIDENCIALIDAD	● ●	● ●	● ●	● ●
	5	SEGURIDAD DE LA INFORMACION	● ●	● ●	● ●	● ●
	6	VALIDACION TEORICO VS FISICO	●	● ●	● ●	● ●
	7	EXPERIENCIA	● ●	● ●	● ●	● ●
	8	ASESORIA	● ●	● ●	● ●	● ●
	9	RESPALDO	● ●	● ●	● ●	● ●
	10	POSICIONAMIENTO	● ●	● ●	● ●	● ●
	11	SERVICIO AL CLIENTE	● ●	● ●	● ●	● ●
	12	POST-VENTA / PRE-VENTA	● ●	● ●	● ●	● ●
VARIEDAD		comercio exterior	calidad	responsabilidad social empresarial	mercadeo	por modulos
CANALES	1	VENTAS DIRECTAS	● ●	● ●	● ●	● ●
	2	PAGINA WEB	● ●	● ●	● ●	● ●
	3	REVISTAS ESPECIALIZADAS	● ●	● ●	● ●	● ●
	4	PUBLICAR INTERNET	● ●	● ●	● ●	● ●

- ✓ Diseñar estrategias que permitan el incremento de los niveles de posicionamiento actual.
- ✓ Elaborar estrategias de publicidad que permitan incrementar la demanda de los servicios de consultoría de la empresa GERENCIAR NEGOCIOS
- ✓ Sugerir estrategias de relaciones públicas que nos faciliten la venta institucional.

9.1.2. CUANTITATIVOS

- ✓ Aumentar en un 20% en las ventas de paquetes de consultoría de julio de 2012 a julio de 2013.
- ✓ Aumentar la participación en el mercado en un 5% para el mismo periodo de tiempo.
- ✓ Lograr el 40% de incremento en Margen Operación.

9.2. ESTRATEGIAS BASICAS DE MARKETING

9.2.1. ESTRATEGIAS PARA ESTIMULAR LA DEMANDA SELECTIVA

- ✓ Expansión de mercado
- ✓ Captación de clientes
- ✓ Fidelización de clientes y atracción de nuevos clientes por medio del programa de referidos.

Estrategia	Plan de acción
Expansión de mercado	Nuevo canal de promoción, revistas especializadas.
Captación de clientes	Se realizara mediante los servicios especializados y personalización de los mismos
Fidelización de clientes y atracción de nuevos clientes por medio del programa de referidos.	Implementar un CRM con la base de datos y encuestas de satisfacción de los servicios y planes de referidos para recompra.

9.2.2. ESTRATEGIAS PARA ESTIMULAR LA DEMANDA PRIMARIA

- ✓ Incrementar la compra de los usuarios actuales
- ✓ Incrementar los niveles de consumo

Estrategia	Plan de acción
Incrementar la compra de los usuarios actuales	Plan de descuentos por referidos y por paquetes de consultoría.
Incrementar los niveles de consumo	Lanzamiento de nuevos servicios, nuevas áreas de especialización y paquetes.

9.2.3. ESTRATEGIAS MEJORA DEL SERVICIO

- ✓ Incentivar el mejoramiento continuo de los servicios

Estrategia	Plan de acción
Incentivar el mejoramiento continuo de los servicios	Plan de bonificación monetaria por mejoramiento de los servicios.

10. PRODUCTO

10.1. ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO

GERENCIAR NEGOCIOS desea asesorar a las micro y pequeñas empresas en los temas relacionados con gestión de calidad, mercadeo, responsabilidad social empresarial y comercio exterior, para darles a conocer la totalidad de los servicios que se brindan lo cual se beneficiarán las empresa clientes ya que tendrán amplios conocimientos y de esta manera poder incrementar su demanda, ser más competitivas y estar preparadas para los procesos de consolidación y exportación.

Deseamos ofrecer tres tipos de consultorías:

Consultorías integrales: Planes de consultoría que involucren todas las áreas de especialización de Gerenciar Negocios (gestión integral de calidad y Mercadeo Estratégico BPO, Logística y Negocios Internacionales).

Paquetes Verticales: Planes de consultoría que involucren todos o algunos de los temas de un área específica de Gerenciar Negocios (gestión integral de calidad y Mercadeo Estratégico BPO, Logística y Negocios Internacionales) por ejemplo en la consultoría de mercadeo se pueden tener módulos de mercadeo nacional, mercadeo internacional, posicionamiento, canales de distribución, investigación de mercado, inteligencias de mercado entre otros.

Paquetes Horizontales: Planes de consultoría que involucren temas específicos en todas o cada una de las áreas de especialización de Gerenciar Negocios (gestión integral de calidad y Mercadeo Estratégico BPO, Logística y Negocios Internacionales) el descuento de este paquete dependerá de los temas a tratar en cada una de las áreas. Por ejemplo el módulo de mercadeo internacional (área de mercadeo), más el de proceso de exportación (área de negocios internacionales)

11. PRECIO

11.1. ESTRATEGIAS DE PRECIO

Los precios establecidos en el presente plan de mercadeo son precios de referencia puestos que generalmente se hace una cotización por cliente determinado por ejemplo el número de personas que tomara las capacitaciones y los módulos y aéreos de consultoría a trabajar con cada empresa.

Teniendo en cuenta la consideración anterior el precio de los servicios de consultoría que proporcionan GERENCIAR NEGOCIOS es de:

El costo de las capacitaciones es de \$ 80.000. Pesos por hora de capacitación este costo es por persona y se imparten en grupos máximo de 20 personas.

El costo de la consultoría es de \$120.000. Pesos hora de consultoría este costos es por empresa y la atención es personalizada.

11.2. POLITICAS DE DESCUENTOS

Se tendrán descuentos en cuenta en capacitaciones donde una sola empresa desee capacitar a más de 20 personas en algún tema específico, el descuento aplicado será de un 5% a un 10% dependiendo del número de personas adicionales a las 20.

Se tendrán descuentos en consultoría cuando un cliente tome más de 50 horas de consultoría, en ese caso las horas adicionales a las 50 tendrán un valor de \$100.000. Pesos cada una.

12. PLAZA

12.1. ESTRATEGIAS DE PLAZA

Geográficamente GERENCIAR NEGOCIOS se encuentra en la ciudad de Bogotá, dependiendo del crecimiento de las ventas y atractivos de otras ciudades se contemplara la idea de expandir la firma.

13. PROMOCION

13.1. PUBLICIDAD

Los medios de comunicación que se utilizarán para publicitar los servicios de consultoría son:



- ✓ Prensa

Publicación de anuncios es los principales periódicos de la ciudad de Bogotá

 <p>EL TIEMPO Santa Fe de Bogotá - Colombia</p>	Diario EL TIEMPO
 <p>EL ESPECTADOR</p>	Diario EL ESPECTADOR
 <p>adn</p>	Diario ADN





✓ Folletos y Brochures

Publicación impresa de anuncios propios

	<p>Brochure</p>
	<p>Folletos</p>

✓ Internet

Publicación de anuncios es los principales buscadores y directorios online de la ciudad de Bogotá.

	<p>Google</p>
	<p>Yahoo</p>
	<p>Altavista</p>
	<p>Páginas Amarillas</p>

13.2. PROGRAMAS DE INCENTIVOS

Se implantara un programa de referidos con porcentajes entre 5% y 10 % de descuento para los clientes antiguos con servicios de recompra o nuevos servicios.

13.3. MARKETING DIRECTO

Se utilizará la base de datos de la Unidad de negocios.

OBJETIVOS DEL MARKETING DIRECTO	PLAN DE ACCION
Crear contactos útiles para la fuerza de ventas	Levantamiento de bases de datos empresariales
Realizar encuestas, que generen percepciones de los servicios prestados por gerenciar negocios	Correo electrónico, encuestas online, redes sociales, tele mercadeo
Reconocer las percepciones de los clientes.	Correo electrónico, encuestas online, redes sociales, tele mercadeo
Generar la fidelidad de los clientes.	Promociones y descuentos
Crear contactos útiles para la fuerza de ventas	Levantamiento de base de datos en punto de venta

13.4. RELACIONES PÚBLICAS

Permiten ofrecer una imagen acertada de lo que el cliente desea.

OBJETIVOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	PLAN DE ACCION
Reforzar la labor de los departamentos de mercadeo y ventas	Eventos internos, seminarios congresos, cursos, dinámicas etc.
Preparar y supervisar las acciones puntuales de promoción y mercadeo	Planes de mejoramiento continuo
Reforzar la divulgación interna y externa de los servicios.	Eventos propios internos y externos

14. INVERSION DEL PLAN DE MARKETING

14.1. INVERSIÓN MENSUAL PLANES DE CAPACITACIÓN

Los supuestos para este presupuesto mensual son de:

- 2 horas de capacitación por persona
- \$80.000. C/H por persona
- 2 grupos de 20 personas c/u

Tabla 6

INVERSIÓN MENSUAL PLANES DE CAPACITACIÓN

Ventas		\$ 6.400.000,00
	\$	
Salón de eventos	500.000,00	
	\$	
Refrigerios	100.000,00	
	\$	
Papelería	60.000,00	
utilidad Bruta		<u>\$ 5.740.000,00</u>
honorarios		
promotor	de \$	
ventas	600.000,00	
honorarios	\$	
conferencista	800.000,00	
		<u>\$ 4.340.000,00</u>
	\$	
publicidad	500.000,00	
	\$	
medios impresos	100.000,00	
utilidad neta		<u>\$ 3.740.000,00</u>

Fuente: Elaboración propia.

14.2. INVERSIÓN SEMESTRAL PLANES DE CAPACITACIÓN

Esta elaborado con los mismos supuestos del plan de capacitación mensual.

Tabla 7

INVERSIÓN SEMESTRAL PLANES DE CAPACITACIÓN

Ventas		\$ 38.400.000,00
	\$	
Salón de eventos	3.000.000,00	
	\$	
Refrigerios	600.000,00	
	\$	
Papelería	360.000,00	
utilidad Bruta		<u>\$ 34.440.000,00</u>
honorarios	\$	
promotor de ventas	3.600.000,00	
honorarios	\$	
conferencista	4.800.000,00	
		<u>\$ 26.040.000,00</u>
	\$	
publicidad	3.000.000,00	
	\$	
medios impresos	600.000,00	
utilidad neta		<u>\$ 22.440.000,00</u>

14.3 INVERSIÓN MENSUAL PLANES DE CONSULTORÍA

Los supuestos para este presupuesto mensual son de:

\$ 120.000 por hora.

Mínimo en horas para cualquier plan 10 horas

8 clientes en un mes.

Tabla 8

INVERSIÓN MENSUAL PLANES DE CONSULTORIA

Ventas		\$ 9.600.000,00
	\$	
Papelería	60.000,00	
utilidad Bruta		\$ 9.540.000,00
honorarios		
promotor	de \$	
ventas	600.000,00	
honorarios	\$	
conferencista	4.000.000,00	
		\$ 4.940.000,00
	\$	
publicidad	500.000,00	
	\$	
medios impresos	100.000,00	
utilidad neta		\$ 4.340.000,00

14.4. INVERSIÓN SEMESTRAL PLANES DE CONSULTORÍA

Esta elaborado con los mismos supuestos del plan de consultoría mensual.

Tabla 9

INVERSIÓN SEMESTRAL PLANES DE CONSULTORIA

Ventas		\$ 57.600.000,00
	\$	
Papelería	360.000,00	
utilidad Bruta		<u>\$ 57.240.000,00</u>
honorarios	\$	
promotor de ventas	3.600.000,00	
honorarios	\$	
conferencista	24.000.000,00	
		<u>\$ 29.640.000,00</u>
	\$	
publicidad	3.000.000,00	
	\$	
medios impresos	600.000,00	
utilidad neta		<u>\$ 26.040.000,00</u>

14.5. PRONOSTICO DE VENTAS

Tabla 10

PRONOSTICO DE VENTAS

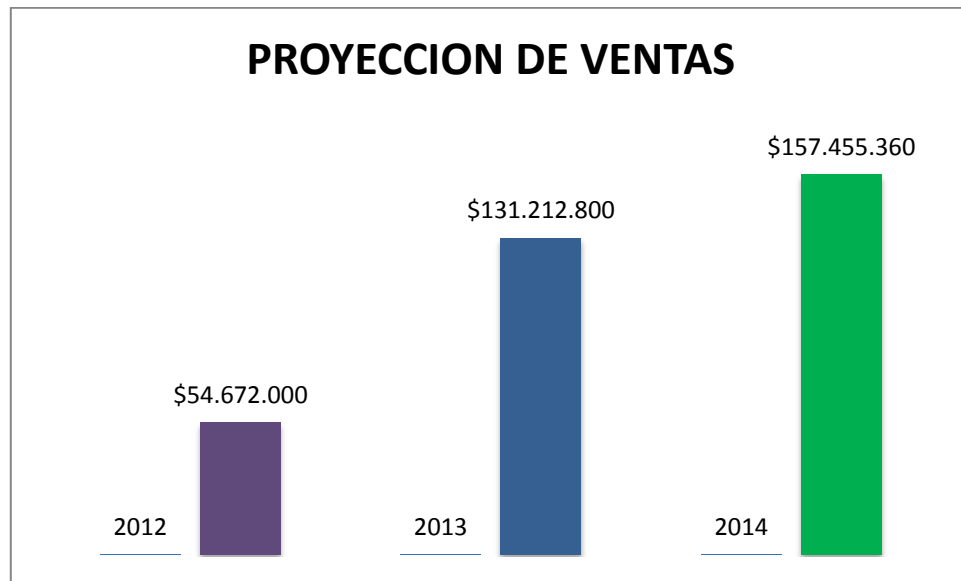
Grupos por mes	8	8	8	8	8	8
personas por grupo	10	10	10	10	10	10
precio hora	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000
horas totales Consultoria	320	320	320	320	320	320

Grupos por mes	2	2	2	2	2	2
personas por grupo	20	20	20	20	20	20
precio hora	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000
horas totales Consultoria	80	80	80	80	80	80

FLUJO DE CAJA

Año	2012					
Mes	7	8	9	10	11	12
Total Ingresos capacitacion	\$ 6.400.000	\$ 6.400.000	\$ 6.400.000	\$ 6.400.000	\$ 6.400.000	\$ 6.400.000
Total Ingresos	\$ 9.600.000	\$ 9.600.000	\$ 9.600.000	\$ 9.600.000	\$ 9.600.000	\$ 9.600.000
Costo Charlas (Mill COP)	\$ 2.660.000	\$ 2.660.000	\$ 2.660.000	\$ 2.660.000	\$ 2.660.000	\$ 2.660.000
Costo horas consultoría	\$ 5.260.000	\$ 5.260.000	\$ 5.260.000	\$ 5.260.000	\$ 5.260.000	\$ 5.260.000
Utilidad Bruta	\$ 13.600.000	\$ 13.600.000	\$ 13.600.000	\$ 13.600.000	\$ 13.600.000	\$ 13.600.000
Utilidad Neta antes de imp	\$ 13.600.000	\$ 13.600.000	\$ 13.600.000	\$ 13.600.000	\$ 13.600.000	\$ 13.600.000
Impuesto a la renta	\$ 4.488.000	\$ 4.488.000	\$ 4.488.000	\$ 4.488.000	\$ 4.488.000	\$ 4.488.000
Flujo de caja	\$ 9.112.000	\$ 9.112.000	\$ 9.112.000	\$ 9.112.000	\$ 9.112.000	\$ 9.112.000
total venta presupuestadas desde 2012 a año						54.672.000

PROYECCION VENTAS			
Año	2012	2013	2014
Total Ingresos capacitacion	\$ 38.400.000	\$ 92.160.000	\$ 110.592.000
Total Ingresos consultoria	\$ 57.600.000	\$ 138.240.000	\$ 165.888.000
Costo Charlas (Mill COP)	\$ 15.960.000	\$ 38.304.000	\$ 45.964.800
Costo horas consultoría	\$ 31.560.000	\$ 75.744.000	\$ 90.892.800
Utilidad Bruta	\$ 81.600.000	\$ 195.840.000	\$ 235.008.000
Utilidad Neta antes de imp	\$ 81.600.000	\$ 195.840.000	\$ 235.008.000
Impuesto a la renta (33%)	\$ 26.928.000	\$ 64.627.200	\$ 77.552.640
Flujo de caja	\$ 54.672.000	\$ 131.212.800	\$ 157.455.360



Gerenciar Negocios espera aumentar las ventas en un 20% cada año, con respecto al año anterior.

CONCLUSIONES

A continuación se hacen algunas recomendaciones adicionales en pro del fortalecimiento del proceso de mercadeo como soporte de los planes de implementación de estrategias futuras.

Fortalecer y Posicionar la imagen corporativa de **GERENCIAR NEGOCIOS**, en el mercado local, nacional e internacional en el sector de la CONSULTORIA ESPECIALIZADA.

Reestructurar y fortalecer la página web y hacer el lanzamiento de la misma en el sector de la CONSULTORIA invitando los clientes actuales y futuros de la empresa.

Elaboración de encuestas de satisfacción al cliente interno, al cliente y usuario final para el mejoramiento constante de la **GERENCIAR NEGOCIOS**.

Estudiar la posibilidad de alianzas estratégicas para futuras franquicias de la empresa y exportación de servicios de la misma.

Aplicar el mejoramiento continuo oportuno y eficaz del plan de mercadeo aplicando las políticas comerciales implantadas, mejorando continuamente las metodologías.

Crear y controlar las metas comerciales establecidas por **GERENCIAR NEGOCIOS** aplicando indicadores de gestión.

Implementar el mantenimiento y el servicio pre y posventa al cliente y usuario final.

Evaluar periódicamente el desempeño y habilidades del equipo consultor, y los promotores de venta de la empresa **GERENCIAR NEGOCIOS**.

BIBLIOGRAFIA TEORICA

- MULLINS JOHN/WALKER ORVILLE/BOYD HARPER/ LARRÉCHÉ JEAN-CLAUDE, Administración del Marketing, Un enfoque en la toma estratégica de decisiones. Mc Graw Hill Interamericana. 2005.
- DAVID W. CRAVENS / NIGEL F. PIERCY, MARKETING ESTRATÉGICO, Octava, Edición Mc Graw Hill Interamericana 2007.
- LAMBIN/GALLUCCI/SICURELLO, DIRECCIÓN DE MARKETING, Gestión Estratégica y Operativa de Mercado. Mc Graw Hill, Segunda Edición, 2008.

BIBLIOGRAFIA INTERNET

Consultada desde Mayo de 2012 hasta Julio de 2012

- http://www.tecnologiayproyectos.com/index.php?option=com_content&view=article&id=17&Itemid=22
- <http://www.misionpyme.com/cms/content/view/52/91/>
- <http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=13910>
- <http://haciendo-empresa.blogspot.com/2010/03/tendencias-de-la-consultoria.html>
- <http://www.nextvision.com/img/pdf/calidad.pdf>
- <http://www.redesysoluciones.net/la-empresa/ob.html>
- <http://definicion.de/entrenamiento/>
- <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoImportanciaCapacitacion>
- <http://www.e-stratega.com>
- <http://www.tecnologiayproyectos.com>
- <http://www.asesoresencia.com>
- <http://www.eltiempo.com.co>
- <http://www.elespectador.com.co>
- <http://www.yahoo.com>
- <http://www.google.com>
- <http://www.altavista.com>
- <http://www.paginasamarillas.com.co>

LICENCIA DE USO - AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo JAVIER ORLANDO RONCANCIO BUSTOS

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 79056290

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

PLAN DE MERCADO EMPRESA GERENCIAZ NEGOCIOS

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI NO
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

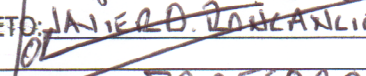
Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

~~NOMBRE COMPLETO: ⁶ JAIRO DONCEALIO
FIRMA: 
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: 79056290
FACULTAD: POSGRADOS
PROGRAMA ACADÉMICO: GERENCIA
DE PROCESOS Y CALIDAD~~

~~NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____~~

~~NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____~~

~~NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____~~

Fecha de firma:

BOGOTÁ, D.C. 12 de Julio de 2012