

**PROPUESTA DE INTERVENCIÓN
CULTURA ORGANIZACIONAL PARA POSICIONAMIENTO
DE MARCA EMPRESARIAL
NATIONAL SOFTWARE**

LUZ MARICELA CORREDOR SUESCA

**UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
Programa de Lenguas Modernas
Bogotá D.C.
2012**

**PROPUESTA DE INTERVENCIÓN
CULTURA ORGANIZACIONAL PARA POSICIONAMIENTO
DE MARCA EMPRESARIAL
NATIONAL SOFTWARE**

LUZ MARICELA CORREDOR SUESCA

**Trabajo Dirigido como opción de grado de
Profesional en Lenguas Modernas**

**María Clara Correal Pachón
Docente y Asesora en Proyectos de Investigación**

**UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
Programa de Lenguas Modernas
Bogotá D.C.
2012**

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

DEDICATORIA

A mis padres que con esmero y dedicación me formaron en un hogar con valores porque anhelaron mi brillo y transparencia y por esta razón, me llamaron Luz. A mis hermanos Melba y Hernán por su apoyo incondicional cuando más los necesité. Y especialmente, a Dios nuestro Señor, que guía mi camino.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad EAN por su interés en formar emprendedores que le aportan a la sociedad con dignidad y entrega.

A la profesora María Clara Correal Pachón por toda su asesoría y conocimientos en comunicación organizacional encaminados a desarrollar el presente trabajo dirigido que contribuirá al mejoramiento de la microempresa National Software.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	16
JUSTIFICACIÓN	18
OBJETIVO GENERAL	19
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
1. PRESENTACIÓN DE LA MICROEMPRESA NATIONAL SOFTWARE	20
1.1. Misión.....	20
1.2. Visión.....	21
1.3. Política de calidad.....	21
1.4. Portafolio de servicios	21
1.5. Características organizacionales de National Software.....	22
1.6. Organización de National Software.....	24
2. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL	25
2.1. Entrevista a la Ingeniera Senior de Software	25
2.2. Análisis página web de National Software.....	31
2.3. Entrevista a cliente externo.....	36
2.4. DOFA National Software.....	37
2.5. Análisis de amenazas y oportunidades.....	52
3. PROBLEMA DE INTERVENCIÓN	57
3.1. Planteamiento del problema.....	58
4. MARCO TEÓRICO	59
4.1. La cultura de la organización a través de las relaciones humanas y los procesos de comunicación.....	59
4.2. La comunicación como integradora organizacional	61
4.2.1. Ejemplo de comunicación organizacional	63

4.3. Identidad e imagen corporativa, ¿El espejo de mi empresa?	65
4.3.1. Identidad corporativa ¿Insignia y comportamiento empresarial?	66
4.3.2. Características del símbolo empresarial.....	66
4.3.3. Aspectos legales de los símbolos corporativos.....	68
4.3.4. Elegir el nombre de su empresa.....	69
4.3.5. ¿Quién es, qué hace, hacia dónde se dirige una organización?.....	71
4.3.6. Los valores corporativos: La esencia, lo más fino, lo más puro de la Organización.....	72
4.3.7. La imagen corporativa, es como resplandece mi empresa.....	75
4.3.8. El liderazgo del directivo a la vanguardia de la cultura organizacional.....	75
4.4. La empresa en la web.....	77
5. MARCO METODOLÓGICO	79
5.1. Población.....	80
5.2. Recolección y análisis de la información.....	81
5.2.1. Identidad e imagen corporativa.....	81
5.2.2. Recursos Humanos.....	85
5.2.3. Cultura Organizacional.....	89
5.2.4. Sistemas de Información.....	93
5.3. Análisis descriptivo de las respuestas National Software	102
5.4. Análisis de la cultura organizacional de National Software por medio de la estrella lux de Cees van Riel	108
5.5. Análisis de la página web como sistema de información de valores corporativos de National Software Software.....	113

5.6. Conclusión de la información recolectada de las entrevistas on line.....	114
6. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN.....	118
6.1. Actividades a proponer.....	119
6.2. Costos de la propuesta.....	122
CONCLUSIONES.....	128
GLOSARIO.....	129
BIBLIOGRAFÍA.....	130
ANEXOS.....	136

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.1. Organigrama National Software	24
Figura 4.1. Esquema organizativo de una empresa hipotética propuesto por Cees en Comunicación Corporativa pág. 4.....	64
Figura 4.2. Ejemplo de la teoría del signo lingüístico propuesto por Ferdinand de Saussure.....	67
Figura 4.3. Marcas distintivas a nivel mundial.....	70
Figura 4.4. Método de estrella lux propuesto por van Riel. Comunicación Corporativa pág. 53.....	74
Figura 4.5. Objetivo de comunicación en la página web	77
Figura 5.1. Áreas a explorar en National Software.....	79
Figura 5.2. Aspectos a mejorar para el reconocimiento de National Software.....	81
Figura 5.3. Frecuencia de revisión de valores corporativos National Software....	82
Figura 5.4. Importancia del registro de National Software	83
Figura 5.5. Cualidades de líder en el sector de las TIC.....	84
Figura 5.6. Cualidades del trabajador de National Software.....	85
Figura 5.7. Valores corporativos que se comparten en National Software.....	86
Figura 5.8. Función de las reuniones informativas en National Software.....	87

Figura 5.9. Sinergia en equipo National Software	88
Figura 5.10. Percepción de valores corporativos National Software.....	89
Figuras 5.11. Aceptación ideas de trabajo en National Software.....	90
Figura 5.12. Apreciación de National Software por Ingeniero Freelance.....	91
Figura 5.13. Percepción de los Jefes de National Software por Ingeniero Freelance.....	92
Figura 5.14. Descripción de líder por Ingeniero Freelance.....	93
Figura 5.15. Percepción página web.....	94
Figura 5.16. Percepción contenidos página web National Software por los clientes...	95
Figura 5.17. Percepción símbolos página web National Software por los clientes....	96
Figura 5.18. Facilidad de encontrar información en página web National Software....	97
Figura 5.19. Forma de comunicación con National Software vía web.....	98
Figura 5.20. Percepción de cambios a la página web por la Diseñadora Gráfica.....	99
Figura 5.21. Percepción de símbolos de la página web por la Diseñadora Gráfica	100
Figura 5.22. Percepción de la información por la Diseñadora Gráfica.....	101
Figura 5.23. Relación de Gerencia Humanista, e-Business y empresa global.....	116
Figura 6.1. Propuesta cambio para posicionamiento de marca National Software.....	118

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Entrevista a profundidad a la ingeniera senior de software, Melba Corredor	136
Anexo 2. Entrevista al ingeniero senior de proyectos, Robert Meza, de la empresa biofilm	138
Anexo 3. Entrevista on line a Carlos Ariel Bermúdez, Gerente de National Software	139
Anexo 4. Entrevista on line a Melba Corredor, Ingeniera Senior de National Software.....	141
Anexo 5. Entrevista on line ingeniero junior National Software	143
Anexo 6. Entrevista on line Carolina Navarrete, freelance.....	145
Anexo 7. Entrevista a clientes	136

RESUMEN EJECUTIVO

Software y servicios de TI son catalogados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo como uno de los ocho sectores de los nuevos y emergentes de clase mundial de Colombia (<http://www.jggartner.com/2009/03/conociendo-los-sectores-de-clase.html>). Así mismo, de acuerdo con los informes de Proexport (<http://www.finanzaspersonales.com.co/ahorro-e-inversion/articulo/cuales-sectores-para-invertir-colombia/45611>), se evidencia que la industria del Software creció en un 131% en el país. Razón por la cual, se realiza el presente trabajo dirigido en National Software, microempresa dedicada al desarrollo de software a la medida que necesita fortalecer la cultura organizacional para su posicionamiento de marca empresarial.

Por consiguiente, en el presente trabajo dirigido se realizó un análisis DOFA a National Software con el objetivo de plantear la propuesta de intervención que consiste en: Cómo promover una cultura organizacional que realce el posicionamiento de la marca National Software a nivel nacional e internacional a través del fortalecimiento de su identidad e imagen corporativa, el valor del recurso humano, como también, la importancia de implementar en la propia microempresa los sistemas de información y comunicación internos– externos.

Con el propósito de resolver este planteamiento indaga acerca de las expectativas del ser humano al momento en que se incorpora a una organización, la cultura organizacional por medio de la comunicación, la identidad e imagen corporativa y finalmente, se analiza el papel del líder empresarial. De la misma manera, se hace pertinente realizar un análisis semiológico a la página web debido a que ésta es una forma de contacto empresarial.

Con base en el estudio teórico, se procede a extraer de National Software los puntos a evaluar los cuales son: Cultura organizacional, la identidad e imagen corporativa, los recursos humanos y los sistemas de información (Contenidos de la página web). De acuerdo con esta exploración, se plantea el tema de la gerencia humanista, el ingreso al e-Business, lo cual genera la posibilidad de convertirse en una empresa global que la

conduce a tener un posicionamiento de marca empresarial en el sector de clase mundial del software y servicios de TI.

Finalmente, para alcanzar estos objetivos se proponen tres etapas de intervención para el posicionamiento de marca de National Software, que consiste en conferencias y talleres sobre reconocimiento de valores corporativos – reafirmación de cultura organizacional, sugerencia de actualización de página web por medio de la valoración semiológica. Posteriormente, acompañamiento en el trámite el registro de marca empresarial. Para para terminar, mediante conferencias y talleres se plantea el tema de gerencia humanista y la búsqueda del ingreso a e-Business.

Para la Universidad EAN es de alta importancia formar profesionales que aporten nuevas ideas al desarrollo del sector empresarial del país. Para lo cual, desde el programa de Lenguas Modernas se infunde en los estudiantes el espíritu de conocer la importancia de la cultura organizacional que combinado con el aprendizaje de lenguas extranjeras, conduce a promover profesionales íntegros capaces de generar valor en las organizaciones que las posicionen como empresas de marca mundial.

Palabras claves:

- Microempresa
- Desarrollo de software a la Medida
- Cultura organizacional
- Comunicación
- Posicionamiento de marca
- Identidad e imagen corporativa
- Gerencia humanista
- E-Business
- Empresa global

Abstract

Software and IT services are recorded by Ministerio de Comercio, Industria y Turismo as one of the eight of news and emergent sectors of world – class from Colombia (<http://www.jggartner.com/2009/03/conociendo-los-sectores-de-clase.html>). Likewise, according to the reports of Proexport, it is evident that the software industry grew by 131% in the country (<http://www.finanzaspersonales.com.co/ahorro-e-inversion/articulo/cuales-sectores-para-invertir-colombia/45611>). For this reason, the present undergraduate work directed is done at National Software that is a microenterprise dedicated to custom software development and it needs to reinforce the organizational culture for its brand positioning.

Consequently, in the undergraduate work directed a SWOT analysis to National Software was done with the objective to pose the intervention proposal that consists in: How to promote an organizational culture that strength the brand positioning of National Software at national and international level trough the reinforce of its corporate image and identity, the human resource value, also the importance of information and communication systems internal – external implementation in the microenterprise.

In order to solve this approach it is necessary to investigate the following topics: About human expectations at the moment of his / her incorporation to an organization, the organizational culture through of communication, the corporate image and identity and finally, an analysis of the role of business leader. In the same way, it is essential to do a semiotic analysis to the web page due to the fact that this is one manner of entrepreneurship contact.

Based on the theoretical study, the next step is to extract of National Software the key points to evaluate: Organizational culture, human resources, corporate image and identity and information systems (web page contents). According to this exploration, it's important to consider the subject of humanistic management and the entry to e-Business, because of

this raises the possibility of becoming a global company with a brand positioning in the software and IT services sector of world – class.

Finally, for reaching these objectives it's necessary to propose three intervention stages and costs for positioning of National Software brand. The first stage consists in conferences and workshops for corporative values recognition - organizational culture reaffirmation. Next it's important to suggest the web actualization through the semiotic valuation. Subsequently, to support in the registration process of corporate brand. To culminate, by conferences and workshops it is relevant to propose the topic of humanistic management and the entry to e – Business.

For the EAN University is of utmost importance to train professionals who provide news ideas to the development of the country's business sector. For which, from the Modern Languages program is infused in the students the spirit for knowing the importance of organizational culture that merged with the modern languages learning, promote excellent professionals capable of generate value in the organizations that take place as global brand companies.

Key words:

- Microenterprise
- Custom software development
- Organizational Culture
- Communication
- Brand positioning
- Corporate image and identity
- Humanistic management
- Global company

INTRODUCCIÓN

Según los reportes de la Cámara de Valencia en Colombia (http://www.camaravalencia.com/internacional/docs/becarios/Colombia_NOTA_SECTORIAL_SOFTWARE.pdf) se observa que el país posee un gran potencial para el desarrollo de software, por esta razón cada vez más surgen empresas dedicadas a la creación de productos y servicios de software a la medida acordes a las necesidades empresariales, lo cual promueve la economía del país y a su posición en los sectores de marca mundial.

Razón por la cual, en el presente trabajo dirigido se realiza una propuesta de intervención de cultura organizacional para posicionamiento de marca de National Software, microempresa dedicada al desarrollo de software a la medida. Lo que conduce a plantear el siguiente problema de intervención: ¿Cómo promover una cultura organizacional que realce el posicionamiento de la marca National Software a nivel nacional e internacional a través del fortalecimiento de su identidad e imagen corporativa, el valor del recurso humano, como también, la importancia de implementar en la propia microempresa los sistemas de información y comunicación internos– externos?

Para efectos de llegar a ese punto, se realizó un análisis DOFA a National Software para extraer lo más relevante de su cultura organizacional, la identidad e imagen corporativa, el valor del recurso humano y los sistemas de información (página web) que mediante una investigación teórica de los temas en mención, conducen a proponer tres etapas intervención para el posicionamiento de marca de National Software, que consiste en conferencias y talleres sobre reconocimiento de valores corporativos – reafirmación de cultura organizacional, sugerencia de actualización de página web por medio de la valoración semiológica. Posteriormente, acompañamiento en el trámite el registro de marca empresarial. Para para terminar, se plantea el tema de gerencia humanista y la búsqueda del ingreso a e-Business mediante conferencias y talleres que los concientice que

deben dirigirse a ser una empresa global capaz de responderle al sector del software y servicios de TI como sector de marca mundial.

Finalmente, en el programa de Lenguas Modernas de la Universidad EAN se compromete a los estudiantes con el espíritu de reafirmar los valores agregados de las empresas por medio del conocimiento de la cultura organizacional generada por sus niveles de comunicación y todo lo que implica su identidad e imagen corporativa, el manejo de sistemas de información que con la fusión del aprendizaje de lenguas extranjeras, promueve la formación de profesionales íntegros, capaces de promover los valores corporativos conducentes a posicionar empresas de clase mundial.

JUSTIFICACIÓN

En el marco del profesional de Lenguas Modernas de la Universidad EAN, se encuentra el respaldo que se ofrece a las empresas mediante el fortalecimiento de la cultura organizacional, la utilización eficiente de los sistemas de información y comunicación que en conjunto con el conocimiento de idiomas extranjeros realzan el posicionamiento de los bienes intangibles de una organización.

A raíz de estos conocimientos adquiridos es de alta relevancia asesorar a las empresas PYME – tipo microempresa debido a que realizan importantes tareas que apoyan ciertos sectores productivos de la economía del país. Pero, por ser tan pequeñas, y carecer de ciertos conocimientos a nivel organizacional, corren el riesgo de quedarse estáticas, dejando pasar oportunidades de expansión de negocios.

Por estar razones, en el presente trabajo dirigido se realiza una propuesta de intervención a la microempresa National Software, con el fin de posicionar su marca empresarial a través del reconocimiento de sus valores corporativos, la consolidación de la cultura organizacional dando valor al recurso humano de sus miembros internos, fomentando su identidad e imagen corporativa en otros contextos, como también, la importancia de implementar en la propia microempresa los sistemas de información y comunicación internos – externos. Situación que llevará a National Software a participar activamente en el sector de clase mundial de software y servicios de TI a nivel nacional e internacional.

OBJETIVO GENERAL

Propuesta de intervención que conduzca a fortalecer la cultura organizacional de National Software para lograr mayor posicionamiento de marca y proyección a nivel nacional e internacional desde el mejoramiento de su identidad e imagen corporativa y los sistemas de información.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Reconocer las características organizacionales de National Software de acuerdo al sector al que pertenece a través de un análisis DOFA el cual defina el problema de intervención.
- Elaborar un estudio sobre el problema de intervención desde lo teórico e investigativo para proyectarlo en la asesoría que genere soluciones empresariales de posicionamiento de marca empresarial.
- Seleccionar algunas estrategias de intervención que puedan constituirse en un plan de cambio organizacional hacia los intereses de posicionamiento y reconocimiento a nivel nacional e internacional desde los sistemas de información.

1. PRESENTACIÓN DE LA MICROEMPRESA NATIONAL SOFTWARE

Perfect Software for Your Business



{HYPERLINK "<http://www.nationalsoftware.com.co/>"}

Desde hace seis años National Software se dedica al desarrollo de software a la medida de acuerdo a las necesidades presentadas por los clientes. Por consiguiente, la tecnología es la principal herramienta integradora e innovadora en la automatización de procesos para mejorar la competitividad y productividad de las empresas. La firma se encuentra ubicada en Bogotá, Torre Central, avenida el Dorado No. 68 C- 61, oficina 732.

Administrativamente está conformada de la siguiente manera: Un Gerente, una Ingeniera Senior de Software, tres Programadores de Software Freelance, una Diseñadora Gráfica y una Auxiliar de Servicios Generales.

A continuación se presentan los valores corporativos de National Software presentados en la página web <http://www.nationalsoftware.com.co/>.

1.1. Misión

Consolidarnos como una compañía de software líder a nivel nacional en el desarrollo de soluciones informáticas de calidad e innovación tecnológica, siendo reconocidos por el éxito que generamos en los objetivos de negocios de nuestros clientes, asegurando de esta forma proyección en el mercado internacional.

1.2. Visión

Somos un equipo de profesionales altamente comprometido, calificado e innovador, enfocado al análisis, diseño, integración e implementación de soluciones informáticas a la medida con altos estándares de calidad, que superen las expectativas de nuestros clientes y cumplan a cabalidad sus objetivos de negocio.

1.3. Política de calidad

Nuestra política es desarrollar aplicaciones bajo estándares de calidad, en cuanto a metodología y construcción de software integral a la medida, apoyándonos en plataformas de última tecnología y entregando a nuestros clientes productos que cumplan con sus requerimientos y satisfagan sus necesidades.

Nos enfocamos en el mejoramiento de nuestra compañía para ser más competitivos.

1.4. Portafolio de servicios

- Software a la medida
- Aplicaciones Web
- Aplicaciones de escritorio
- Consultoría
- Outsorsing
- Diseño Web

1.5. Características organizacionales de National Software

Conforme a la Política del Gobierno Nacional para el apoyo a la MIPYMES, (Ley 590 del 10 de julio de 2000), emitida por el Congreso de la República de Colombia, National Software está catalogada en el sector PYME de tipo microempresa porque posee menos de diez trabajadores y los activos de la organización son menores a 501 salarios mínimos mensuales vigentes. De acuerdo a lo anterior, las principales características de esta microempresa son la gran rigidez laboral debido a que necesita mano de obra especializada, porque su actividad está enfocada a generar soporte en el desarrollo de software a grandes compañías para que éstas perfeccionen los objetivos de sus negocios, por medio de los sistemas de información. Actualmente, los activos de esta microempresa son menores a lo que establece la ley.

Según los reportes de la Cámara de Valencia (http://www.camaravalencia.com/internacional/docs/becarios/Colombia_NOTA_SECTORIAL_SOFTWARE.pdf)

En Colombia existen cuatro grupos de empresas bien definidas: empresas desarrolladoras de software, empresas distribuidoras y comercializadoras de productos informáticos, empresas proveedoras de acceso y servicio de Internet y empresas productoras de hardware.

Por consiguiente, la industria del software en Colombia promueve la contratación de especialistas en el sector de la informática cuyas remuneraciones son muy gratificantes debido a su alto reconocimiento por la calidad de trabajo.

En este orden de ideas, la Cámara de Valencia, afirma que “El consumo de software en Colombia se ubica en las principales ciudades de Colombia como lo son Bogotá, Cali, Cartagena, Medellín, Bucaramanga y Barranquilla”. Esto se debe a que en las ciudades mencionadas se concentra la mayor parte de la industria del país y por consiguiente, crecen

empresas relacionadas con el sector de desarrollo, distribución, acceso y servicio de software.

Por lo anterior, y de acuerdo al informe Desarrollando el Sector de TI como uno de clase mundial, presentado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (<http://www.transformacionproductiva.gov.co/Library/News/Files/UAI002-50-01SWTI.pdf320.PDF>) “Colombia podría convertirse en un jugador relevante en TI gracias a su ventaja relativa en costos, infraestructura y ambiente de negocios”, porque actualmente el país cuenta con el recurso humano competente como también con una industria fortalecida para el desarrollo y comercialización de productos informáticos.

Finalmente y con gran agrado, las empresas desarrolladoras de software reciben la noticia del ministro de TIC, Diego Molano Vega (<http://www.fedesoft.org/novedades/el-ministro-tic-abrio-por-medio-de-videoconferencia-la-asamblea-en-fedesoft-colombia>) en la que propone “Una estrategia para el fortalecimiento de la industria TIC en Colombia y todo el engranaje que lo compone: innovación, infraestructura, normatividad y calidad”. Con relación a la normatividad, el Ministro afirma que hay un proyecto adelantado con la DIAN para reducir impuestos de retefuente a las empresas desarrolladoras de software prestadoras de servicios a otras entidades. El objetivo de esta propuesta, es fortalecer las empresas del sector TIC para que surjan a nivel nacional e internacional, cumpliendo los estándares de calidad requeridos para productos tecnológicos.

En conclusión, National Software es una microempresa que está a la vanguardia de la economía del país, porque provee desarrollo de software a la medida a grandes empresas nacionales e internacionales. Por otro lado, cumple con calidad de mano de obra especializada, lo cual estimula la iniciativa de más jóvenes a la capacitación profesional en el desarrollo de nuevas tecnologías de la información, situación que cataloga Colombia como país altamente competitivo, gracias a la capacidad de los trabajadores y emprendedores. Así mismo, National Software cuenta con el apoyo e interés del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las

Comunicaciones, para prosperar como microempresa a mediana empresa encaminada a ampliar su capacidad de producción, mano de obra y aumento de ingresos económicos.

1.6. Organización de National Software

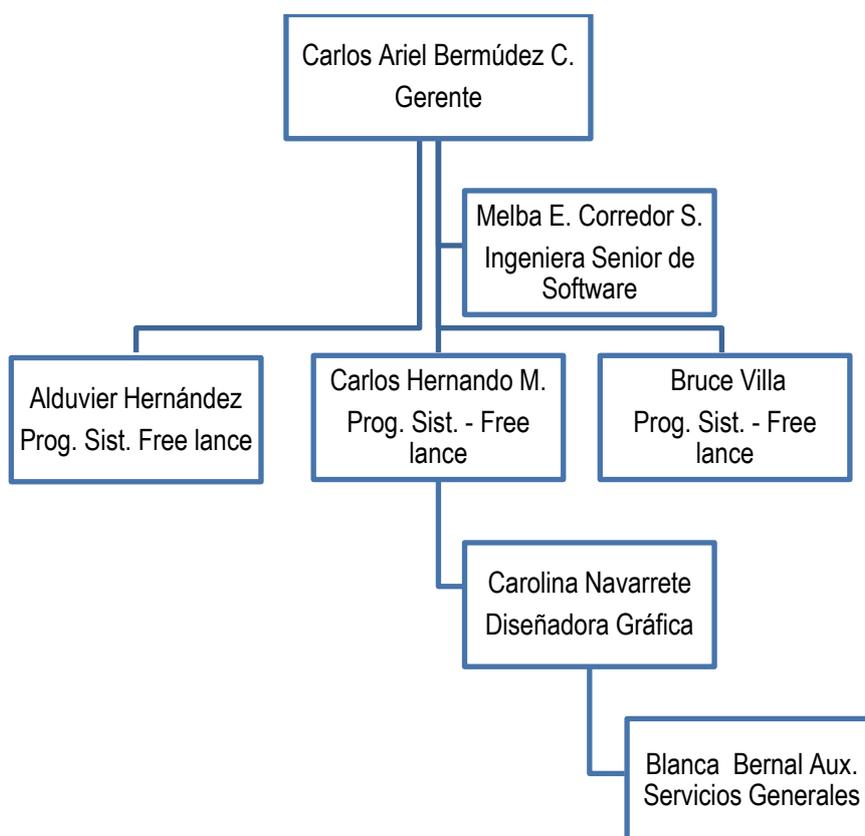


Figura 1.1. Organigrama National Software

2. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

Con el objetivo de obtener información acerca de la estructura organizacional como también de su imagen corporativa de National Software, en primer lugar se realizó una entrevista a la ingeniera senior de software Melba Corredor, quien es profesional en Ingeniería de Sistemas, con más de cuatros años de experiencia en desarrollo de software, líder técnico de gestión de proyectos y directora de los ingenieros de sistemas freelance.

2.1. Entrevista a la Ingeniera Senior de Software

La ingeniera Melba afirma que National Software provee “Soluciones a la medida”, es decir, desarrolla software o sistemas de información de acuerdo con los requerimientos hechos por los clientes, que a la vez, son implementados en los procesos diarios de sus empresas. Por esta razón, la Ingeniera aclara que la organización es una “Casa de Software”. El paso a seguir para captar la atención del cliente es la presentación de una propuesta formal que satisfaga las exigencias requeridas.

Es así como la microempresa ofrece a sus clientes software a la medida, en otras palabras, aplicaciones basadas según las especificaciones y requerimientos. Los productos más destacados de National Software son: en primer lugar, aplicaciones Web, que consisten en sistemas rápidos, seguros y confiables para todo tipo de empresa que desee. En segundo lugar, las aplicaciones de escritorio para brindar soporte a los procesos diarios de la empresa de manera confiable, segura y rápida. Por último, promueven la consultoría en sistemas de información, que es realizada por personal calificado y con el perfil necesario para atender las necesidades del cliente. Acerca del outsorsing, National Software tiene un equipo de profesionales que posee amplia experiencia en administración, control y ejecución de proyectos informáticos. Para este último servicio, la empresa cuenta con un portafolio de soluciones hechos a la medida.

A la pregunta si los clientes necesitan presentaciones en otros idiomas, la Ingeniera responde que en algunas ocasiones les solicitan programación y creación de interfaces en inglés técnico. Para este procedimiento, los mismos clientes les suministran los textos.

Respecto al personal de la empresa, la constituyen dos ingenieros de planta (el Gerente, la Ingeniera Senior), el demás personal se contrata como Freelance tan pronto se requiera para desarrollar un proyecto. Principalmente, han contado con la colaboración de tres Ingenieros Desarrolladores de Software y una Diseñadora Gráfica.

En estos momentos, los principales clientes potenciales de National Software son: Biofilm, empresa internacional productora de empaques para alimentos, bebidas, cigarrillos, como también para otros productos de consumo alimentario. (<http://www.biofilm.com.co/>) La CAR (Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca), institución dirigida por el Gobierno Nacional, encargada de planificar y ejecutar proyectos de preservación, descontaminación o recuperación de los recursos naturales (<http://www.car.gov.co/>), FIDC - Fundación Internacional de Pedagogía Conceptual Alberto Merani, quien es promotora de investigación, desarrollo de programas pedagógicos y publicaciones en beneficio de mejores seres humanos (<http://www.albertomerani.org/>) y SODIMAC gran cadena internacional de retail. (<http://www.sodimac.cl/static/site/nuestra-empresa/index.html>)

Acerca de los clientes de la microempresa, la ingeniera Melba, comenta que se consiguen por medio de contactos, y por el momento se descuida la publicidad porque son dos personas de planta y al contrario, han dejado a un lado propuestas por falta de personal y tiempo para desarrollarlas. Sin embargo, cuando se tenga un producto de software, se contratará un especialista en publicidad.

Por el momento la única publicidad que manejan para los contactos empresariales, son brochure, tarjetas de presentación, página web y la comunicación voz a voz que consiste en recomendaciones, contactos y lo más importante, la satisfacción de los clientes que los inducen a promocionar los servicios de National Software. De igual manera, la empresa

participa en licitaciones como ocurrió la CAR. Al final de cada proyecto, los clientes los felicitan por la calidad del trabajo, y en algunas ocasiones los contactan para solicitar soporte cuando se presentan fallas mínimas.

A propósito de la imagen corporativa, la ingeniera menciona que el gerente de la empresa solicitó la asesoría de una compañía dedicada a la creación de logos, la cual presentó varias propuestas de imágenes y se escogió la que pareció mejor. Con respecto al brochure y las tarjetas de presentación, la Diseñadora Gráfica Freelance elaboró el bosquejo, que posteriormente se editó en la empresa Auros.

Así mismo, el gerente de National Software controla y revisa la información que se suministra, especialmente las propuestas comerciales. Acerca de la comunicación con los clientes es escrita, realizada en formatos preestablecidos de cotizaciones, actas de entrega y actas de reuniones. Además, el Gerente, la Ingeniera Senior y los Ingenieros de Sistemas Freelance poseen correo empresarial para un acercamiento permanente con los clientes para efectos de concretar reuniones, aclarar dudas, enviar propuestas y actualización de aplicaciones. Igualmente, en la página web se encuentra dos correos electrónicos, uno para brindar soporte al cliente support@nationalsoftware.com.co y otro para recibir solicitudes de los clientes sales@nationalsoftware.com.co.

Por último, en la página web está configurado un link de contáctenos en el que se digita un usuario y contraseña para el ingreso a notificación de incidencias que permite la solución inmediata a inconvenientes de productos por parte de los ingenieros de la empresa. Otra herramienta utilizada por National Software es Skype por el cual se comunican virtualmente para brindar soporte a sus clientes.

A la inquietud relacionada con la comunicación interna, la entrevistada explica que los Ingenieros Freelance reciben instrucciones sobre la metodología de trabajo y los estándares de programación, por medio de una aplicación ya preestablecida llamada framework y un

documento de especificación. Estos elementos son la guía para el desarrollo de productos de software, los cuales se explican verbalmente.

Acerca de los beneficios laborales la Ingeniera menciona que los Ingenieros de Sistemas Freelance, reciben un salario mensual y se motivan por medio de bonificaciones al final de cada proyecto. Así mismo, gozan de auxilio de alimentación y transporte. Sin embargo, como el horario de trabajo es flexible, se percibe el incumplimiento del cronograma para la entrega de proyectos y a la vez, es un inconveniente que recae en la calidad del producto.

Respecto al perfil de los Ingenieros Freelance, la Ingeniera explica que ellos deben manejar MSQL Server, ASP.NET y programación orientada a objetivos, como también el manejo de inglés técnico. Al momento del ingreso de los Ingenieros Freelance se mide su rendimiento por cumplimiento de metas.

Como la denominación del personal en la microempresa es “Freelance”, es de poco interés su participación en las reuniones internas para compartir los logros alcanzados y comentar nuevos proyectos. Sin embargo, a National Software le agradecería tener gente de planta tan pronto esté elaborado y posicionado un producto de software. Por el momento, la información es confidencial y se comparte entre el Gerente y la Ingeniera Senior de Software.

Finalmente, se interroga acerca de los planes de National Software, la ingeniera Melba manifiesta que están definidos así: El plan inmediato de la empresa es hacer un producto de software para venderlo, de ahí se contratará la gente para proveer el respectivo soporte. A mediano plazo, se espera tener las instalaciones propias y con más recursos y el deseo a largo plazo es la internacionalización de la microempresa. En seguida, se preguntó acerca de los inconvenientes de National Software, a lo que la Ingeniera comentó lo siguiente:

Todo proyecto tiene un alcance. A veces el cliente solicita algo adicional y por el mismo precio que en algunas ocasiones se aceptan las condiciones expresadas para mantener el contacto. Por otro lado, el ingreso de dinero se percibe cuando se entrega un producto en su

totalidad, situación que causa la demora en el pago por algunos clientes y por esta razón, es latente la debilidad económica por uno o dos meses. Para evitar posibles desacuerdos con ellos se planea pactar un adelanto de dinero al comienzo de una requisición.

Por otro lado, algunas veces se presentan contratiempos con los proyectos, y por este motivo se solicita plazo de entrega. Lo anterior radica en que hay dos personas de planta y el personal contratado incumple con el cronograma de la empresa. Otra razón por la que se presentan inconvenientes se debe a que en este tipo de trabajo puede haber problemas técnicos o inconsistencias en la claridad en especificación de requerimientos.

Con relación a la organización financiera, National Software tiene el servicio de una Contadora Pública quien presta los servicios de un Auxiliar Contable para organizar facturas y contabilidad. Al final del año, la Contadora revisa y firma los estados financieros. Respecto a la responsabilidad social, planean una visita al sector de Cazucá para entregar mercados a la gente de escasos recursos.

Para terminar, se preguntó acerca de los proyectos a realizar. En estos momentos, National Software tiene en marcha tres proyectos que son: El proyecto inteligencia de negocios y portal de clientes de la empresa Biofilm, y el proyecto preevaluación FSDS para la liga contra el suicidio. Adicionalmente, está en análisis un nuevo proyecto también para la empresa Biofilm y hay un proyecto en prueba que es un sistema genérico para FIDC - Fundación Internacional de Pedagogía Conceptual Alberto Merani. Aparte de estos trabajos, la empresa provee soporte de mantenimiento de aplicaciones a proyectos ya realizados.

Para los proyectos mencionados, la entrevistada comenta que en el momento prescinden del servicio de los Ingenieros de Sistemas Freelance, debido a los inconvenientes ya mencionados. Por ejemplo, el proyecto “Preevaluación FSDS” para la liga contra el suicidio, estaba a cargo uno de los Ingenieros de Sistemas Freelance, pero abandonó el plan a comienzos de noviembre de 2010, a pesar de haberle entregado el plan de trabajo

junto con el documento de especificación de requerimientos, el framework y las instalaciones de las herramientas para el desarrollo del plan.

Según la evaluación realizada por la Ingeniera Senior, el Ingeniero de Sistemas Freelance entregó parte de este proyecto con baja calidad, lo que se percibe el descuido de las instrucciones planteadas. Ahora, el dilema es sobre cuánto se le debe liquidar ese trabajo realizado por él.

Con relación a los ingresos de la empresa, la Ingeniera responde que se debe tener como mínimo diez millones de pesos mensuales para cubrir el pago de salarios, arriendo de oficina, servicios, entre otros. Respecto al desarrollo de los proyectos, comenta que cada uno puede durar dos meses como mínimo, y máximo año y medio. El costo de cada proyecto es alrededor de siete millones de pesos, y los soportes de mantenimiento de aplicaciones oscilan entre tres millones de pesos, un millón doscientos mil pesos, hasta más dependiendo del trabajo a realizarse.

Con referencia a la competencia, la ingeniera Melba señala que actualmente se encuentra la empresa de Informática Siglo 21Ltda, con 19 años de experiencia y más de cien empleados. Su énfasis son los proyectos de outsourcing en tecnología, desarrollo de software a la medida y consultoría de sistemas de información. (www.i-siglo21.com/)

Otra compañía es la multinacional Indra, con presencia en cien países incluyendo Colombia, quien posee aproximadamente 29.000 profesionales, y es especialista de software a la medida de requerimientos propuestos por los clientes como mantenimiento de desarrollo, proyectos cerrados o fábrica de software. (<http://www.indracompany.com/en>)

Por otro lado, está Servipunto de Software Ltda., empresa con catorce años de experiencia con sedes en Colombia, Bolivia, Argentina, y República Dominicana. Esta organización ya es especialista en productos de automatización para estaciones de servicio, estaciones de gas natural, estaciones de GLP, estaciones de envasado de Glp, BackOffice

(Administrativo de estaciones de servicio), dispositivo móviles; y productos de línea “zencillo” zencillo fidelización, zencillo infolog, zencillo factura. (www.servipunto.com/)

2.2. Análisis página web de National Software

A continuación, se realiza un análisis semiológico de imagen corporativa en la página web www.nationalsoftware.com. En esta oportunidad, se estudió el logo, slogan, misión, visión, política de calidad, portafolio de servicios y soporte, como también, la música de fondo que invita a tener confianza en el servicio de la compañía porque la muestra como una empresa cálida y accesible.

Con relación a lo anterior, National Software cuenta además con unos objetivos y un portafolio de servicios que coordinan bien con su slogan “*Perfect Software for Your Business*”, que significa el desarrollo perfecto de sistemas de información para su negocio.

Al comienzo de la presentación de la página web, aparecen seis esferas blancas que poco a poco toman un color azul, empezando de izquierda a derecha. Luego aparece una esfera girando en su eje hacia la izquierda y tres espirales resplandecientes que le proporcionan brillo. Analizando el logo de National Software, es una esfera de color azul, en su hemisferio norte la luz hace que el color sea más claro y en el hemisferio sur el color azul es más oscuro porque la luz no alcanza a cubrir todo su cuerpo, lo cual también ocasiona una sombra en la parte inferior. Aparte de las tonalidades, la esfera en su superficie tiene unas líneas quebradas o poligonales trazadas al lado izquierdo y derecho que la hacen ver de forma tridimensional.

El fondo de la página está combinado por color azul, gris y negro que le aporta una elegancia y sobriedad a la página. Además porque son los colores que representan la tecnología, el conocimiento y la creatividad.

Continuando con la descripción de contenidos, en la página principal denominada “*Nuestra compañía*”, al lado izquierdo aparece el nombre y la marca de las plataformas de desarrollo que utiliza la empresa para la elaboración de sus productos. Estas son Microsoft Visual Studio 2010 y Microsoft SQL Server 2010.

En la parte central hay dos imágenes, en la primera se observa al fondo un mapamundi iluminado, más adelante hay figuras de cinco personas de las cuales cuatro llevan un maletines ejecutivos, tres de ellas están mirando el mundo y una de ellas tiene su brazo izquierdo levantado como en posición de cubrirse de los reflejos de la luz que alumbra el mundo. Mientras tanto, otras dos hablan por separado. Además la luz que ilumina el mundo hace que se refleje la sombra de las personas. De la misma manera se observa tres figuras de árboles y en la parte superior se ven figuras de aves.

En la segunda figura se observa una mano presionando la tecla “ENTER”, como señal de conexión para la búsqueda de información.

En el tercer cuerpo se está una frase de bienvenida a la empresa y posteriormente una descripción formal de la actividad empresarial en seguida están los link para acceder a la información de misión, visión, objetivos.

Finalmente, en la parte inferior están los botones de acceso a las páginas de nuestra compañía, portafolio de servicios, clientes, contáctenos y soporte.

Posteriormente, está la página de portafolio de servicios conformada por tres cuerpos, en el primero, aparece la imagen como de un cuadro de fichas en la cual hace falta una para completar una figura. Al momento de señalar la imagen, ésta se resplandece proporcionando un toque de elegancia que inspira brillantez, soluciones, perfección. En la parte central, aparece la descripción de los servicios y en el lado derecho está la lista de servicios como lo son software a la medida, aplicaciones web, aplicaciones de escritorio, consultoría, outsourcing, diseño web.

Al momento de dar click en los link de los servicios, aparece en la parte central de la página la descripción de éstos, uno por uno y al lado izquierdo hay figuras que acompañan el texto.

De acuerdo a las figuras que acompañan los textos, para el servicio de software a la medida está la figura del cuadro de las fichas anteriormente mencionado, continuando con el servicio de aplicaciones web, la figura que lo representa es un cuadro de color azul que en el fondo contiene muchas señales como flechas hacia el lado derecho, por último, tiene una representación de una mano que pulsa un botón con su dedo índice. Debajo del botón oprimido muestran símbolos tales como los códigos que se utilizan para programación.

En seguida se describe el servicio de aplicaciones de escritorio acompañado de un gráfico son tres ruedas dentadas que representan el engranaje. Posteriormente, está la descripción de consultoría, su representación gráfica es al fondo un mapamundi iluminado y la figura de cuatro personas ejecutivas ubicadas en grupos de dos. Dos de ellas observan el mundo y las otras dos conversan, igual que en la primera figura, la luz hace reflejo de sombra de las personas y además en la parte superior se observa tres representaciones de árboles y dos aves en el cielo.

El siguiente servicio ofrecido por la compañía es outsourcing que está representado por una imagen que contiene edificios y sobre éstos salen flechas como símbolo de crecimiento. Cerca al edificio hay la figura de dos personas que se saludan y más adelante se contempla la figura de otras dos personas. Una mirando hacia el norte y la otra hacia los edificios.

Por último, se describe el servicio de diseño web que está representado por un globo terráqueo mostrando el mapa de Norteamérica y cerca de éste pasa una cadena hecha de símbolos de codificación de información.

A continuación está la página de clientes conformada por tres cuerpos. En la primera franja está la foto de tres personas, dos hombres y una mujer. Los hombres estrechan sus manos en signo de cerrar acuerdos, mientras que la mujer sonrío. En el segundo cuerpo

está la descripción de los servicios y en el tercer cuerpo hay una imagen de unas manos que se estrechan y un mensaje en el cual se describen por qué los clientes los prefieren. En la parte inferior están las imágenes corporativas de los clientes como lo son Biofilm, la CAR (Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca), FIDC - Fundación Internacional de Pedagogía Conceptual Alberto Merani y por último SODIMAC.

En seguida está la página de contáctenos también conformada por tres áreas, en la primera se encuentra la foto del edificio en el cual se ubica la oficina, en la segunda está la dirección, teléfono, fax y correos electrónicos y en la tercera parte está una imagen de un dedo presionando la tecla ENTER en un teclado, acompañado de un mensaje de invitación a contactarse con la empresa.

Finalmente se encuentra la página de soporte constituida por tres cuerpos, en el primero se observa un cuadro en el cual el cliente ingresa el usuario y la clave, en la segunda cara está la descripción del servicio y por último hay un computador portátil, una mano humana que se conecta con otra mano virtual que sale del computador.

Para terminar con la descripción gráfica de la web, cabe resaltar que en todas aparece la esfera girando a la izquierda y la acompaña durante toda la presentación una música de fondo. Al momento de pasar a otra página, suena un click como de cámara fotográfica y los cuadros cambian hacia adelante, dando una sensación de cambio de filminas. Con relación a la forma y tamaño de la letra, el nombre está escrito en una letra que representa sistemas, tecnología y la letra de los textos es de color azul y es pequeña.

Llegado a este punto, se prosigue con la descripción del nombre y de los contenidos de los valores corporativos.

El nombre National Software en español significa Software hecho en Colombia. Es decir, es una empresa nacional (casa de software) que desarrolla soluciones de software a la medida. Por tener su nombre en inglés, significa que proyecta entrar al mercado internacional.

El slogan “*Perfect Software for Your Business*” significa desarrollo perfecto de sistemas de información para su negocio.

La frase “*Bienvenidos a nuestra compañía!*” refleja una actitud de servicio e interés por el cliente y bajo ésta se describe la razón social de National Software, a qué se dedica, cuál es el objetivo del servicio al cliente, y qué tecnología utiliza para el desarrollo de los productos que ofrece.

Respecto a la misión corporativa, allí se describe el interés que tiene National Software por fortalecer la empresa, perfeccionando sus productos para ser líderes en soluciones informáticas y de esta manera contribuir a que sus clientes sean exitosos en sus negocios. Igualmente plasma el interés de internacionalizarse.

De acuerdo a su visión, destaca el profesionalismo y compromiso de los trabajadores que conforman la empresa, quienes se interesan por generar soluciones informáticas a la medida que satisfagan las expectativas de los clientes para que cumplan a cabalidad con sus proyectos de negocio.

Según la política de la empresa, es trabajar con estándares de calidad, apoyados en plataformas de última tecnología para ofrecer a los clientes lo mejor en software. Además la empresa enfatiza en el mejoramiento continuo para ser más competentes en el sector de la informática.

Conforme a la página de descripción de servicios, estos son claros, lo cual permite al cliente elegir cuál es el que más se ajusta a su necesidad. Si solicita servicio de soluciones a la medida, aplicaciones web, aplicaciones de escritorio, consultoría, outsourcing, diseño web.

Para cerrar con el diagnóstico organizacional, se presenta la entrevista de Robert Meza, ingeniero senior de proyectos de la empresa Biofilm.

2.3. Entrevista a cliente externo

En primer lugar, se preguntó cómo la empresa Biofilm se enteró de los servicios de National Software, a lo que relató que fue por contactos. En seguida, se interrogó si identificó rápidamente el nombre de National Software con la actividad a la que se dedica, a lo que afirmó que es una casa de software que diseña soluciones de sistemas de información a la medida.

Posteriormente, se quiso saber si como cliente consultaba constantemente la página de la empresa National Software, a lo que contestó que no lo hacía. En seguida se preguntó por los servicios que le ofrece National Software y nombró soluciones a la medida de Biofilm con excelente calidad. Finalmente, se le solicitó que calificara como excelente bueno, regular o malo algunos aspectos de la empresa tal como se menciona a continuación.

De acuerdo al nombre y el slogan el entrevistado lo calificó como bueno. Respecto a la presentación web, la calidad del producto, las reuniones, la atención al cliente, el profesionalismo de su gente y el soporte técnico, el Ingeniero le proporcionó una calificación de excelente.

Con referencia a la descripción anterior de esta microempresa, a continuación, se procede a un análisis DOFA para profundizar en las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades.

2.4. DOFA National Software

PUNTOS A EVALUAR	DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p>Tecnología</p>	<ul style="list-style-type: none"> En la página web, el link contáctenos solicita usuario y clave para ingresar. Al momento de digitar datos para poder ingresar sale un aviso que dice “El sistema no está disponible en este momento”. <p>Esto representa que la aplicación se encuentra desactualizada debido a que carece de otros métodos o consejos para que el cliente o un nuevo cliente puedan ingresar para ponerse en contacto con la empresa.</p> <p>Al respecto, la Ingeniera Senior de Software comenta que esta sección está en proceso de desarrollo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> La página web es la presentación de la empresa, los productos y además mantener contacto con los clientes. El Gerente, la Ingeniera Senior de software, el Ingeniero Junior de software y los Ingenieros Freelance tienen correo institucional por los cuales se comunican con los clientes para concretar reuniones, aclarar dudas, enviar propuestas y actualizar de aplicaciones. Igualmente, en la página web, en el link de contactos hay dos correos electrónicos, uno para brindar soporte al cliente support@nationalsoftware.com.co y otro para recibir solicitudes de los clientes sales@nationalsoftware.com.co. Skype es otra herramienta de comunicación para brindar soporte a los clientes. Utilizan un framework para la explicación de procesos.

<p style="text-align: center;">Gestión Organizacional</p>	<ul style="list-style-type: none"> • National Software la conforma dos personas que responden con los proyectos. <p>Los Ingenieros de Sistemas Freelance les falta compromiso con los proyectos de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • National Software carece de un estándar de salario a pagar por la realización de etapas de cada proyecto realizado por los Ingenieros de Sistemas Freelance. • Solicitan plazo para la entrega de proyectos especialmente por el abandono de los mismos por parte de los Ingenieros de Sistemas Freelance. 	<ul style="list-style-type: none"> • El Gerente y la Ingeniera Senior de Software tienen alto compromiso con la National Software y con los clientes. • National Software es felicitada por la calidad del trabajo. • Son recomendados por sus clientes por la calidad de trabajo. • Los salarios y las bonificaciones ofrecidas son razonables.
<p style="text-align: center;">Gestión del conocimiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los Ingenieros de Sistemas Freelance descuidan las instrucciones plasmadas en el plan de trabajo, documento de especificación y la guía del framework. • Las explicaciones se realizan verbalmente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Para cada proyecto se elabora un cronograma, un documento de especificación y un framework. • Se recolecta la información del cliente en el programa XP (Extreme Programming) porque es una herramienta ágil, rápida y no requiere tanta documentación.
<p style="text-align: center;">Comunicación interna y externa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Solamente saben los proyectos de la empresa, el Gerente y la Ingeniera Senior de Software. • La interacción con los Ingenieros de Sistemas 	<ul style="list-style-type: none"> • Se socializan los proyectos entre el Gerente y la Ingeniera Senior de Software. • National Software posee formatos preestablecidos de

	<p>Freelance es mínima.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los Ingenieros de Sistemas Freelance demuestran desinterés por el trabajo. • Por el momento les es irrelevante en dar a conocer la empresa porque es pequeña y falta la creación de un producto. 	<p>cotizaciones y propuestas, actas de entrega como también de reuniones.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existe brochure, tarjeta de presentación y página web. • La comunicación voz a voz los posiciona como una empresa responsable y de alta calidad.
<p>Estudio semiológico Página Web</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Si se compara el giro de la esfera, ícono de National Software, con el globo terráqueo, éste último hace su rotación hacia la derecha. • El color negro utilizado en exceso hace ver la página muy apagada y hace difícil la lectura de los contenidos. • Demasiado color azul es significado de aflicción, depresión, pesadumbre. • Las imágenes representan las figuras de personas sobrias. En solo una de ellas se ve el rostro sonriente de la gente. • La letra de los contenidos es 	<ul style="list-style-type: none"> • Los efectos especiales le dan vida a la página web. Las seis esferas significan conectividad, movimiento, creación de ideas. • La esfera por ser un cuerpo físico y presentar dos tonalidades de azul, más las líneas poligonales ubicadas al lado izquierdo y derecho, junto con la perspectiva tridimensional, irradia el movimiento, el cambio, la innovación, la lucidez, la inteligencia. • Los tres espirales que envuelven la esfera aparecen de adentro hacia afuera realzando la brillantez y simboliza la expansión del conocimiento. Cuando estos tres espirales aparecen, la esfera gira a la

	<p>de color azul y está muy pequeña.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es desaprovechado el espacio de la presentación de la web, porque al lado izquierdo, derecho e inferior sobra una margen considerable de color negro. 	<p>izquierda.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las figuras que aparecen en la página son elegantes y significan la conectividad de los negocios y las relaciones humanas. <p>Significado de los colores de la página web:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El color azul representa confianza, lealtad, sabiduría, inteligencia, conocimiento, integridad y poder. Este tono es apropiado para promocionar productos de alta tecnología o de alta precisión. El color gris significa estabilidad, inspira la creatividad y simboliza el éxito. El color negro produce elegancia, aumenta la sensación de profundidad y perspectiva. (http://www.webusable.com/coloursMean.htm) • La tipología del nombre representa tecnología y los sistemas.
--	--	--

<p style="text-align: center;">Estudio contenidos de la Web</p>	<ul style="list-style-type: none"> • National Software y Perfect Software for Your Business, son palabras prestadas de otra lengua. Según los expertos, al momento de elegir el nombre de una empresa es mejor evitar extranjerismos. • National Software, puede presentar dificultad en la pronunciación y escucha para las personas que desconocen el idioma inglés. National Software es difícil de asimilar rápidamente por las personas que no manejan una segunda lengua. • En la descripción de políticas de calidad hay un error de ortografía. La palabra “continúo” es la conjugación de la primera persona del verbo continuar. La palabra correcta es el adjetivo “continuo”, que significa sin interrupción en el espacio o en el tiempo. (Diccionario Enciclopédico Larousse, 2005) • En el primer párrafo de la descripción de los servicios: Desarrollo de Software a la Medida, aparecen mal escritas las palabras "Escritorio" y "Aplicaciones". Porque están dentro del texto, pero no al 	<ul style="list-style-type: none"> • En la Web, al lado izquierdo está el nombre de la empresa National Software y el Slogan “Perfect Software for Your Business”. • El nombre National Software es corto, fácil de aprender y asimilar con la labor de trata la empresa. • El slogan “Perfect Software for Your Business”, coordina con el nombre de la empresa en inglés y significa desarrollo perfecto de sistemas de información para su negocio. • La descripción de la compañía es clara y rápidamente ubica al espectador con actividad de ésta. • La misión, visión y política de calidad, demuestran el interés de la empresa por trabajar en pro del mejoramiento de la misma, el beneficio que reciben sus clientes y el interés por consolidarse cada día más como una compañía líder en desarrollo de software. • La descripción de los servicios es detallada y clara. En esta sección se presenta el perfil de los profesionales de la microempresa, así mismo, los
--	--	---

	<p>comienzo o precedido de punto en el mismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • En la descripción de aplicaciones de escritorio está mal utilizada la palabra “contara” porque es una palabra tiempo condicional. Por ejemplo, si yo contara. Ésta debería cambiarse por la palabra “cuente” que proviene del verbo contar en presente, la cual significa confiar en algo o tener importancia en algún campo. (Diccionario Enciclopédico Larousse, 2005) • Además, en el mismo texto está la palabra "mas" que es una conjunción adversa. Por consiguiente, la palabra correcta es "más", que es un adverbio condicional de aumento y superioridad. (Diccionario Enciclopédico Larousse, 2005) • Es difícil comprender la explicación suministrada en el segundo párrafo, en el que se describe el beneficio que reciben los clientes. • En el segundo párrafo de descripción de servicios de consultoría, hay un error de ortografía, está escrito 	<p>programas que se utilizan para el desarrollo de proyectos y la relación cercana con el cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • En la explicación de la consultoría, la organización manifiesta la disponibilidad de personal calificado para brindarle apoyo a los clientes. • Se interesa en que el recurso humano de las empresas clientes de National Software se dedique a labores de netas de la empresa y deje a un lado las preocupaciones de los sistemas de información. • El servicio de outsourcing es bien claro y manifiesta el interés por hacer un trabajo bien especificado que contribuya con el bienestar del cliente. • En la presentación del diseño web, la organización describe la importancia de una buena presentación empresarial en Internet y además se preocupa por diseñar páginas web de acuerdo al perfil del negocio de su cliente.
--	--	---

	<p>“roductos” en vez de “productos”</p> <ul style="list-style-type: none"> • En la descripción del servicio diseño web hay un error de ortografía, la palabra “practica” es la conjugación de la tercera persona del verbo practicar. La palabra correcta es el adjetivo “práctica”, que significa diestro o hábil para hacer algo. (Diccionario Enciclopédico Larousse, 2005) • En la página de contáctenos, debería aparecer los nombres de las personas con quienes se puede comunicar en la empresa. • La página de servicio de soporte está desactivada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra las marcas empresariales de los clientes. • En la página de contacto presenta todos los datos de la empresa, como dirección, teléfonos, correos. De igual manera, invita a los clientes para que se comuniquen telefónicamente o por e-mail. • En el servicio de soporte la microempresa pone a disposición del cliente una “herramienta de notificación de incidencias” en la cual, el cliente digita su usuario y clave e inmediatamente un especialista en diseño de software le brinda atención personalizada.
	<ul style="list-style-type: none"> • Se presenta demora en los pagos de los proyectos por parte de los clientes. • Hace falta conocimiento para liquidar la elaboración de proyectos por etapas a los ingenieros freelance. • Los ingresos a la microempresa deben ser como mínimo \$10.000.000 para cubrir gastos de sueldo, 	<ul style="list-style-type: none"> • National Software es una Pyme de tipo microempresa por tener hasta diez trabajadores y activos de menos de 501 salarios mínimos vigentes. • La característica primordial de microempresa, National Software ofrece desarrollo de software (soluciones a la medida) a grandes empresas para que éstas puedan cumplir a cabalidad los objetivos de sus

<p>Economía</p>	<p>arriendo y servicios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Como son dos personas a cargo de la microempresa, en algunas ocasiones han tenido que rechazar propuestas de otros clientes. • Por ser una microempresa, National Software tiene una gran rigidez laboral porque se requiere que el personal sea especializado en MSQL Server, ASP.NET Y programación orientada a objetivos. 	<p>negocios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Como es una microempresa dedicada al desarrollo de sistemas de automatización, necesita personal especializado en desarrollo de software y conocimientos en diseño gráfico. • Cada proyecto tiene un valor razonable: como mínimo \$7.000.000 y los soportes de mantenimiento de aplicaciones oscilan en \$300.000, \$1.200.000 o más. • Un proyecto puede durar como mínimo dos meses y máximo año y medio. • Se está planeando una nueva forma de negociación con los clientes por para tener fluidez de activos al inicio de cada proyecto.
<p>Proyección</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Como son dos personas a cargo de la empresa, han postergado la proyección de la microempresa a mediana empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tienen bien definidas las metas: <ul style="list-style-type: none"> - A corto plazo es hacer un producto de software para venderlo. - El plan a mediano plazo, es tener las instalaciones propias y con más recursos - Largo plazo es internacionalizar la empresa.

Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • A veces les deben pedir plazo por: <ul style="list-style-type: none"> - Retraso en el cronograma - Problemas técnicos - Solicitud de especificaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Biofilm <ul style="list-style-type: none"> - Proyecto inteligencia de negocios - Portal de clientes - Análisis de un nuevo proyecto • Liga contra el suicidio <ul style="list-style-type: none"> - Proyecto preevaluación FSDS • Fundación Merani <ul style="list-style-type: none"> - Proyecto en prueba de un sistema genérico.
Responsabilidad Social	<ul style="list-style-type: none"> • Por definirla bien 	<ul style="list-style-type: none"> • Se planea hacer una obra de caridad.

PUNTOS A EVALUAR	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> • En la página web el link desactivo de “Contáctenos” puede ocasionar la pérdida de posibles clientes interesados en adquirir software a la medida. • Sin un sistema de adquisición de datos para recolectar y almacenar las inquietudes, sugerencias, solicitudes, necesidades empresariales a nivel de implementación de 	<ul style="list-style-type: none"> • Con un buen manejo del link “Contáctenos” en la página web se puede adquirir información de los clientes mediante la implementación de una bodega de datos. • Con la recolección de datos se puede avanzar en una investigación encaminada a la creación de un nuevo producto informático.

	<p>software a la medida, es difícil que National Software tenga la oportunidad de explorar más la demanda.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los correos electrónicos support@nationalsoftware.com.co y sales@nationalsoftware.com.co ayudan a la comunicación con el cliente, pero carece de un formato para adquisición de datos. • National software se dedica solamente a desarrollar Software a la medida de acuerdo a los requerimientos de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mediante los correos electrónicos y Skype, se mantiene el contacto permanente con clientes e Ingenieros de Sistemas Freelance. • Con la aplicación de la herramienta framework se lleva la secuencia de procesos. Gracias a la presentación y posterior utilización por parte de los Ingenieros de Sistemas Freelance, se favorece el rendimiento del trabajo en los proyectos.
<p style="text-align: center;">Gestión Organizacional</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El Gerente y la Ingeniera Senior de Software, descuidan aspectos de gestión organizacional, porque todo el tiempo está dedicado al desarrollo de los proyectos de los clientes. • Es posible que los Ingenieros de Sistemas Freelance se 	<ul style="list-style-type: none"> • La responsabilidad mostrada por el Gerente y la Ingeniera Senior de Software promueve la confianza por parte de los clientes, razón por la cual los prefieren por la calidad de trabajo. • National Software está en la capacidad de posicionarse en

	<p>sientan desatendidos por parte de los gestores de National Software.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los Ingenieros de Sistemas Freelance carecen de identidad corporativa debido a que trabajan exclusivamente durante el tiempo de desarrollo de un proyecto de software. • La solicitud de plazo en la entrega de proyectos refleja incumplimiento e inestabilidad laboral al interior de National Software. 	<p>el mercado del desarrollo de software, porque es distinguida por grandes empresas de marca.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los futuros colaboradores de National Software se sentirán a satisfacción con los salarios y bonificaciones ofrecidas por la microempresa.
<p>Gestión del conocimiento</p>	<p>En algunas ocasiones los Ingenieros de Sistemas Freelance descuidan las instrucciones del plan de trabajo, el documento de especificación y la guía del framework. Esto genera trabajos mal terminados y retrasos en la entrega de proyectos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se carece de registros más detallados para evaluar el desarrollo de los proyectos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La base para iniciar el diseño de un proyecto son el cronograma, el documento de especificación y el framework. • Con XP (Extreme Programming) se tiene una secuencia de los requerimientos y sugerencias realizadas por los clientes. El fin es mejorar la comunicación y retroalimentación en cada

		proyecto.
Comunicación interna y externa	<ul style="list-style-type: none"> • Los proyectos de la microempresa se conocen, pero falta dirigir la planeación para llevarlos a cabo. • Los Ingenieros de Sistemas Freelance se sienten apartados de los proyectos de la microempresa. • La microempresa puede quedarse en el intento decrecer, por descuido de sus proyectos empresariales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los proyectos empresariales están presentes por parte de sus directivos. • La recolección de información hace parte de procesos de desarrollo de software, como también de la trayectoria empresarial y de sus conexiones. • La comunicación digital es importante para la atención al cliente de manera inmediata. • El compromiso y calidad los posiciona como la microempresa preferida en el campo de diseño de software a la medida.
Estudio semiológico Página Web	<ul style="list-style-type: none"> • El fondo oscuro y la letra pequeña hace perder interés en la lectura de los contenidos de la página. • El color azul oscuro hace ver la página opaca. 	La representación semiológica de las esferas afirman los valores corporativos de National Software, demostrando movimiento, innovación, conocimiento e inteligencia.

	<ul style="list-style-type: none"> • El color gris utilizado en exceso hace ver la página poco cálida. • Las márgenes de la página son muy anchas y hay mucho espacio sin aprovechar. • Las imágenes de las personas son rígidas y preestablecidas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las figuras de las personas representan su slogan “Perfect software for Your Business”, porque el desarrollo perfecto de sistemas de información brinda soluciones a los negocios de sus clientes. • Los colores son muy bien seleccionados y van acorde a la simbolización de la tecnología. • La tipología del nombre constituye la estructura y a la vez la flexibilidad de la microempresa. • Los efectos especiales muestran la creatividad de National Software.
<p style="text-align: center;">Estudio contenidos de la web</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las palabras extranjeras son poco entendibles en pronunciación, escucha y asimilación para la gente que desconoce el idioma inglés. • El descuido de la gramática y ortografía causa deficiencia en 	<ul style="list-style-type: none"> • El nombre y el slogan de la microempresa están en el encabezado de la página web. Su lectura y significado es claro y fácil de comprender. • Los objetivos plasmados en la

	<p>la estructura de ideas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La página de contáctenos debería ser más atractiva para animar a la interacción de los clientes. • Con la página de servicio de soporte sin activar se pierde la oportunidad de capturar sugerencias y requerimientos de posibles clientes. 	<p>misión, visión y política de calidad los caracteriza como una microempresa de emprendimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La descripción de los servicios y el perfil de los profesionales demuestra de manera clara la labor de la microempresa. • Se expresa gran interés por la atención al cliente.
Economía	<ul style="list-style-type: none"> • La economía de National Software puede verse amenazada por la demora en los ingresos. • Se descuida procesos de negociación con los clientes para solventar situaciones económicas de la microempresa. • Por ser una microempresa que necesita mano de obra especializada, su nómina es reducida, razón por la cual, la oferta de sus productos y 	<ul style="list-style-type: none"> • National Software como Pyme, de carácter microempresa, tiene la oportunidad de crecer debido a que en la actualidad la demanda de productos y servicios de software está en crecimiento. • Es una microempresa organización reconocida por grandes compañías nacionales e internacionales. • Su personal es especializado en el desarrollo de sistemas

	servicios se ve afectada.	<p>de información TIC, lo cual inspira confianza en los clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los productos y servicios desarrollados son bien estimados y retribuidos por los clientes. • National Software planea una mejor manera de organización financiera.
Proyección	<ul style="list-style-type: none"> • Postergar las ideas de crecimiento empresarial implica seguir en el pensamiento de pequeña empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las metas de National Software van acorde a su misión y visión empresarial. • Los productos y servicios de relacionados con sistemas de información TIC tienen una alta demanda a nivel nacional e internacional.
Cientes	<ul style="list-style-type: none"> • El retraso en el cronograma de desarrollo de proyecto puede producir insatisfacción en el cliente. • Si el cliente se entera que se presenta inconvenientes de 	<ul style="list-style-type: none"> • Los proyectos de desarrollo de software para sus clientes Biofilm, Liga contra el suicidio y Fundación Merani, son de alta importancia y sostenimiento de información de estas compañías.

	<p>coordinación entre microempresa y freelance, puede generar una negativa imagen corporativa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La labor que realiza National Software, con cada uno de sus clientes, es coherente con el slogan “Perfect Software for Your Business”, porque les provee soporte en sistemas de información para que cumplan a cabalidad los objetivos de su negocio.
<p>Responsabilidad Social</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La carencia de una política de responsabilidad social en los aspectos económicos, sociales y ambientales, le resta puntos para proyectarse como empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • National Software se interesa por el bienestar de las personas que lo necesitan.

2.5. Análisis de amenazas y oportunidades

Mediante la descripción de las amenazas y oportunidades que presenta National Software se procede a realizar un análisis en cada una de sus áreas, con el fin de consolidar una idea global acerca de la conducta de la microempresa.

National Software es una microempresa que desea crecer en el servicio de desarrollo de software a la medida, y para poder lograrlo necesita conocer más a fondo las necesidades de sus clientes. Es por esto, que los correos electrónicos facilitados en la página web de la microempresa, limita al cliente para preguntar o indagar por un servicio de software a la medida, especialmente, si ellos carecen del conocimiento en sistemas de información. Por esta razón, implementar un sistema de preguntas frecuentes con un formato preestablecido

y amigable en el cual el cliente digite sus datos y su requerimiento de acuerdo a las ofertas de National Software, permite crear un sistema de información que en el futuro arrojará nombre de posibles clientes y proyectos. Especialmente, si el plan inmediato de la microempresa es crear un producto.

Por lo tanto, el recurso humano es el motor en cualquier empresa. Es importante destacar el interés, responsabilidad, calidad de trabajo y servicio prestado a los clientes, por parte del Gerente y la Ingeniera Senior de Software. Sin embargo, si la proyección de la microempresa es surgir para llegar a ser mediana empresa, necesita la disposición de mano de obra calificada que sea de planta. Cabe resaltar que la estabilidad laboral, motivación y asesoramiento al nuevo personal es vital para que a la vez éste se sienta comprometido en la consecución de metas empresariales.

Para gestión de conocimiento en cada uno de sus proyectos, National software cuenta con elementos como el plan de trabajo y los documentos de especificación que son las bases para comenzar el desarrollo de cualquier tarea; junto con las herramientas informáticas como framework que consiste en una guía para continuar en el desarrollo de un nuevo trabajo. Por otro lado, XP (Extreme Programming) que es un programa estructurado con codificación fácil de entender, el cual fortalece la programación y desarrollo de tareas relacionadas con la actividad de National Software, gracias a que se obtienen resultados en tiempo real, hace partícipe a los ingenieros programadores de sistemas y clientes con el fin de tener una mejor comunicación – retroalimentación durante el desarrollo de un proyecto. Estas herramientas han permitido la buena gestión de la microempresa. Sin embargo, es necesario revisar la forma de utilización, frecuencia e interacción entre funcionarios y clientes.

Como cualquier otra empresa, National Software tiene proyectos de expansión para dejar huella en cada uno de sus proyectos. Es pertinente reafirmar su cultura organizacional por medio del fortalecimiento de su identidad e imagen corporativa, la valoración del recurso humano, el fortalecimiento de los sistemas de información y comunicación internos–

externos que la conduzcan a posicionar marca para competir en el mercado de desarrollo de software.

En cuanto a los colores seleccionados para la página web son símbolo de tecnología. Sin embargo, una buena redistribución de los mismos, hará que la página sea más cálida. Respecto a las imágenes, algunas de ellas se pueden seleccionar mejor con el tema de la tecnología de los sistemas de información. Además, la presentación de rostros de gente, demuestra confianza tanto en la empresa como en los productos. Finalmente, los movimientos en la página web producen sensación de actividad.

Con relación a sus contenidos, es importante la revisión tipografía, redacción y ortografía. Además, la influencia de las palabras extranjeras en la mente de los usuarios.

El fortalecimiento de la economía en las empresas, hace que éstas puedan acceder a más oportunidades de crecimiento. National Software puede diseñar una estrategia para obtener ingresos financieros desde el comienzo de un proyecto hasta el final del mismo; así como también reconocer cuánto cuesta el tiempo de cada empleado para realizar un mejor cálculo en sus pagos. Es importante destacar que económicamente National Software puede crecer porque la demanda en desarrollo de software, cada día está en aumento.

National Software tiene bien definida su misión y visión; por lo tanto, se requiere desde ahora definir estrategias para cumplir con lo plasmado allí, que conducirá a la proyección de mediana empresa competente en el mercado.

Para National Software sus clientes han sido lo más importante. (Se podría decir, más que a ellos mismos). Tanto el Gerente como la Ingeniera Senior Desarrolladora de Software se esmeran por cumplir a cabalidad todas las solicitudes de sus clientes. Aquí es oportuno mencionar que el requerimiento de recurso humano para la microempresa se hace latente. Por esta causa, en varias ocasiones se ha renunciado a propuestas en desarrollo de software por falta de tiempo para atenderlas.

Finalmente, toda empresa, independiente de su actividad debe cumplir con proyección social en aspectos tales como económicos, sociales y ambientales. Más que hacer una obra

de caridad en una época del año, National Software necesita establecer una política de proyección social enfocada especialmente a los aspectos sociales y ambientales, que vayan acorde con su enfoque empresarial.

3. PROBLEMA DE INTERVENCIÓN

Desde hace seis años, National Software se desempeña como microempresa en el sector de desarrollo de software. Actualmente, este tema es de gran de gran impacto debido a que conforma uno de los ocho sectores de marca mundial (<http://www.jggartner.com/2009/03/conociendo-los-sectores-de-clase.html>). A decir verdad, la competencia de casas de software es amplia y National Software debe actuar de inmediato. En otras palabras, es beneficioso el cierre de la etapa de microempresa para establecerse como mediana empresa.

National Software nace como una idea de negocio propuesta por su gestor el ingeniero de sistemas Carlos Ariel Bermúdez quien hace más de seis años invitó a la ingeniera de sistemas Melba Corredor para crear software a la medida de las necesidades de empresas cliente a nivel nacional. Es así que el ingeniero Carlos toma en arriendo la oficina 732 del edificio Torre Central de Bogotá y posteriormente, consulta con una empresa quien lo asesora para la creación de imagen corporativa (logo, misión, visión). De igual manera, imprime tarjetas de presentación y brochure en donde explica los servicios a ofrecer. Luego, comenzó a buscar contactos empresariales para ofrecerles los servicios de software a la medida.

Tan pronto como llegaron los primeros clientes, se necesitó la colaboración de Ingenieros de Sistemas Freelance y una Diseñadora Gráfica. Pero, como todo proyecto dependiendo de las requisiciones del cliente tiene un cronograma de actividades y la palabra freelance significa que una persona trabaja independiente para uno o más empresas, conllevó a que el personal de National Software sea inestable a pesar que el trabajo es bien remunerado y gozan de bonificaciones al final de cada proyecto.

Estas dos situaciones conducen a que en toda la trayectoria siempre han estado al frente de la microempresa dos personas y por lo tanto, son las que responden a cabalidad con las requisiciones solicitadas por los clientes; debido a que en algunas ocasiones cuando

necesitan personal freelance éstos se comprometen en apoyar los proyectos de desarrollo de software pero al poco tiempo, los dejan a un lado porque tal vez tienen otras prioridades. Situación que obliga a National Software a desaprovechar nuevas solicitudes de clientes porque deben responder por los proyectos actuales.

National Software desea tener más personal de planta y han contratado Ingenieros de Sistemas Junior pero los resultados han sido bajos debido a que en algunas ocasiones estos Ingenieros desconocen las herramientas con las elaboran el desarrollo de software o porque los han encontrado en horas de trabajo realizando otros proyectos diferentes a los propuestos por la microempresa. Además, como el diseño del software a la medida de mucha precisión, concentración y cumplimiento de cronograma, el tiempo para comunicar ideales de empresas es mínimo.

Analizando la página web, National Software <http://www.nationalsoftware.com.co/> tiene una misión, visión y políticas de calidad claramente establecidas pero como se puede notar, el tiempo y los recursos humanos son muy cortos para trabajar en alcanzar retos empresariales. Por otro lado, estos valores solamente se encuentran estipulados por este medio de comunicación y se desconoce si la página es consultada con frecuencia por su personal. Así mismo, se inspeccionó la página web y se encuentran algunas inconsistencias en gramática, ortografía y estilo de elaboración de la web.

Por consiguiente, se encuentran los siguientes problemas a intervenir:

1. Las reuniones de National Software son exclusivamente para organizar aspectos de cronogramas laborales para desarrollo de productos de software.
2. Se carece de un espacio para compartir los proyectos empresariales debido a que la mayoría de su personal es freelance.
3. National Software posee unos valores corporativos plasmados en la página web pero muy poco se comunican para generar cultura organizacional.

4. La página web carece de interacción para que los clientes la consulten con frecuencia.
5. Se descuida en la página web la redacción, ortografía y formas de estilo de configuración web para que la página luzca más atractiva.
6. National Software posee sus símbolos corporativos pero hace falta la conciencia de que esa es la manera como se identifican para generar una imagen en la mente de sus clientes.
7. La publicidad de National Software es mínima debido que solamente se apoyan en el voz a voz, página web, tarjetas de presentación y brochure. Lo anterior obedece a que son solamente dos personas de planta y a veces se les dificulta responder con la oferta del servicio de software a la medida.

Referente a la parte financiera, se requiere la asesoría de un Administrador de Empresas para establecer criterios de cobro a los clientes como también la forma de pago a empleados de acuerdo a etapas de proyectos. De igual manera, la forma de administrar los ingresos para proyectar el paso a mediana empresa, con mira de adquisición de espacios, equipos, tecnología, entre otros. Finalmente, la proyección social debe ser acorde al énfasis de la microempresa. Para este fin, es necesario saber los recursos, disponibilidad y pensamiento de los directivos de la microempresa.

3.1. Planteamiento del problema

Por todo lo anotado anteriormente, se plantea el siguiente problema de intervención: ¿Cómo promover una cultura organizacional que realce el posicionamiento de la marca National Software a nivel nacional e internacional a través del fortalecimiento de su identidad e imagen corporativa, el valor del recurso humano, como también, la importancia de implementar en la propia microempresa los sistemas de información y comunicación internos– externos?

5. MARCO TEÓRICO

Desde la edad temprana el individuo aprende reglas y comportamientos impartidos inicialmente por la familia, la religión, la comunidad y por la educación recibida en las instituciones educativas haciendo de éste una persona saludable, equilibrada, con ideas estructuradas y encaminadas a contribuirle a la sociedad con ética y responsabilidad.

“Bienvenido a nuestra compañía”. Esta es la frase que todo emprendedor desea escuchar en la edad adulta, porque es natural el anhelo propio en comenzar la vida laboral ya sea con la creación de empresa o adhiriéndose a una organización para trabajar con entusiasmo al fortalecimiento de la misma. Es así que cada persona ingresa a realizar una labor con una identidad propia debidamente definida desde el hogar, que a la vez contribuirá a la formación estructural de una cultura organizacional - empresarial.

En este orden de ideas, a continuación se hace un recuento acerca de las relaciones humanas desde los primeros estudios de conductas del individuo dentro de una organización hasta llegar a comprender la importancia y pertinencia de la comunicación organizacional transformada en identidad e imagen corporativa que encamina a la organización a un posicionamiento de nombre o marca empresarial.

4.1. La cultura de la organización a través de las relaciones humanas y los procesos de comunicación

Para comenzar a comprender las relaciones humanas en la empresa, José Ignacio Vélaz Rivas (2008) en su libro *Motivos y motivación en la empresa*, retoma los estudios realizados en Escuela de Relaciones Humanas fundada por el psicólogo y filósofo australiano Elton Mayo, quien en los años 1927 y 1932 lo invitaron para realizar una observación del comportamiento de los empleados en una planta de teléfonos en Hawthorne, cerca de Chicago. Como resultado de la investigación se observó que los empleados rendían más por circunstancias emocionales que físicas o económicas. En otras

palabras, cada individuo necesita ser reconocido y valorado en una organización, y de esta manera sentir pertenencia a un grupo social que lo conducirá a buscar el apoyo del trabajo en equipo, con el propósito de alcanzar los objetivos trazados por la compañía. Por tal razón, las conductas individuales se unen a las colectivas, haciendo que todos en una organización trabajen con perseverancia hacia el bienestar a nivel personal, grupal y social.

En efecto, la responsabilidad de integración grupal le concierne al directivo de la empresa. De acuerdo con lo señalado por Reinaldo Da Silva (2002), quien menciona el trabajo del sociólogo alemán Max Weber, autor de la teoría de las estructuras de la autoridad y de valiosos escritos sobre la burocracia. Hasta hace unas décadas, el directivo de una compañía era el encargado de asuntos estrictamente de autoridad jerárquica, en donde solamente su función giraba en la supervisión de operaciones, procesos, reglas laborales y la relación con los empleados era impersonal. Así mismo, las responsabilidades de cada individuo eran definidas y fragmentadas en tareas simples que debían presentarse obedientemente al jefe inmediato. Mientras tanto, el jefe o directivo gozaba de un poder que lo enaltecía para controlar a los subordinados. En algunos casos, este llamado poder era confundido con autoridad que lo escudaba para producir opresión y manipulación transformada en sumisión de trabajadores quienes se limitaban a recibir un salario fijo por un trabajo específico.

En objeción a esta teoría, en la escuela de Relaciones Humanas, el directivo es un sujeto encargado de la supervisión y control de actividades empresariales, y conjuntamente cumple la función de conocer la naturaleza de las relaciones humanas dentro de la empresa, con el objetivo de convertirse en un integrador de grupos informales (operarios, supervisores, jefes, etc.) para conducirlos a la motivación y cooperación mutua encaminados a las metas empresariales.

Por consiguiente, es bien sabido que cada individuo tiene una formación cultural según su condición social y por este motivo, sus necesidades, objetivos y deseos son diferentes. Es decir, que a nivel de relaciones humanas hay una ardua tarea para entender e influenciar en

el pensamiento de cada persona debido a que la conducta humana en algunas ocasiones, es de difícil comprensión a causa de factores ajenos a la empresa.

Llegado a este punto, cabe destacarse el papel de la comunicación como un factor de aliento individual y de alianza grupal que logra la sinergia necesaria para la armonía de la cultura organizacional. Ahora, es pertinente resaltar los factores importantes pertenecientes a la armonía de una organización.

4.2. La comunicación como integradora organizacional

“La comunicación es transmisión de información en el seno de un grupo, considerada en sus relaciones con la estructura de este grupo” (Diccionario Enciclopédico Larousse pág. 272). Partiendo de esta premisa, la comunicación es un instrumento fundamental desde el origen de la organización con mira a labrar una cultura organizacional, que comienza por un análisis de la conducta de cada individuo para animarlos e introducirlos a una nueva filosofía y valores considerados insignia corporativa; hasta instaurar estrategias de transmisión de un mensaje de identidad e imagen corporativa con el propósito que la organización muestre una igualdad entre lo que es en esencia y las cualidades que se perciben de ella para ser reconocida.

Todo lo anterior, lo reúne dos palabras Comunicación Corporativa. A continuación Cees B.M. van Riel (1997), autor y experto en este tema, presenta la importancia de mantener activa esta proposición con el objetivo de posicionar la identidad e imagen de una compañía en las mentes de los colaboradores, clientes, patrocinadores, proveedores, acreedores, y en general, a una sociedad.

De acuerdo con el autor, en una organización existen tres clases de comunicación a saber:

1. **Comunicación de Dirección.** Lleva la batuta de la organización y es la encargada de realizar las siguientes actividades:

- Planificación
 - Organización
 - Mando
 - Control
 - Convencer a todas las audiencias que las metas de la organización sí son deseables
2. **Comunicación Organizativa.** Apoya el vínculo organizacional interno y externo mediante actividades como:
- Gestión de relaciones públicas
 - Lidera la comunicación ambiental
 - Comunica acerca del mercado laboral
 - Realiza la publicidad empresarial
 - Alimenta la comunicación interna
3. **Comunicación de marketing.** Encargada de promocionar la organización
- Mix promocional
 - Mix de relaciones públicas
 - Promoción y publicidad de productos empresariales

El objetivo de estas propuestas de comunicación es el trabajo en engranaje de manera que todas las acciones estén debidamente coordinadas y comunicadas en todos los frentes de la organización a nivel interno y externo. En otras palabras, la comunicación fragmentada y además con mensajes poco convincentes permite que todos los públicos objetivos observen los conflictos internos, la deficiencia en gestión de actividades cotidianas, y en general la descoordinación organizativa.

Como se mencionó la comunicación de dirección es la más visible en la organización y por ende, su soporte es la coordinación comunicativa con las diferentes áreas de la empresa tales como el departamento financiero, de producción y de recursos humanos entre otros. El propósito es brindar y manejar la mayor información para obtener un conocimiento más a fondo del estado organizativo y de esta manera el directivo transmite datos concisos a los públicos internos y externos por medio de conferencias, entrevistas, inducciones entre otras formas de comunicación colectiva; como también de forma escrita con el fin de llevar memorias de lo gestionado. Del mismo modo, los departamentos a cargo de la dirección les corresponden mantener comunicación clara y coherente con los públicos internos y externos para contribuir al fortalecimiento de la misma.

4.2.1. Ejemplo de comunicación organizacional

Para comprender más el rol de la información emitida por cada departamento, van Riel presenta un esquema organizativo de una empresa hipotética, en el cual se observa la distribución como también los reportes presentados en cada uno. Es bien sabido que la comunicación fluye de forma ascendente, descendente y horizontal; por consiguiente, en la parte superior se encuentra el consejo administrativo encargado de la planificación, organización, mando, control y convencimiento que todas las metas sí son posibles. En seguida se encuentra el departamento de relaciones públicas, encargados de toda la comunicación organizativa y así mismo, expedir un informe general del estado corporativo el cual se presenta de forma descendente a las audiencias internas y de manera ejecutiva a las audiencias externas. En la parte izquierda del gráfico se detalla que el departamento financiero y el departamento de administración están cerca y sus labores son relacionadas con la función productiva de la organización. Mientras que en la parte derecha, los departamentos de marketing que se encarga de promoción, patrocinio y relación con el cliente, y el departamento de controller encargado del control económico y financiero de una empresa.

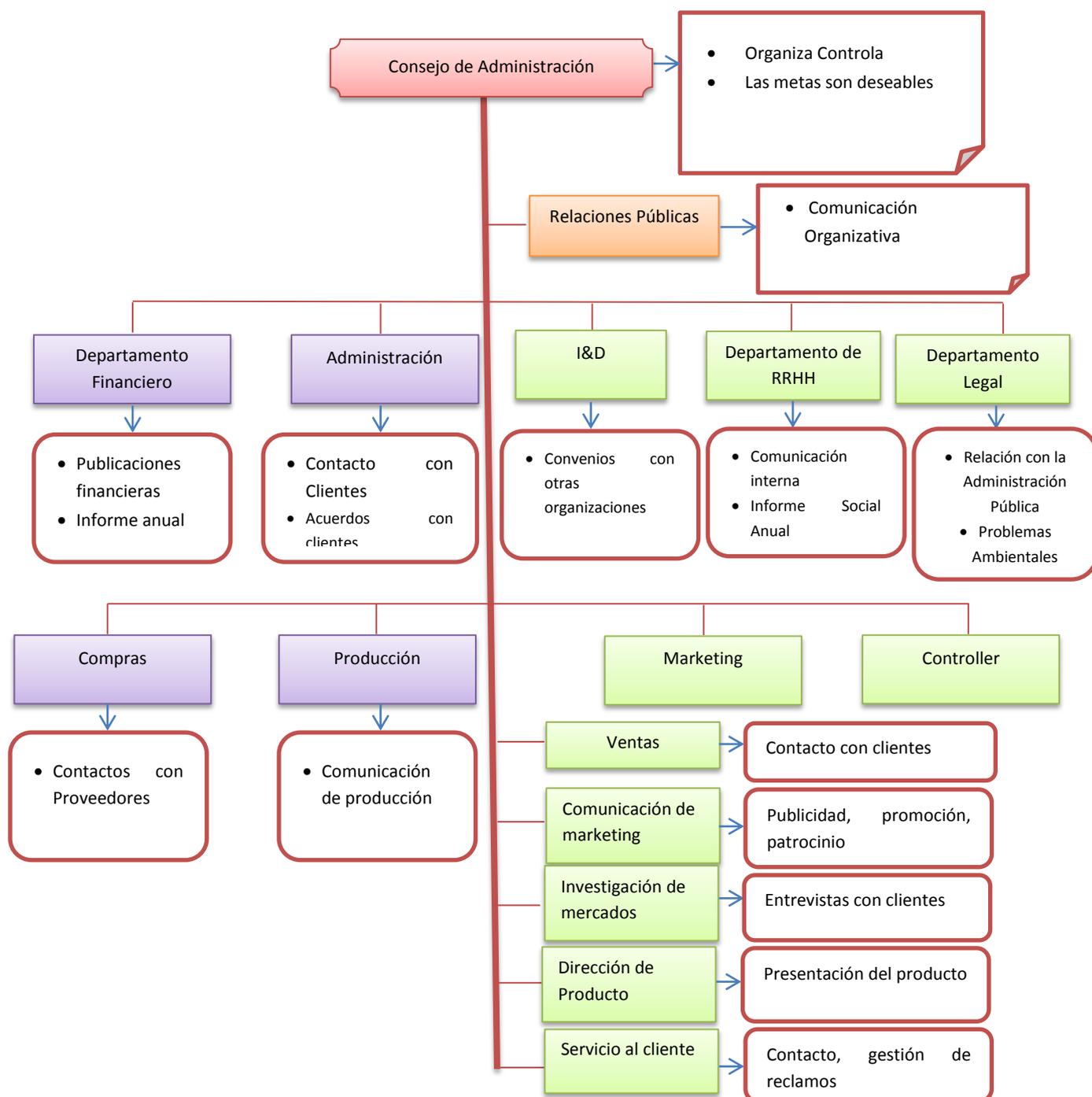


Figura 4.1. Esquema organizativo de una empresa hipotética propuesto por Van Riel en *Comunicación Corporativa*. Pág. 4.

Lo anteriormente mencionado es posible gracias a la iniciativa, entendimiento, coordinación y gestión del director de cada departamento para que la información fluya eficazmente haciendo concordancia con los objetivos establecidos y la razón de ser empresarial. Es aquí, donde cabe resaltar la propuesta de las relaciones humanas para que todos trabajen en equipo, plenamente identificados con las metas de la organización. En otras palabras, nadie trabaja solo ni la información es fragmentada o aislada al fin común.

Como se puede observar, la comunicación es fundamental para coordinar eventos cotidianos de la empresa. Pero hay algo mucho más latente para anunciar que lo cotidiano del día, y es transmitir activamente una identidad e imagen corporativa estrictamente sujeta al ideal de empresa. Por lo tanto, más adelante se hace referencia a estos factores esenciales en el comportamiento organizativo.

5.3. Identidad e imagen corporativa, ¿El espejo de mi empresa?

Retomando las ideas expuestas por van Riel (1997), toda organización tiene una identidad e imagen corporativa que son complementarias la una de la otra porque así como una organización se muestra, es percibida por el público objetivo, sin posibilidad de confusión, por sus atributos positivos o negativos.

Para comprender el valor y la fusión de estos dos entes integradores de la percepción general de una organización, en seguida se describe detalladamente las características de cada uno de estos componentes; comenzando por la descripción del significado del símbolo y su importancia de registro como marca empresarial legal, la escogencia del nombre y demás características que realzan el símbolo y nombre empresarial, tales como color, tipografía y slogan.

Posteriormente, se expone la naturaleza corporativa concebida en una misión, visión y objetivos. Por último, se presenta las características de los valores corporativos ceñidos a la

conducta empresarial y la manera como se miden por medio de la estrella lux propuesta por Cees Van Riel (1997).

4.3.1. Identidad corporativa ¿Insignia y comportamiento empresarial?

“...Las palabras no son escuchadas, para eso se hacen los símbolos y los tambores. Las banderas y los estandartes se hacen a causa de la ausencia de visibilidad”

Sun Tzu. El arte de la guerra

Partiendo de esta reflexión que dejó el gran general Sun Tzu (500 A.C.), la identidad corporativa manifiesta la personalidad de la empresa definida en unos rasgos físicos que es el símbolo visual como agente integrador del nombre, logo, tipografía, colores y slogan que están estéticamente definidos como signos de identidad; asimismo, la misión, visión y objetivos son ideales de identidad con la empresa y con el entorno. Finalmente, se encuentran los atributos culturales detallados en comunicación, comportamientos, creencias, valores, filosofías, normas, conductas, etc. Todo esto articula la forma como la empresa se presenta ante los públicos objetivo, con la intención de hacerse visible y reconocida en un entorno político, social, empresarial y de competitividad.

4.3.2. Características del símbolo empresarial

Para comprender el significado del símbolo como identidad de una empresa, es pertinente mencionar que está conformado por un logotipo el cual contiene varios aspectos de naturaleza semiológica reunidos en un conjunto de signos que pueden ser auditivos, visuales, olfativos o gustativos, o también pueden ser signos artificiales como los íconos que identifican algunos elementos, llamados significantes o imágenes acústicas. Éste

conjunto de signos produce un concepto o significado de un referente u objeto que a la vez, se graba en la mente de la persona como una marca de distinción y diferenciación, tal como se observa en el ejemplo sencillo de la siguiente figura para comprender mejor la teoría de Ferdinand de Saussure (1857 – 1913) acerca de los conceptos de significado y significante.



Figura 4.2. Ejemplo de la teoría del signo lingüístico propuesto por Ferdinand de Saussure

Además del nombre, un logo o representación gráfica es un ícono portador de creatividad que comunica la personalidad de la empresa. Algunos ejemplos de logos son formas de animales, paisajes, figuras geométricas, mapas, banderas etc. que transmiten un mensaje fresco de una organización transformado en valor de marca. Por esta razón, éste al igual que el nombre, debe ser memorable, único e irrepetible. Así mismo, es recomendable conocer a qué público se dirige, como también la naturaleza de la competencia y cómo son sus símbolos. Esto dará las luces para demarcar un logo que en primera medida se valore por las audiencias internas y posteriormente se posicione como marca insigne sobre la competencia, influyendo en las mentes de los públicos objetivo.

4.3.3. Aspectos legales de los símbolos corporativos

Con el fin de realzar la importancia a nivel de negocios de los signos como representantes de una idea de marca, la decisión 344 del Régimen Común de la Propiedad Industrial, (<http://colombia.eregulations.org/media/Decision%20344%20de%201993.pdf>) establece que:

"Se entenderá por marca todo signo perceptible capaz de distinguir en el mercado, los productos o servicios producidos o comercializados por una persona de los productos o servicios idénticos o similares de otra persona."

De la misma manera, la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia (<http://www.sic.gov.co/index.php?idcategoria=2567&ts=70ece1e1e0931919438fcfc6bd5f199c>) argumenta que una marca es utilizada para "Distinguirse frente a la competencia, indicar la procedencia empresarial, señalar calidad y características constantes, realizar y reforzar la función publicitaria".

En conclusión ese conjunto de signos que producen una idea, son legalmente reconocidos y protegidos en el concepto de marca llamada un bien intangible de la empresa. Por esta razón, es necesario diseñar el símbolo corporativo de una forma elegante, distintiva que

hable por sí solo de la identidad constituida en una imagen corporativa. A continuación se presenta las características de los principales elementos de un símbolo o logotipo.

4.3.4. Elegir el nombre de su empresa

Toda empresa tiene un nombre que la distingue y permite identificarla ya sea por sus productos, por el propietario, por la actividad, la ubicación, origen, entre otros factores.

De acuerdo con Daniel Ratto (2010), en el artículo elegir el nombre de su empresa sugiere algunas estrategias para seleccionar el nombre adecuado y fácil de recordar por los públicos.

Es preciso recalcar que el nombre seleccionado para su empresa sea único, en otras palabras, que otra compañía independientemente de su actividad, lo esté utilizando. Lo anterior, primero para evitar confusión y segundo, esto podría verse involucrado en aspectos legales. Por consiguiente, es recomendable visitar la Superintendencia de Industria y Comercio para asesorarse en el registro de una marca comercial.

Adicionalmente, en el conjunto de símbolo y nombre, el color es el elemento visual más fácil de grabar por la mente humana porque también juega un papel importante en la estructura de un símbolo como referencia de imagen, debido a que manifiesta sentimientos de brillantez, alegría, luz, tristeza, oscuridad, etc. Por lo tanto, el significado, escogencia y combinación de las tonalidades en la elaboración de un nombre y logo, están sujetos a los colores distintivos de la organización los cuales se recomienda que transmitan sentimientos de confianza, integridad y distinción como signo de identidad corporativa hacia los públicos objetivo.

Otros elementos a tener en cuenta para escribir el nombre de su empresa son: La tipografía que fácil de leer como el sello y firma que identifica la empresa, por tal razón es única e irreplicable porque es distintiva e imitable. En conjunto con tamaño de la letra ayuda a reafirmar los contenidos de las palabras. Es decir, que cada grafismo o trazo es portador de

significado que influye en la imagen global de la marca y que representa ideas, asociaciones, sentimientos, emociones alrededor de una palabra.

Para perfeccionar el símbolo corporativo, la inclusión de un buen slogan repetitivo, sonoro, que pernocte en la mente de las personas de manera descriptiva pero directa, y emocional, tiene el objetivo de anunciar la dedicación de la empresa en el menor número de palabras posible de una manera agradable e impactante al oído de las audiencias. A continuación algunas imágenes de marcas que resuenan mundialmente.



Windows XP.

{HYPERLINK "http://www.visual-tech.mx/software_comercial.htm"}



Apple

{HYPERLINK "<http://www.panoramadiario.com/tecnologia/articulo/articulo/239/apple-demanda-a-amazon-por-la-marca-app-store/>"}

Figura 4.3. *Marcas de software registradas a nivel mundial*

4.3.5. ¿Quién es, qué hace, hacia dónde se dirige una organización?

Es oportuno hacer mención al espíritu de la organización conformado en una trinidad llamados visión, misión y objetivos; tres figuras distintas en una verdadera naturaleza corporativa, cuyos conceptos son concebidos, inculcados y proyectados desde el seno de la organización hasta ser recibidos y practicados en primera instancia por los integrantes del cuerpo organizacional, es decir, los colaboradores; que a su vez, los transmitirán a todas las audiencias como los son los proveedores, clientes, accionistas, entidades financieras, gubernamentales, entre otros. A continuación se describirá cada una para una mejor comprensión.

Carlos Julio Galindo Ruiz (2006), en el Manual para la creación de empresas, hace una reseña acerca de los componentes de misión, visión y objetivos.

Visión: Proyecta hacia dónde se dirige y quiere llegar la empresa a mediano, corto y largo plazo. Es decir, está claramente aliado con las estrategias de la compañía para ese ideal de “*llegar a ser*”. Es preciso mencionar que una visión bien definida resaltada en pocas palabras que suenan como un slogan los valores de somos, contamos..., las aspiraciones pretendemos, queremos..., objetivos, trabajamos..., metas, deseamos, esperamos... Esta visión es forjada por el líder o líderes de la organización y sembrada en los corazones de cada colaborador de la organización. Por este motivo, la visión debe ser original, real, alcanzable y palpable por cada uno de los integrantes. Así mismo, es coherente con las acciones de la cabeza principal.

Misión: Define específicamente la existencia de la empresa, a qué se dedica, con quién y por quiénes trabaja y cómo elabora los bienes ofrecidos a la sociedad. Estos valores cumplen con factores diferenciadores de la competencia y resaltan aspectos positivos para ser elegidos como los mejores en un determinado sector de la economía por ser especial o diferente a los demás.

Por lo general, una misión tiene palabras tales como: Somos una empresa productora / comercializadora de...., contamos con un equipo de trabajo....., trabajamos por...., cumplimos con estándares de calidad..., entre otras.

Objetivos: Son las guías para el alcance de los retos empresariales, que a su vez, son coherentes con la visión, visión y valores corporativos de la organización. Los objetivos son hechos realidad cuando se socializan con todos los miembros de la organización quienes se sienten motivados a conseguir ideales, hasta considerar que es un compromiso trabajar en sinergia para concebir un bien que en primera instancia será visto y valorado por la compañía y consecuentemente por la sociedad. Con el propósito que las metas sean alcanzables, es preciso enfocar los esfuerzos de toda la organización hacia una misma dirección; de igual manera, saber con qué recursos económicos, financieros y humanos se cuenta para la planeación y el trazado de estrategias que señalen el camino a seguir mediante tácticas que busquen el logro de los retos propuestos.

4.3.6 Los valores corporativos: La esencia, lo más fino, lo más puro de la organización

Alrededor de una marca, una misión, una visión y unos objetivos, giran los **Valores Corporativos o filosofía corporativa**, que son los ejes principales que estimulan el comportamiento colectivo empresarial hacia la lealtad, la ética, la integridad personal, el trabajo en equipo, la pasión por el reto, la perseverancia, el compromiso para alcanzar los propósitos de la compañía, que son percibidos por los colaboradores desde la primera frase “Bienvenido a nuestra compañía” – o “Bienvenidos a Nuestra Compañía!” tal y como lo expone National Software en su página principal.

(Van Riel, 1997, págs. 52, 53) presenta dos métodos de evaluación del mix de identidad corporativa el primero es la telaraña de Bernstein y el método de estrella lux, siendo éste último el más completo para medir la concordancia de la empresa relacionado con la transmisión de los símbolos, ideas y comportamientos.

Además cabe traer a colación que una estrella es el símbolo de guía a través de los siglos, desde los reyes magos en su camino a Belén; pasando por Hafid, el humilde camellero a quien se le encomendó ir a Belén a vender un precioso manto y al ver un niño recién nacido y tiritando de frío, decidió obsequiárselo; entonces, desde ese momento una estrella resplandeciente lo acompañó todo el recorrido hasta llegar a la tienda de su amo. Avergonzado, relató lo sucedido. Pero a cambio recibió los secretos para convertirse en el vendedor más grande del mundo... (OG Mandino)

A continuación se describe las siete puntas de la estrella lux las cuales hacen que la personalidad de la empresa brille con intensidad y autenticidad mostrando todo su poder adquisitivo como bien intangible.

En primer lugar, la personalidad de la empresa necesita motivación interna infundida en los colaboradores internos para que tengan el ideal de crecimiento, seguridad y trabajo saludable; para que de esta manera, los públicos externos perciban la armonía de la organización, afianzando seguimiento porque hay confianza en ella.

Otro punto esencial es la competencia que se demuestre en la capacidad creativa para prestar un servicio o producto con valores agregados, que brille más, hasta sobresalir de las otras organizaciones.

La actitud positiva enmarcado en la filosofía y políticas expuestas por la empresa, manifiesta la seguridad de cómo se ve a sí misma y cómo ilumina al entorno.

La constitución del espacio de trabajo físico y legal tales como locaciones, edificios, ubicación de símbolos y estructura organizativa manifiesta poder adquisitivo, forma organizada de trabajo, ideal de cumplir metas. Es decir, su constitución es esbelta, radiante, inteligente porque todo el mundo quiere obtener su luz.

El carácter mide la tenacidad de la empresa para conseguir sus ideales hacia un bienestar propio como también de sus audiencias externas. Por consiguiente, su vocación es encaminada a provisionar iluminación al que más lo necesita.

Los orígenes de donde la compañía nace, crece y evoluciona a partir de un ideal de servicio a la sociedad, porque desea expandirse y ser seguida por muchas generaciones.

Finalmente, los intereses transformados en ganancias que son distribuidas equitativamente entre gestores y colaboradores, pero siempre dejando utilidad de negocio. También, éstas son compartidas con los más necesitados, así como se le instruyó al gran Hafid, “El vendedor más grande del mundo” y a lo que actualmente se le llama responsabilidad social.

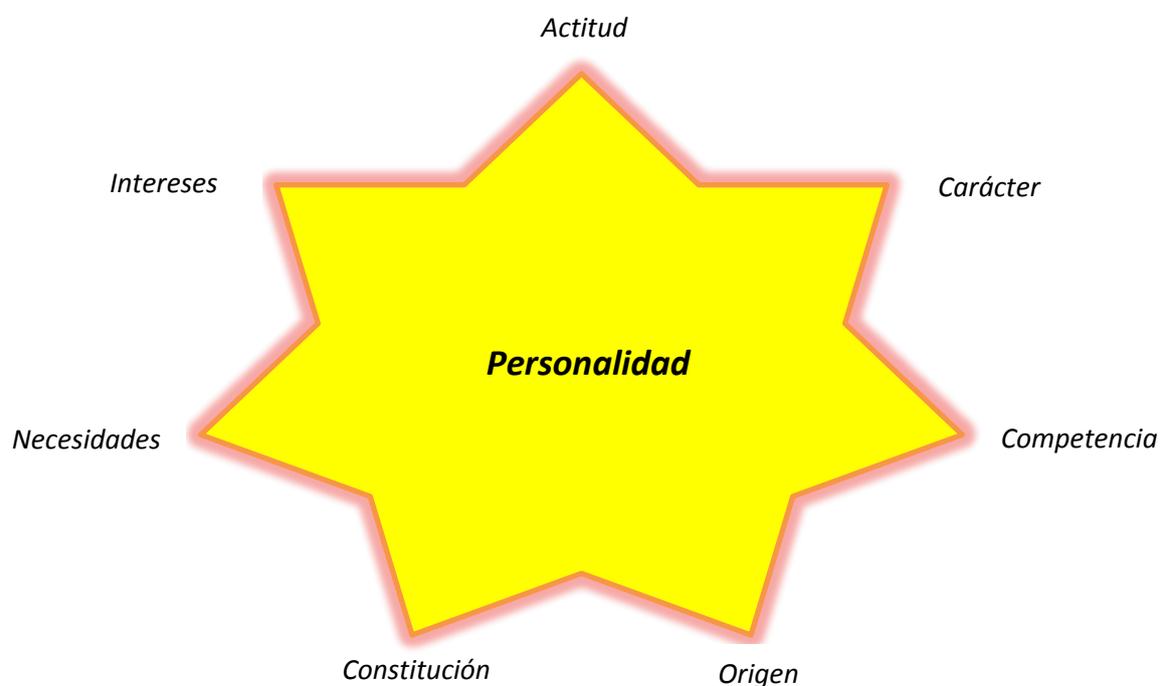


Figura 4.4. Método de estrella lux propuesto por van Riel. Comunicación Corporativa pág. 53

Como se observa, la identidad corporativa está sujeta a la cultura organizacional de acuerdo a unos rasgos físicos y actitudinales que a la vez, se reflejan en la imagen corporativa como prueba de los conceptos y asimilaciones de bueno, brillante, elegante, equilibrado o como malo, desagradable, desordenado. Imagen, que se forma en las mentes de todos los públicos con el fin de enaltecerla o desacreditarla.

Ahora bien, es pertinente conocer la otra cara de la moneda, que es la imagen corporativa extraída de la identidad corporativa como manera de comprender el comportamiento organizacional.

4.3.7. La imagen corporativa, es como resplandece mi empresa

Son los atributos positivos o negativos que muestra una compañía, y de los cuales los públicos se forman una idea global de sentimientos agradables o desagradables de una organización. En consecuencia, la imagen corporativa es el resultado del arduo trabajo empresarial para forjar una identidad digna de mostrar y actuar coherentemente mediante simbolismos posicionados en una marca empresarial, unas propuestas de misión, visión, objetivos, retos, calidad de productos; así mismo, está relacionada con los comportamientos culturales de la organización entre otros aspectos de alta relevancia descritos en el capítulo anterior relacionado con la identidad corporativa

Para ser más precisos en cómo se labra toda una cultura, identidad e imagen corporativa, es imprescindible conocer el comportamiento de la alta dirección, debido a que es la encargada de organizar, dirigir, tener mando y animar a la gente para que todas las metas sean posibles.

4.3.8. El liderazgo del directivo a la vanguardia de la cultura organizacional

Como se observó en las clases de comunicación, toda organización está conformada por una cabeza directiva la cual tanto los clientes internos y externos analizan detenidamente la calidad de dirección. En otras palabras, la burocracia y la impersonalidad mostrada en la teoría de Max Weber (1864- 1920), son dejadas a un lado, para abrirle las puertas al compañerismo, escucha, entendimiento, flexibilidad y agilidad en procesos administrativos. En efecto, el liderazgo directivo demostrado en el sector económico y social, la forma cómo actúan frente a los pilares propuestos para el crecimiento

organizacional y la manera como lo transmiten a sus colaboradores más cercanos, es la imagen de los líderes empresariales extraídos desde una identidad definida en primer lugar, como persona y en segundo lugar, como representante de una organización que muestra símbolos, misión, visión, objetivos, comportamientos plenamente descritos y reconocidos por todas las audiencias. Lo anterior, porque el líder debe velar por todos los frentes que componen la organización.

Razón por la cual, las cualidades de un líder empresarial son aquellas que motivan a la gente a trabajar con ánimo para alcanzar las metas colectivas conducentes a obtener logros a nivel personal y grupal. En efecto, un líder debe distinguirse por:

- ✓ Es optimista
- ✓ Es servicial
- ✓ Valora a su gente
- ✓ Sabe escuchar
- ✓ Fomenta el respeto
- ✓ Cumple promesas
- ✓ Adaptación al cambio
- ✓ Analiza las metas
- ✓ Es creativo e innovador
- ✓ Tiene inteligencia emocional
- ✓ Posee conciencia social: proyecto, organización, sociedad.

En efecto, hasta aquí se demuestra que una cultura organizacional de una empresa está conformada por la conducta de su gente, la motivación que se le impregne a cada una para que sea parte de un equipo, la manera como organiza su comunicación para organizar, dirigir, animar, mantener relaciones sociales y promocionarse como empresa y también sus productos pasando por su identidad e imagen corporativa que es la manera como actúa y se muestra ante la sociedad y finalmente, cómo el líder logra mantener todo el ser de una organización por medio de sus cualidades como persona y como profesional para demostrar la verdadera esencia organizacional ante la sociedad.

Sin embargo, en la actualidad las organizaciones tienen las ayudas de las herramientas tecnológicas que las ayudan a tener más posicionamiento en un medio cada vez más

competitivo, gracias al poder que tiene la web. En el siguiente capítulo se observará cómo los sistemas de información brindan soporte a nivel comercial a la empresa.

4.4 . La empresa en la web



Figura 4.5. Objetivo de comunicación en la página web

La globalización estimula a que la mayoría de empresas exitosas en el mundo estén a la vanguardia de los sistemas de información, como herramienta de comunicación con todos públicos para mostrar su cultura, identidad y sobre todo tener un contacto más cercano con sus clientes objetivos con el fin de posicionar una imagen de fidelidad hacia la organización. Es así que surge la creatividad de la página web empresarial como carta de presentación que invita al espectador a explorar el comportamiento organizacional de una empresa. Por consiguiente, en un página web se encuentran frases claves tales como: “Quiénes somos”, “Trabaja con nosotros”, “Visítanos”, etc. A continuación se describe el objetivo de comunicación de la página web.

Como se observa en la figura anterior, el poseer una página web y pagar unos derechos de publicación en la red no es solamente para mostrar una “*idea de empresa*” sino una realidad virtual que conduce al posicionamiento de una marca en el mercado y empoderamiento de negocios debido a que se muestra la cultura, la identidad empresarial que conduce a obtener una excelente imagen corporativa, para obtener la fidelidad de todos los públicos inherentes a la actividad de una compañía. Por consiguiente, la web apoya a la gestión de la información y del conocimiento. Por esta razón, son intangibles valiosos de una organización en la era en que se habla de la empresa digital basada en comunicación on line.

Por consiguiente además de tener una carta de presentación, en la web se interactúa con todos los clientes y es un sistema primordial en la captación de datos para analizarlos con el fin de obtener información valiosa que genera un nuevo conocimiento acerca de las necesidades de los públicos que con el tiempo se convierte en una mina de explotación de nuevas ideas para fortalecer tanto los valores empresariales como también satisfacer las exigencias de la gente.

Para terminar el presente marco teórico se concluye que toda organización habla por sí sola de acuerdo con sus comportamientos, motivación de la gente, manera como resplandece su identidad e imagen corporativa, apoyados por un líder que trabaja arduamente para que toda la organización gire en torno a valores corporativos. Y que además, en la actualidad la web tiene el poder de posicionarla ante todo los públicos gracias a que es un medio de comunicación masivo consultado por todo el mundo. Es decir, en la web, la empresa está a la orden del día.

Con base en esta exploración, se procede a plantear la metodología para solventar el problema formulado para promover la cultura organizacional que realce el posicionamiento de la marca National Software a nivel nacional e internacional a través del fortalecimiento de su identidad e imagen corporativa, el valor del recurso humano, como también, la importancia de implementar en la propia microempresa los sistemas de información y comunicación internos– externos.

5. MARCO METODOLÓGICO

Con el objetivo de analizar los procesos de comunicación organizacional en National Software, se toma cuatro elementos importantes de la empresa que ayudarán a descubrir las fortalezas que favorecen el desarrollo competitivo como también, las debilidades, situaciones que necesitan especial atención para mejorar el comportamiento organizacional.

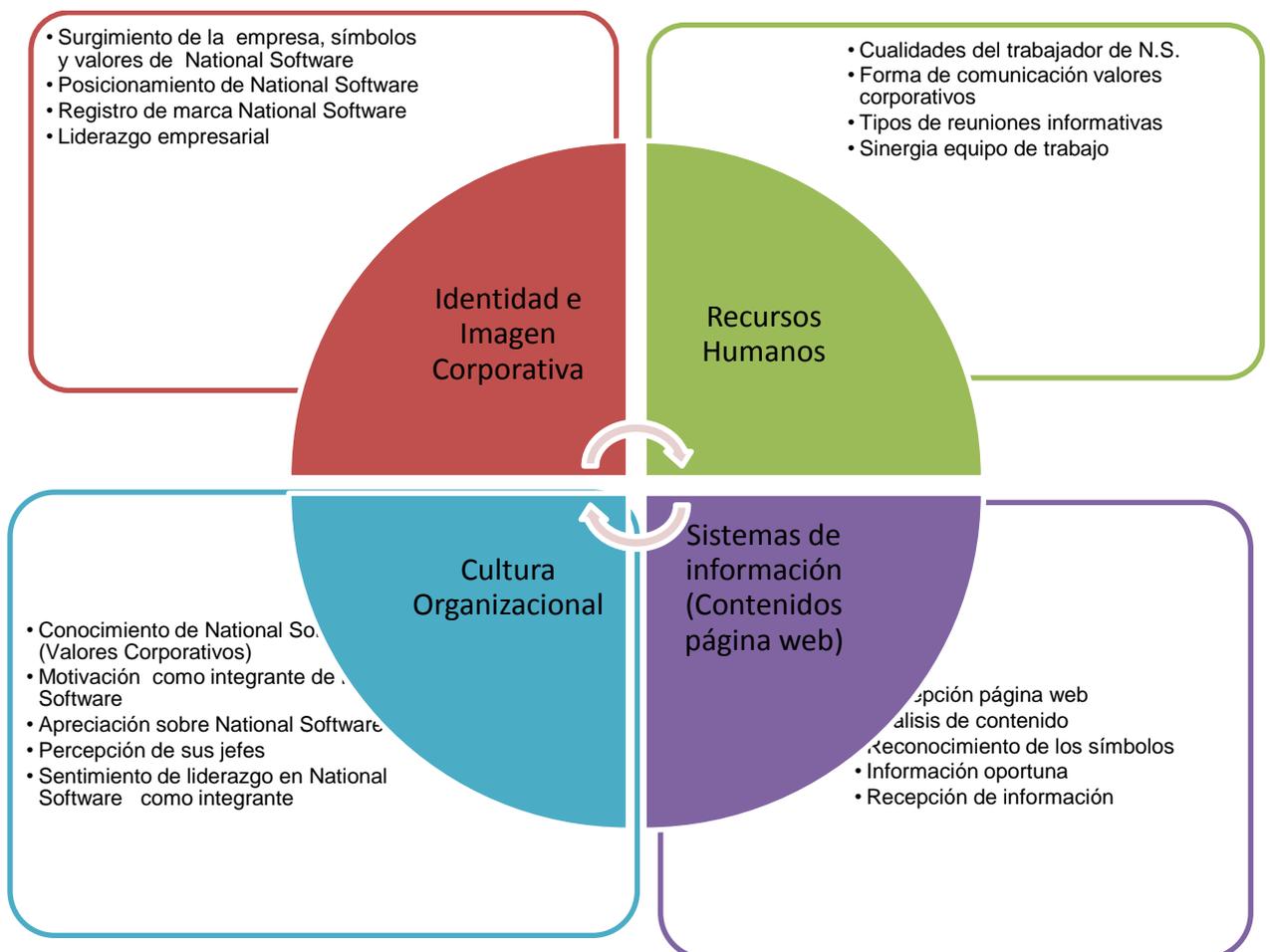


Figura 5.1. Áreas a explorar en National Software

De acuerdo al cuadro anterior, se realiza seis entrevistas on line a representante, colaboradores y clientes de National Software, con el fin de conocer la percepción del conocimiento acerca de esta firma como también, la forma como interactúan con la misma.

5.1. Población

La población requerida para el análisis es la siguiente:

- Gerente de National Software: Representante legal de National Software, se le cuestiona acerca de la identidad e imagen corporativa.
- Ingeniera Senior: Líder y trabajadora de confianza por más de seis años, se le interroga sobre los recursos humanos.
- Ingeniero de Sistemas Junior: Participante en el desarrollo de productos de software, se le interroga acerca de la cultura organizacional.
- Clientes: Empresa CAR (Corporación Autónoma Regional) entrevista on line al ingeniero Mauricio Ernesto Guijo, y empresa Biofilm entrevista on line al ingeniero Robert Meza.
- Diseñadora Gráfica Freelance, Carolina Navarrete

Principales audiencias de National Software, se les averigua su percepción de los sistemas de información y contenidos de la web.

5.2. Recolección y análisis de la información

A continuación se presenta de manera gráfica los resultados de las entrevistas on line la cual se analizó de 0 a 100%. En donde se interrogaron diferentes aspectos para calificarlos como muy importante, equivalente a un 100%, importante a un 60% y nada importante a un 10%.

5.2.1. Identidad e imagen corporativa

Entrevista on line al Ingeniero Carlos Ariel Bermúdez, gerente. (Ver anexo)

¿Qué se debe mejorar para ser más reconocida en el mercado de desarrollo del Software?

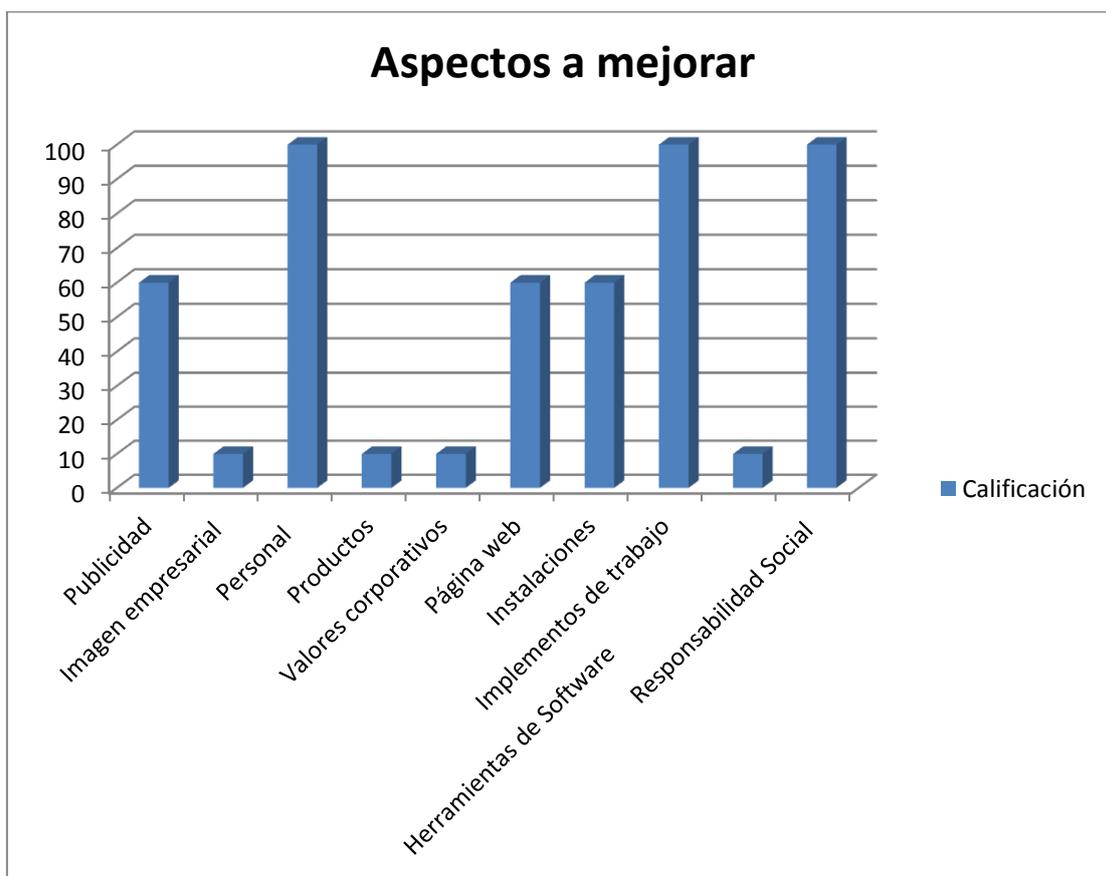


Figura 5.2. Aspectos a mejorar para el reconocimiento de National Software

En National Software en un 100% es muy importante mejorar: El personal, los implementos de trabajo y la responsabilidad social. En un 60% es importante mejorar la publicidad, la página web y las instalaciones. Y en un 10% es nada importante mejorar: La imagen empresarial, los productos (porque desarrolla software a la medida), las herramientas de software y en cuanto a los valores corporativos se dejan a un lado porque se considera que hay cosas más importantes que atender como los clientes.

¿Cada cuánto se revisa los valores corporativos?

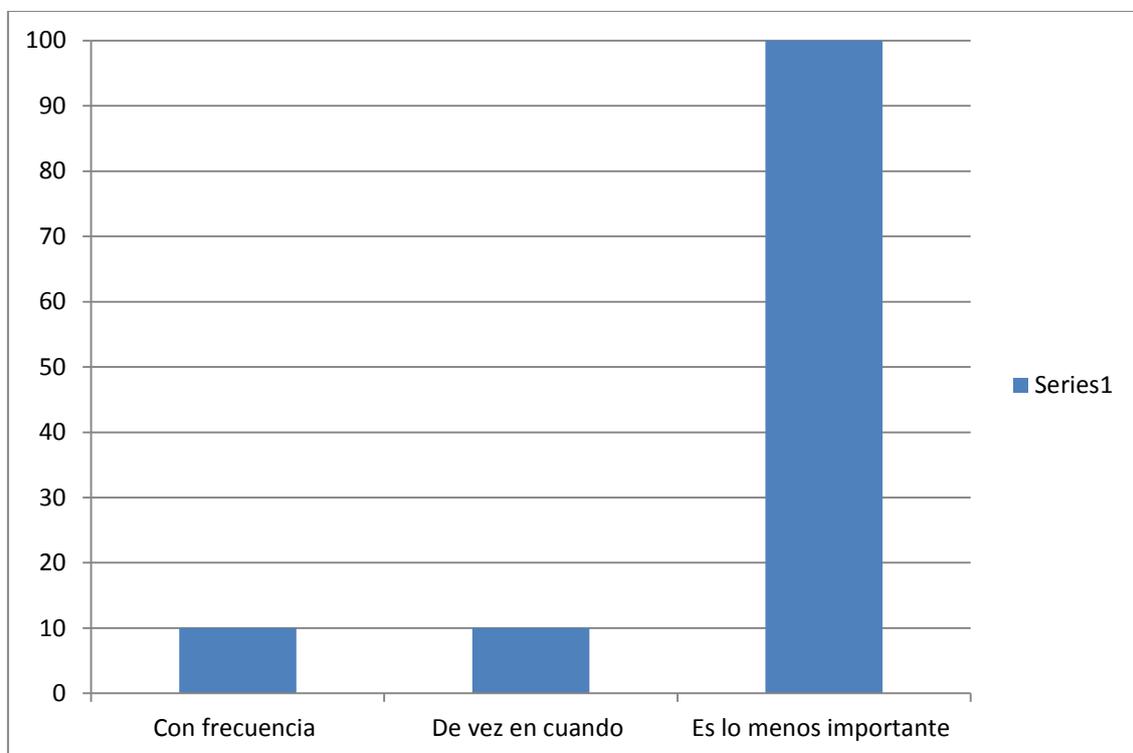


Figura 5.3. Frecuencia de revisión de valores corporativos National Software

En un 100% para National Software la revisión de los valores corporativos es lo menos importante porque siempre hay otras cosas en qué trabajar y en un 10% se hace revisión de éstos.

¿Es importante el registro del nombre National Software?

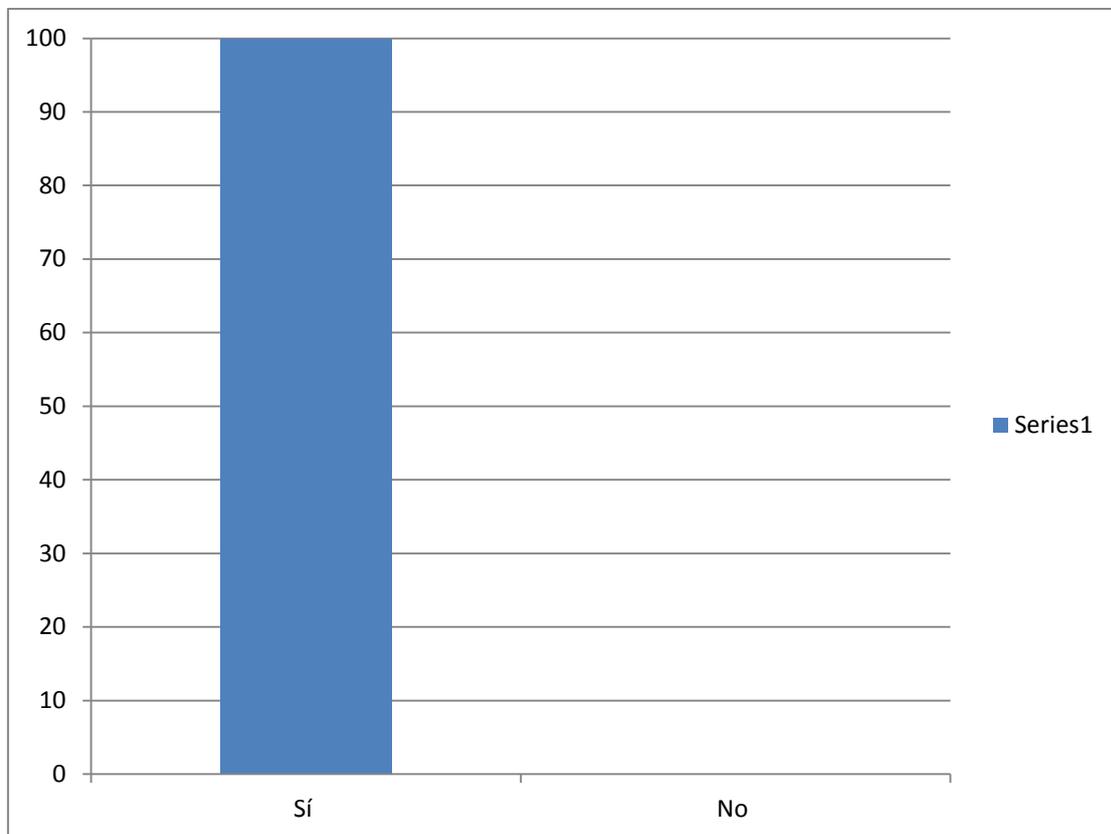


Figura 5.4. Importancia del registro de National Software

En un 100% para National Software es importante el registro del nombre porque representa en la mente de los clientes la identidad, servicio y distinción de la empresa

Cualidades de líder en el sector de las TIC

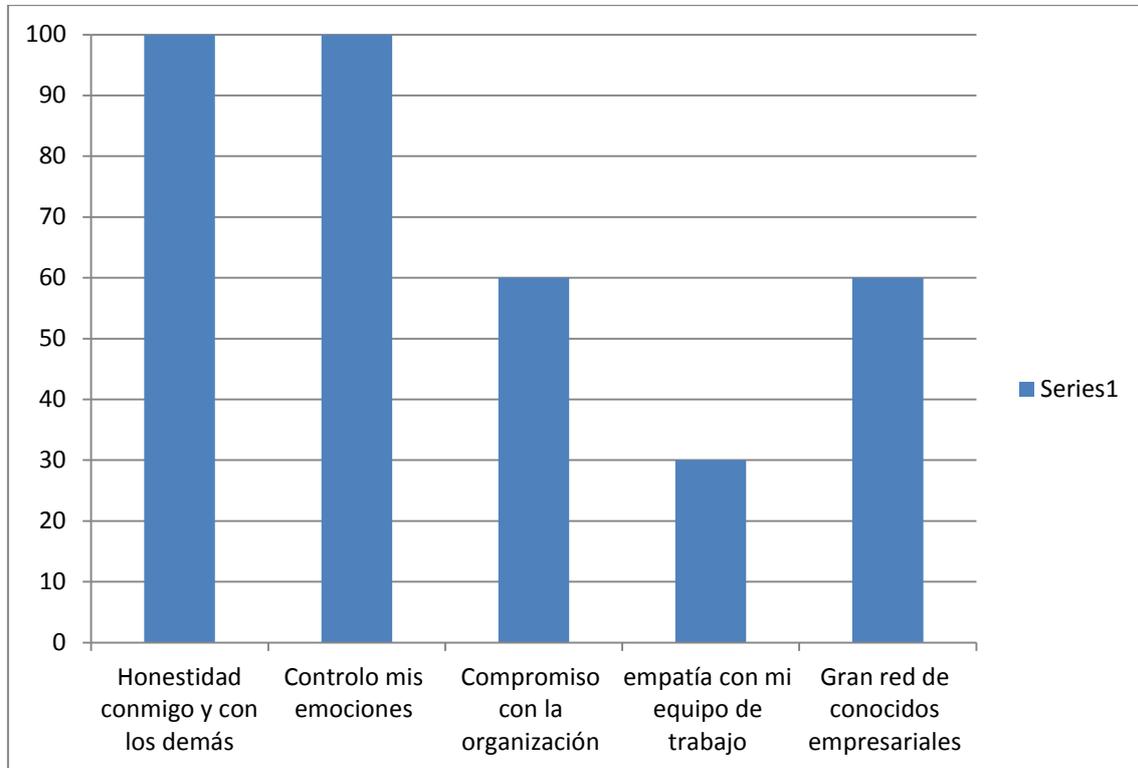


Figura 5.5. Cualidades de líder en el sector de las TIC

En un 100% para el Gerente de National Software es muy importante ser honesto consigo mismo y con los demás, y controlar las emociones. En un 60% para él es importante tener compromiso con la organización, poseer una gran red de conocidos empresariales. Y en un 30% no es nada importante tener empatía con el equipo de trabajo.

5.2.2. Recursos Humanos

Entrevista on line Melba Corredor, ingeniera senior de software (Ver anexo)

¿Cuáles considera que son las cualidades de un trabajador de National Software?

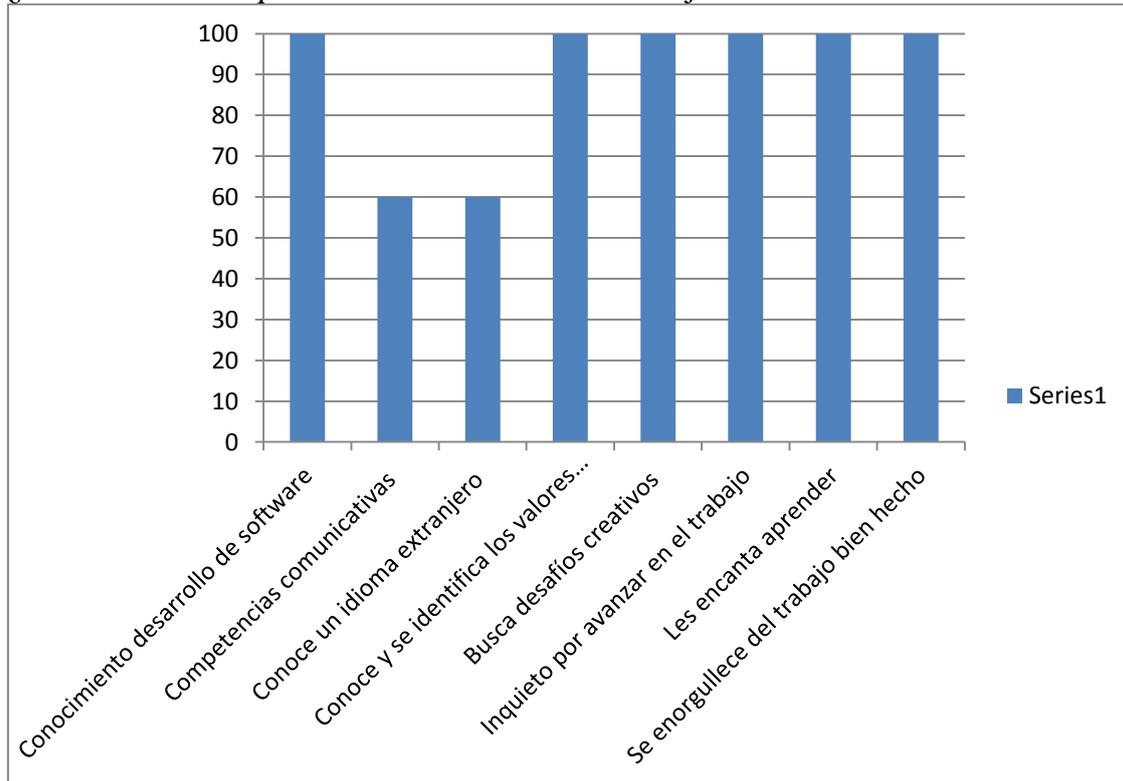


Figura 5.6. Cualidades del trabajador de National Software

En un 100% En el trabajador de National Software son muy notables los altos conocimientos en desarrollo de Software, conoce e identifica los valores corporativos, busca desafíos creativos, es inquieto por avanzar en el trabajo, le encanta aprender y se enorgullece del trabajo bien hecho. Por otro lado, son notables las competencias comunicativas y el conocimiento de un idioma extranjero.

¿Cuáles son los valores corporativos de National Software que se comparten en grupo?

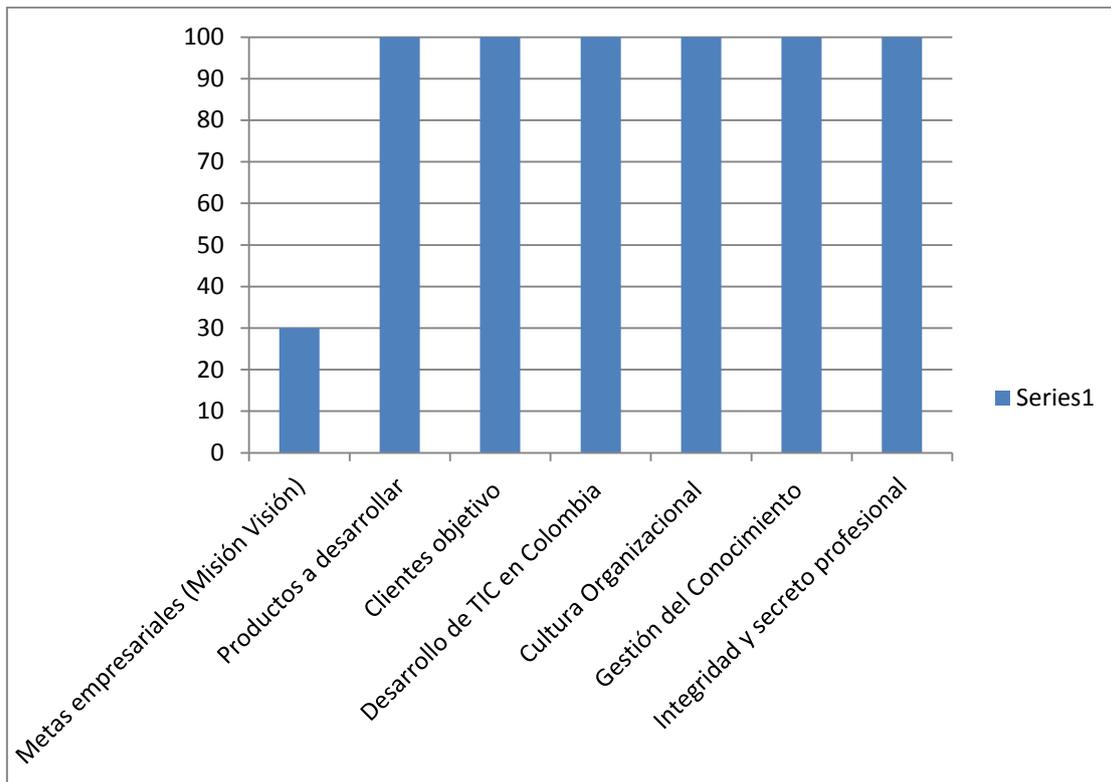


Figura 5.7. Valores corporativos que se comparten en National Software

En un 100% para National Software es muy notable compartir información acerca de productos a desarrollar, los clientes objetivo, el desarrollo de las TIC en Colombia, la cultura organizacional, la gestión del conocimiento y la integridad y el secreto profesional. Y en un 30% nada importante compartir las metas empresariales (Misión, visión).

¿Cuál es la función de las reuniones informativas en National Software?

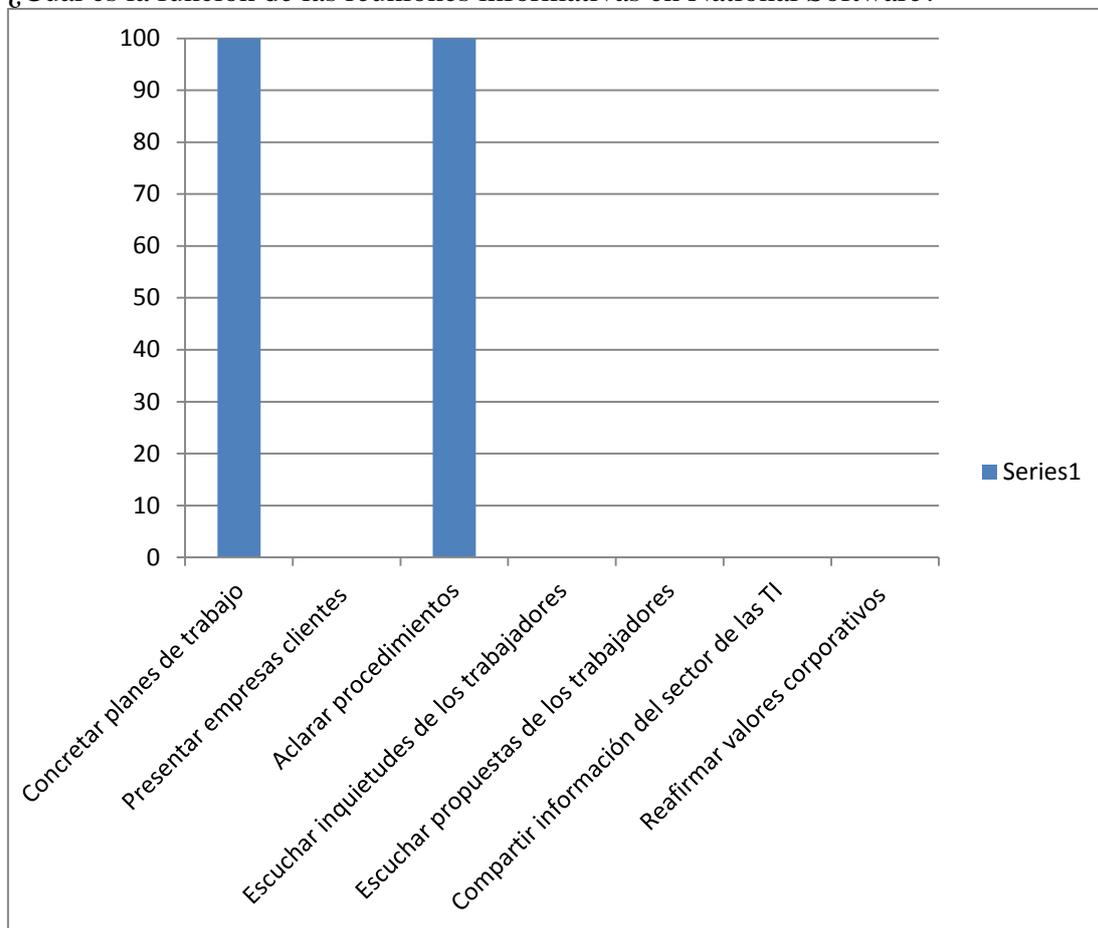


Figura 5.8. Función de las reuniones informativas en National Software

En un 100% para National Software es muy importante reunirse para concretar planes de trabajo y aclarar procedimientos. Es nada importante presentar empresas clientes, escuchar inquietudes de los trabajadores, escuchar propuestas de los trabajadores, compartir la información.

¿Cómo define la sinergia del equipo de trabajo de National Software?

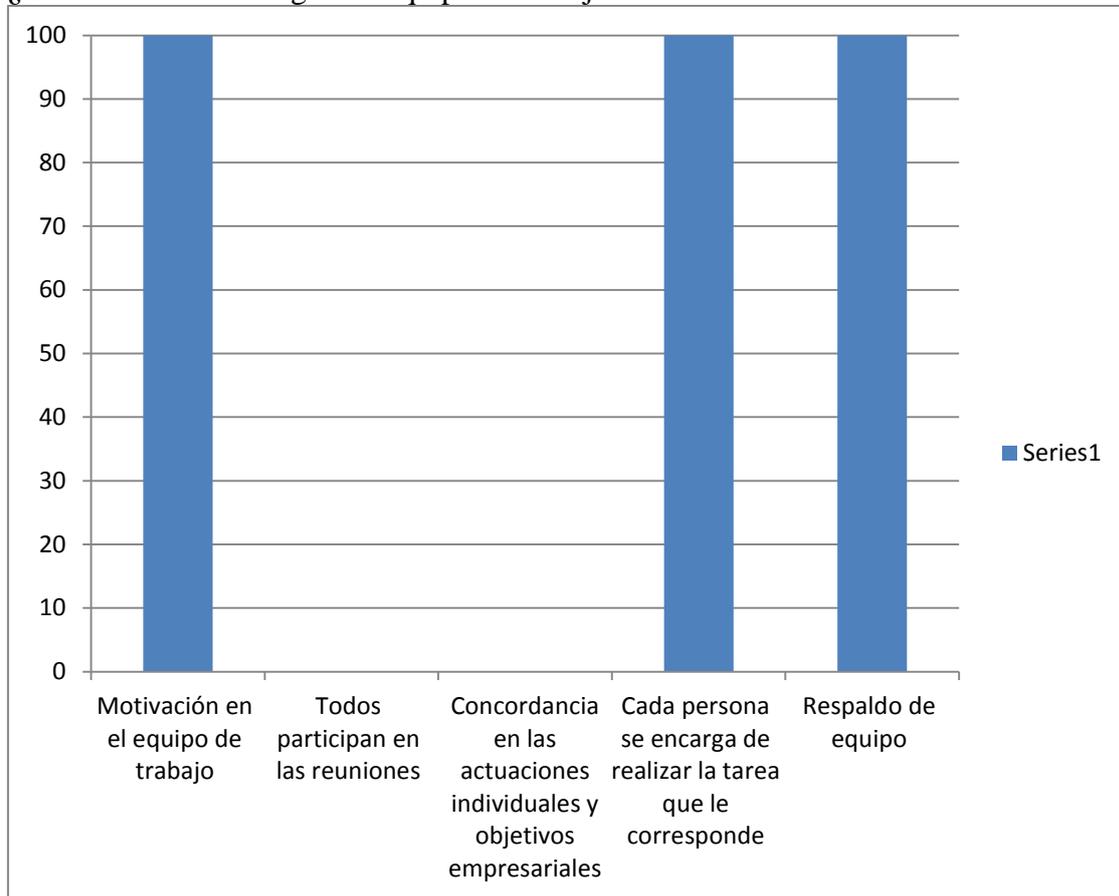


Figura 5.9. Sinergia en equipo National Software

La Ingeniera Senior de Software define la sinergia de trabajo en equipo de National Software como: En un 100% es muy importante la motivación, cada persona se encarga de realizar la tarea que le corresponde, hay respaldo de equipo. Sin embargo, no todos participan en las reuniones ni se halla concordancia en las actuaciones individuales y objetivos empresariales.

5.2.3. Cultura Organizacional

Entrevista on line al ingeniero de sistemas junior (Ver anexo)

¿Cuál es la percepción de los valores corporativos de National Software?

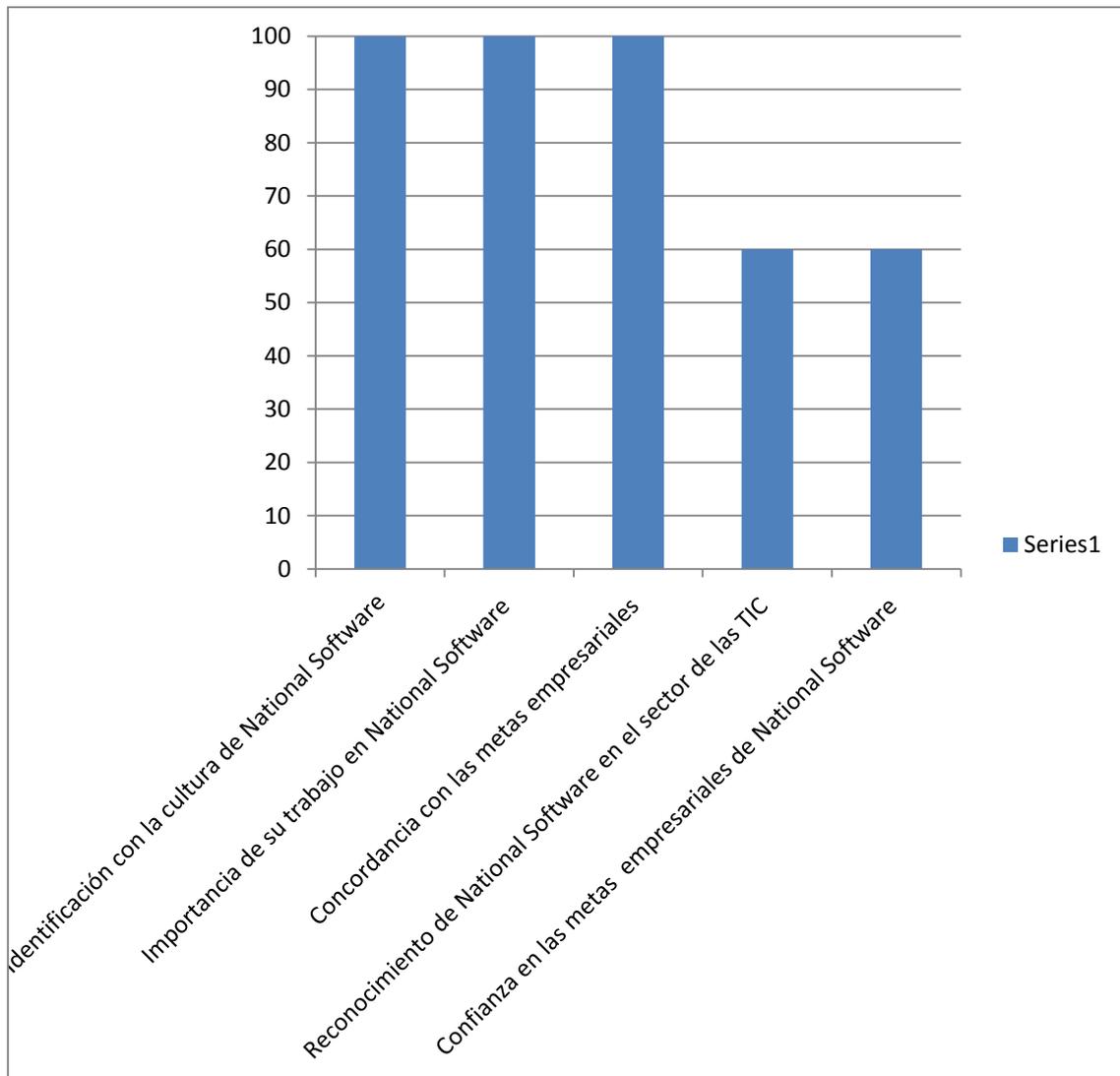


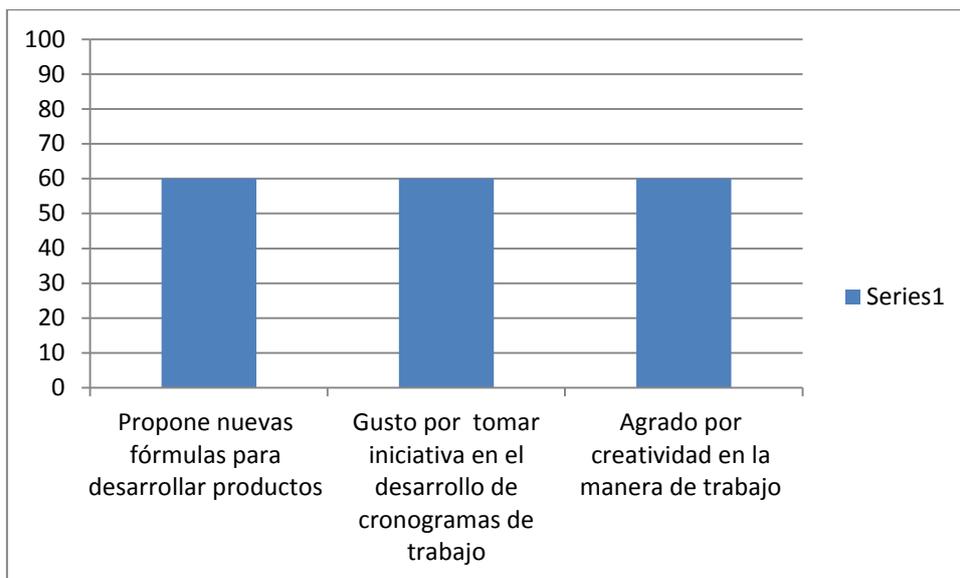
Figura 5.10. Percepción de valores corporativos National Software

En un 100% se demuestra que en National Software el Ingeniero Freelance se siente identificado con la cultura organizacional, el trabajo que realiza es muy importante y está de acuerdo con las metas empresariales. En un 60% reconoce que la empresa está

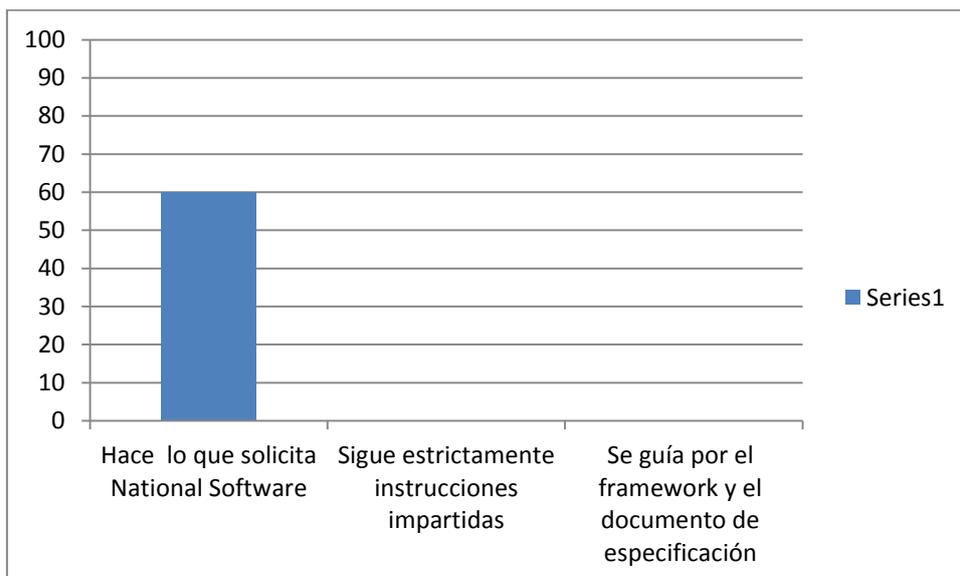
a la vanguardia de las TIC y de cierta manera tiene confianza en las metas empresariales.

¿Siente que sus ideas de trabajo son aceptadas por National Software?

Sí. Porque siente agrado por:



No. Porque debe realizar solamente:



Figuras 5.11. Aceptación ideas de trabajo en National Software

En las dos gráficas se muestra que en un 60% el Ingeniero Freelance sí es importante proponer nuevas fórmulas para desarrollar productos, le gusta tomar iniciativa en el desarrollo de cronogramas de trabajo y le agrada ser creativo en la manera de trabajar. Pero, en un 60% no siente satisfacción porque hace lo que solicita National Software y poco le gusta seguir estrictamente las instrucciones impartidas ni tampoco se guía por el framework y el documento de especificación.

¿Cuál es su apreciación de National Software?

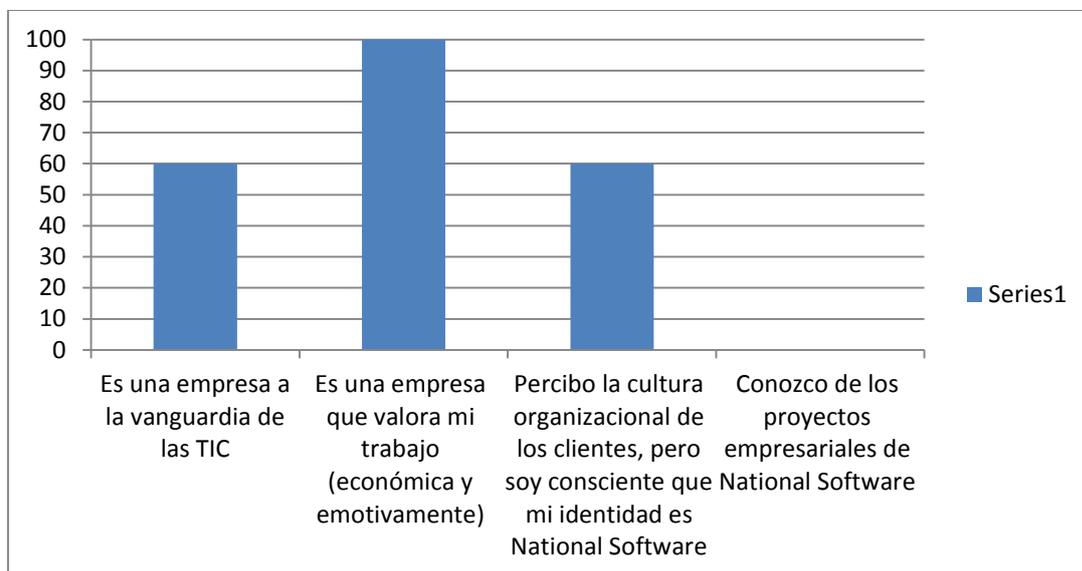


Figura 5.12. Apreciación de National Software por Ingeniero Freelance

En un 100% National Software valora el trabajo de los colaboradores (Económica y emotivamente). Pero en un 60% reconoce que es una empresa a la vanguardia de las TIC. Además se demuestra que el Ingeniero Freelance desconoce los proyectos empresariales.

¿Cuál es la percepción que tiene de sus jefes?

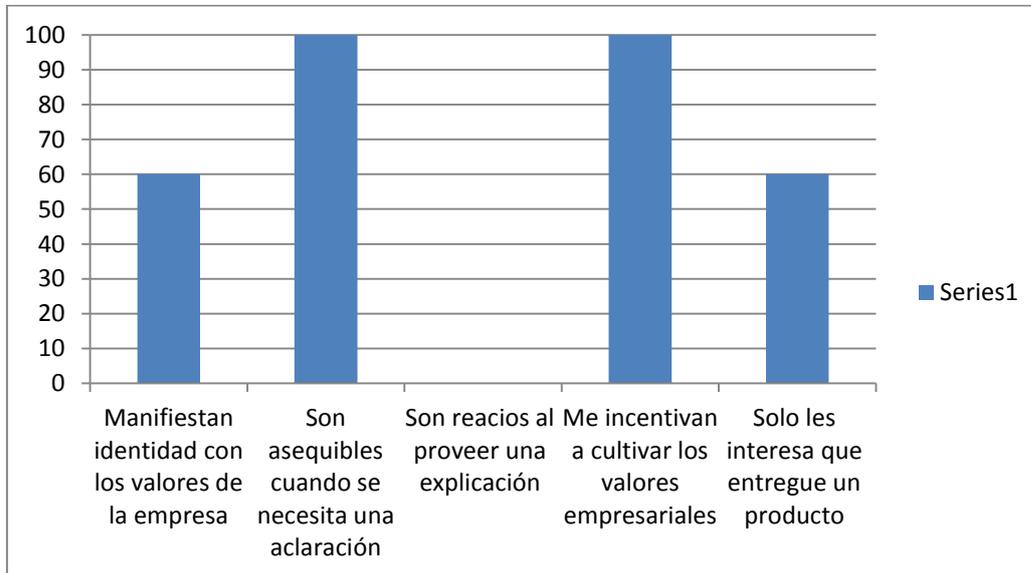


Figura 5.13. Percepción de los Jefes de National Software por Ingeniero Freelance

En un 100% para el Ingeniero Freelance siempre sus jefes son asequibles cuando se necesita una aclaración. Por lo tanto, nunca son reacios a proveer una explicación. Y en un 60% lo incentivan a cultivar valores empresariales. Pero casi siempre manifiestan de identidad con los valores empresariales y que en cierta medida solo les interesa que se entregue un producto.

¿Cómo se describe como líder en la realización de proyectos en National Software?

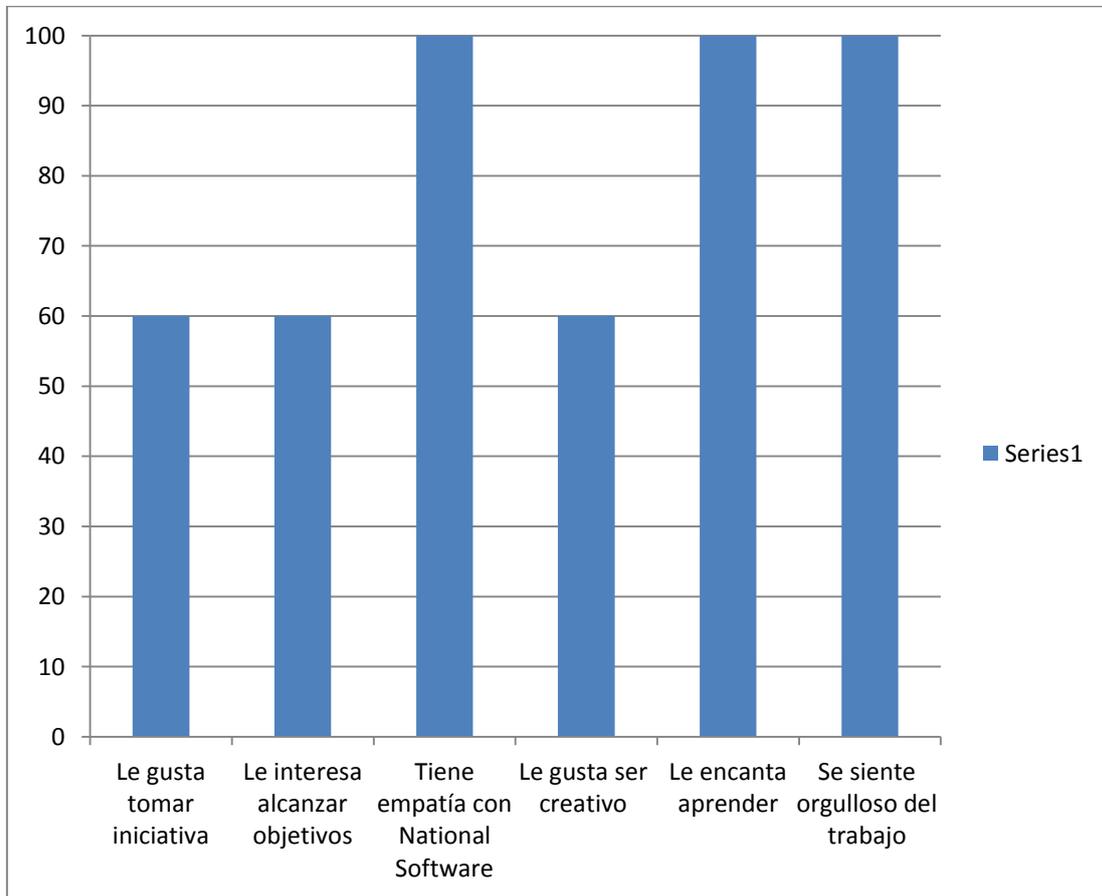


Figura 5.14. Descripción de líder por Ingeniero Freelance

En un 100% es muy notable que el Ingeniero freelance tenga empatía con National Software, le encanta aprender y se siente orgulloso del trabajo. Pero en un 60% le gusta tomar la iniciativa, alcanzar objetivos y ser creativo.

5.2.4. Sistemas de Información

Entrevistas on line a Clientes y Diseñadora Gráfica (Ver anexo)

- **Entrevistas on line a clientes:** En donde excelente es un 100% de satisfacción, 60% bueno y un 10% regular.

- ¿Cómo considera usted la presentación de la página web de National Software?:

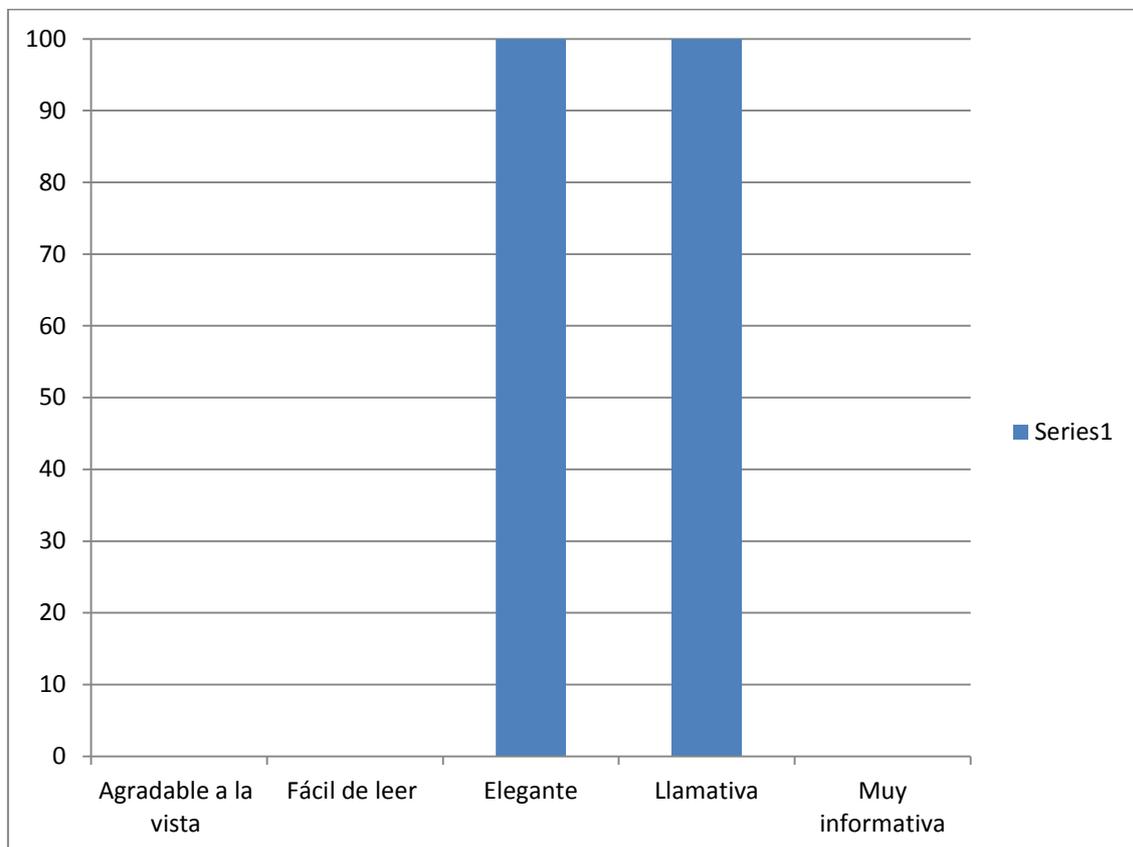


Figura 5.15. Percepción página web

En un 100% para los clientes la página web es elegante y llamativa pero no la calificaron como agradable a la vista, fácil de leer y muy informativa.

¿Cuál es su análisis de los contenidos de la página web de National Software?

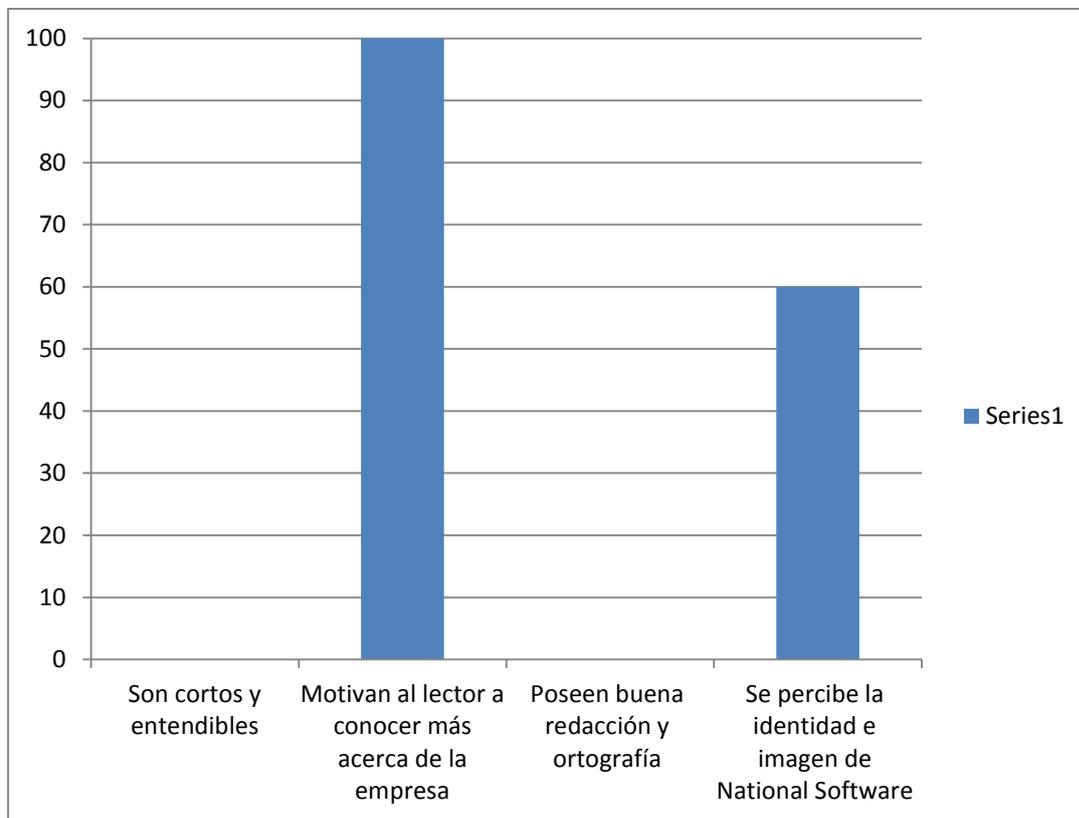


Figura 5.16. Percepción contenidos página web National Software por los clientes

En un 100% para los clientes de National Software les son excelentes los contenidos de la página web porque los motiva a conocer más de la empresa. Pero en un término medio se percibe la identidad e imagen de la microempresa. Sin calificar que los contenidos son cortos y entendibles y poseen buena redacción y ortografía.

Los colores, símbolos, nombre y slogan utilizados en la página web me indican que esta empresa es:

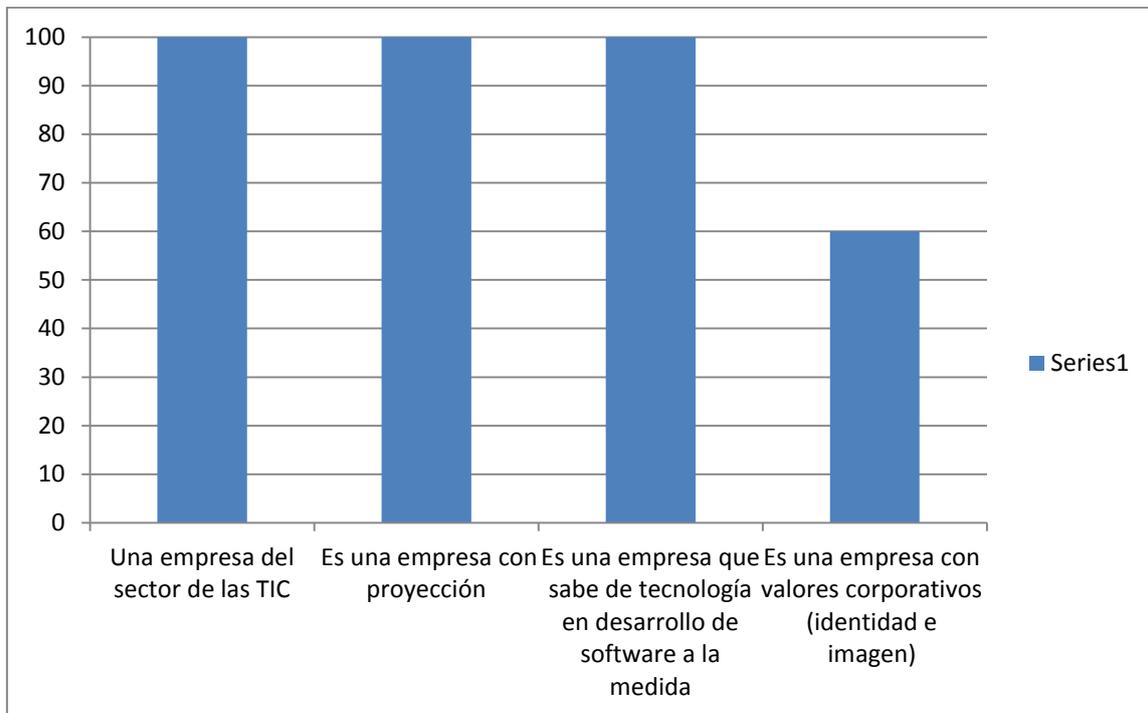


Figura 5.17. Percepción símbolos página web National Software por clientes

En un 100% los colores, símbolos, nombre y slogan sí demuestran que National Software es una empresa del sector de las TIC, que es una empresa con proyección y que sabe de tecnología en el desarrollo del software a la medida. Pero en un 60% es reconocida como una empresa con valores corporativos (Identidad e imagen corporativa).

La información que necesito acerca de la empresa National Software, es:



Figura 5.18. Facilidad de encontrar información en página web National Software

En un 100% para los clientes siempre es fácil encontrar la información en los sistemas de información. Pero en un 60% la información es exacta e inmediata. Por otro lado, a los clientes les parece bien conocer los productos que ofrece National Software y además es agradable conocer la cultura organizacional de la microempresa.

Cuando necesito comunicarme con National Software, lo hago por la página web porque:

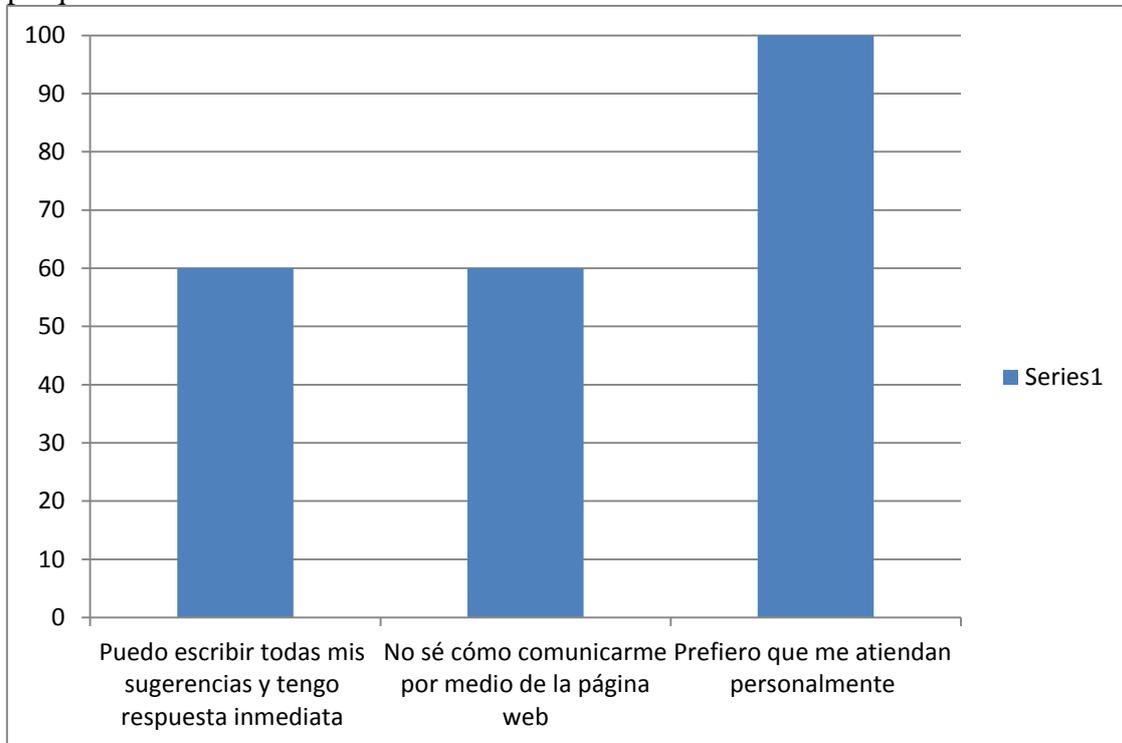


Figura 5.19. Forma de comunicación con National Software vía web

En un 100% siempre los clientes prefieren la atención personalizada y en un 60% escriben sugerencias para recibir respuesta inmediata. Por otro lado, en un término medio no saben cómo comunicarse por medio de la página web.

- Entrevista on line a la Diseñadora Gráfica

Como Diseñadora Gráfica ¿Qué le cambiaría a la página web de National Software?



Figura 5.20. Percepción de cambios a la página web por la Diseñadora Gráfica

En un 0% la Diseñadora Gráfica Freelance afirma que no le cambiaría nada a la página web.

¿Qué percepción tiene de los símbolos de National Software?

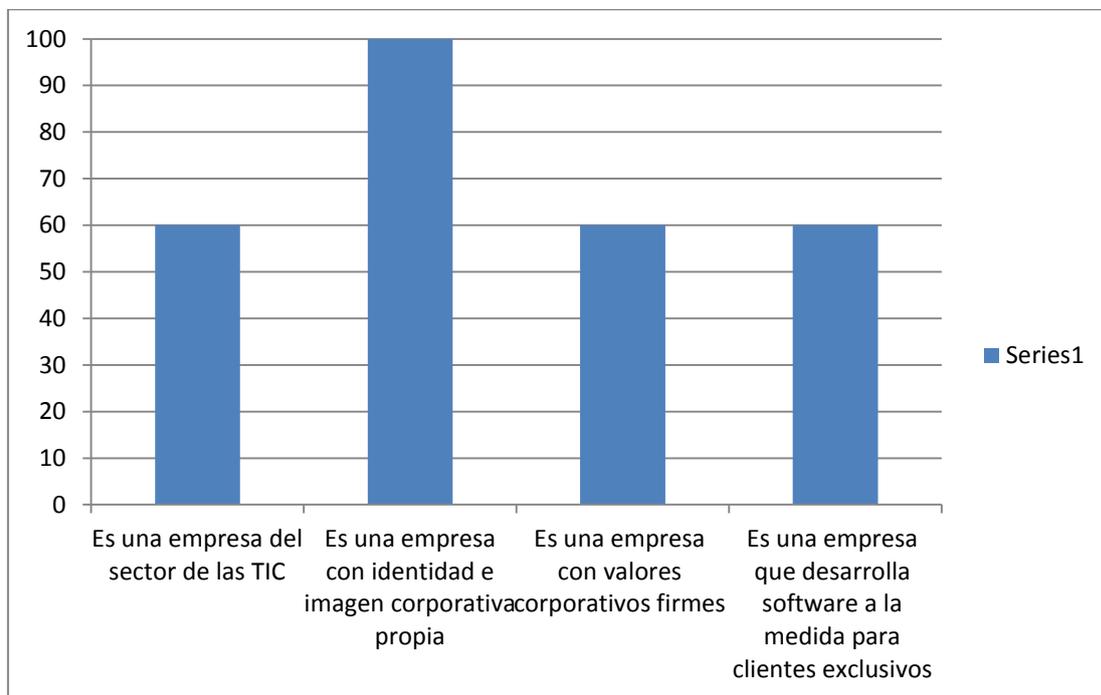


Figura 5.21. Percepción de símbolos de la página web por la Diseñadora Gráfica

En un 100% para la Diseñadora Gráfica Freelance los símbolos de National Software le representan que es una empresa con identidad e imagen corporativa propia. En un 60% la reconoce como una empresa del sector de las TIC, una empresa con valores corporativos y una empresa que desarrolla software a la medida para clientes exclusivos.

Cree que la información suministrada en la página web de National Software es:

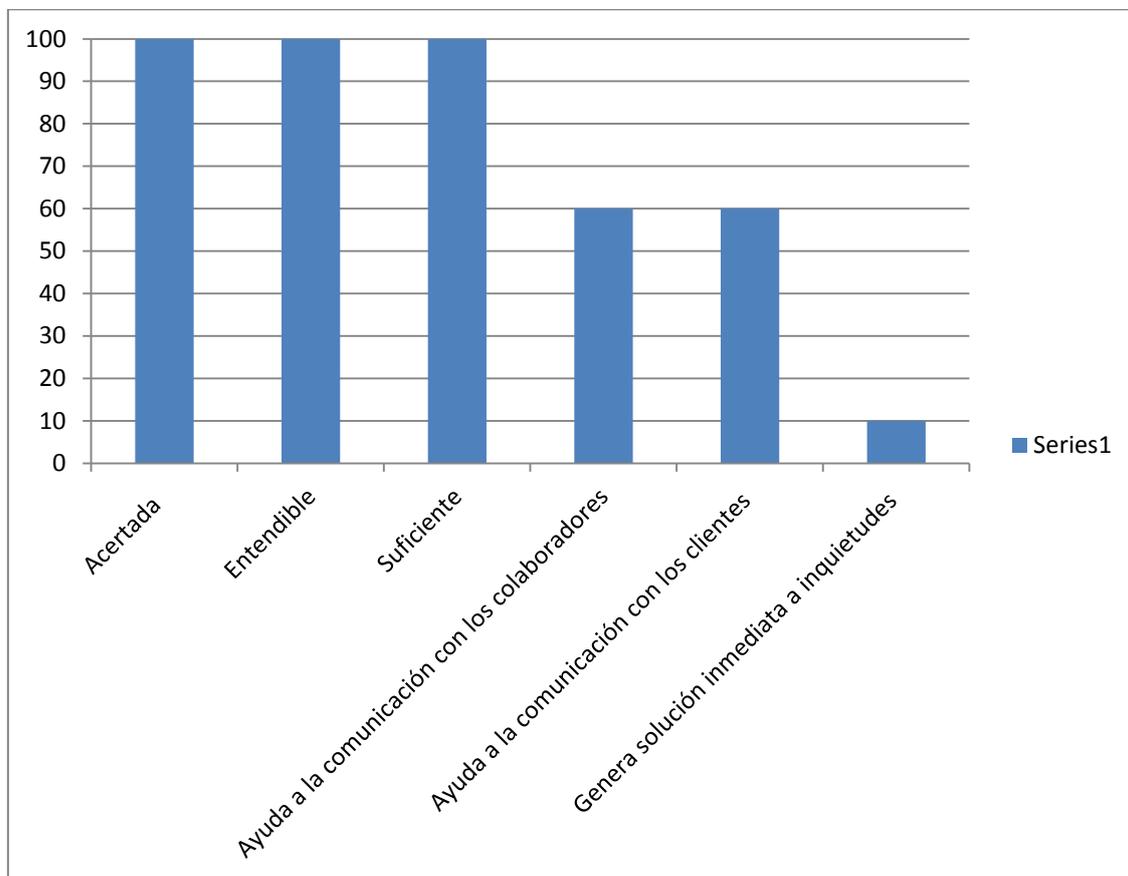


Figura 5.22. Percepción de la información por la Diseñadora Gráfica

En un 100% para la Diseñadora Gráfica Freelance la información suministrada en la página web de National Software muy importante porque es acertada, entendible y suficiente. En un 60% es importante porque ayuda a la comunicación con los colaboradores y clientes. Y en un 10% es nada importante porque no genera solución inmediata a inquietudes.

5.3. Análisis descriptivo de las respuestas National Software

(ver anexos)

<p style="text-align: center;">Imagen Corporativa (Gerente National Software)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recuento surgimiento de la empresa National Software surge como una oportunidad de creación de empresa para crecer y proponer productos de calidad en desarrollo de software a la medida que genere valor en sistemas de información a las empresas cliente. • Cambios para el posicionamiento de National Software Es muy importante mejorar: La responsabilidad social, los implementos de trabajo y el personal. Es importante mejorar: La publicidad, las instalaciones, la página web. Es nada importante mejorar: La imagen empresarial, los productos (porque se desarrolla software a la medida de acuerdo a las necesidades del cliente). En cuanto los valores corporativos se dejan a un lado porque se considera que hay cosas más importantes como atender a los clientes. Nota: La empresa no tiene productos porque su función es el desarrollo de software a la medida de acuerdo a las necesidades del cliente. Falta alguien que delegue, administre y coordine la empresa, porque la función del gerente está enfocada en el desarrollo de software a la medida según especificaciones del cliente. • Revisión de identidad corporativa en la página web Es lo menos importante. Hay otras cosas que hacer
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de marca National Software SÍ se cree conveniente porque representa en la mente de los clientes la identidad, servicio y distinción de la empresa. • Liderazgo Empresarial: Cualidades como líder en el sector de las TIC Es muy importante ser honesto con sí mismo y con los demás, controlar las emociones. Es importante tener compromiso con la organización, poseer una gran red de conocidos empresariales Es nada importante tener empatía con el equipo de trabajo.
<p style="text-align: center;">Recursos Humanos (Ingeniera Senior de Software)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cualidades del trabajador de National Software Es muy notable los altos conocimientos en desarrollo de software, conocer e identificar los valores corporativos de la empresa, buscar desafíos creativos, ser inquieto por avanzar en el trabajo, les encanta aprender, se enorgullece del trabajo bien hecho. Es notable tener competencias comunicativas, poseer conocimientos en un idioma extranjero. • Forma de comunicación de valores corporativos Es muy importante la integridad y el secreto profesional. Son importantes los productos a desarrollar, los clientes objetivo, el desarrollo de las TIC en Colombia, la cultura organizacional, la gestión del conocimiento. Es nada importante las metas empresariales (Misión Visión). • Tipos de reuniones informativas

	<p>Es muy importante concretar planes de trabajo, aclarar procedimientos.</p> <p>Sin clasificar como muy importante, importante, nada importante la presentación de empresas clientes, escuchar inquietudes de los trabajadores, escuchar propuestas de los trabajadores, compartir información del sector de las TIC, reafirmar valores corporativos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sinergia equipo de trabajo Es muy importante: Hay motivación en el equipo de trabajo, cada persona se encarga de realizar la tarea que le corresponde, se percibe el respaldo de equipo. Sin clasificar como muy importante, importante, nada importante: Todos participan en las reuniones, se observa concordancia en las actuaciones individuales y los objetivos empresariales.
<p>Cultura Organizacional (Ingeniero Free lance junior)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de valores corporativos de National Software Se siente identificado con la cultura de National Software, porque su trabajo es muy importante, está de acuerdo con las metas empresariales. Es importante que National Software sea una empresa a la vanguardia de las TIC. Se tiene confianza en los proyectos empresariales de National Software. • Motivación como integrante de National Software Sí es importante proponer nuevas fórmulas para desarrollar

	<p>productos, tomar iniciativa en el desarrollo de cronogramas de trabajo, ser creativo en la manera de trabajo. Sin embargo, hace lo que solicita National Software.</p> <ul style="list-style-type: none"> <p>• Apreciación de National Software</p> <p>Es muy importante porque es una empresa que valora el trabajo (económica y emotivamente)</p> <p>Es importante conocer que es una empresa a la vanguardia de las TIC, se percibe la cultura organizacional de los clientes, pero se es consciente que la identidad es National Software</p> <p>Desconoce los proyectos empresariales de National Software.</p> <p>• Percepción de sus jefes</p> <p>Siempre son asequibles cuando se necesita una aclaración, incentivan a cultivar los valores empresariales.</p> <p>Casi siempre manifiestan identidad con los valores de la empresa. Solamente les interesa que se entregue un producto.</p> <p>Nunca son reacios al proveer una explicación</p> <p>• Sentimiento de liderazgo como integrante de National Software</p> <p>Siempre tiene empatía con National Software, le encanta aprender, se siente orgulloso de su trabajo.</p> <p>Casi siempre le gusta tomar iniciativa, le interesa alcanzar objetivos, le gusta ser creativo.</p>
<p>Sistemas de</p>	<ul style="list-style-type: none"> <p>• Percepción página web</p> <p>La diseñadora gráfica afirma que no le cambiaría nada de tonalidad de los colores, redacción y ortografía, imágenes, distribución de contenidos, configuración de soporte.</p> <p>La página web le parece excelente, llamativa y elegante.</p>

<p>Información (Clientes y Diseñadora Gráfica)</p>	<p>Sin calificar: Agradable a la vista, fácil de leer, muy informativa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de contenidos <p>Son excelentes: Motivan al lector a conocer más acerca de la empresa.</p> <p>Son buenos: Se percibe la identidad e imagen de National Software.</p> <p>Sin calificación: Son cortos y entendibles, poseen buena redacción y ortografía.</p> • Reconocimiento de los símbolos <p>Son considerados como muy importantes porque se identifica que es una empresa con identidad e imagen corporativa propia que pertenece al sector de las TIC, poseedora de valores corporativos firmes, y que desarrolla software a la medida para clientes exclusivos.</p> <p>Los colores, símbolos, nombre y slogan utilizados en la página web les indican que esta empresa es del sector de las TIC, que tiene proyección y que sabe de tecnología en desarrollo de software a la medida.</p> <p>Casi siempre es reconocida como una empresa con valores corporativos (identidad e imagen)</p> • Información oportuna <p>La información es muy importante, acertada, entendible, suficiente. Ésta es importante porque sirve de guía para los colaboradores de National Software, ayuda a la comunicación</p>
---	---

	<p>de los clientes con la organización.</p> <p>Es nada importante la solución inmediata a inquietudes de nuevos clientes por medio de su sistema “contáctenos”</p> <p>Información acerca de la empresa</p> <p>Siempre es fácil de encontrarla en los sistemas de información. Pero casi siempre es exacta e inmediata. A los clientes solo les interesa saber qué productos ofrece. Sin embargo, les agrada conocer la cultura organizacional de National Software</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recepción de información <p>Los clientes prefieren que los atiendan personalmente. Porque casi siempre pueden escribir todas las sugerencias y tener respuesta inmediata, debido a que desconocen la forma de comunicación por medio de la página web.</p>
--	---

Para efectos de reconocer a profundidad la personalidad de National Software, se filtra la anterior información a través de la estrella lux propuesta por Cees Van Riel en su libro de Comunicación Corporativa.

5.4. Análisis de la cultura organizacional de National Software por medio de la estrella lux de Cees van Riel

PERSONALIDAD DE NATIONAL SOFTWARE	FORTALEZAS	PARA MEJORAR
Necesidades de Motivación Interna	<ul style="list-style-type: none"> • Hay sinergia en el equipo de trabajo y se percibe respaldo. • Los colaboradores pueden proponer actividades para desarrollar productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la empatía con el equipo de trabajo y el gerente.
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> • Los colaboradores les gusta tomar iniciativa, les agrada la creatividad. • Es muy notable que los colaboradores de National Software posean altos conocimientos en desarrollo de software, busca desafíos creativos, son inquietos por avanzar en el trabajo, les encanta aprender, se enorgullecen del trabajo bien hecho. 	<ul style="list-style-type: none"> • Explorar el talento que los trabajadores tienen frente a sus fortalezas. • Se debe fortalecer las formas de comunicación, y los conocimientos en un idioma extranjero.
		Liderazgo del gerente

<p style="text-align: center;">Actitud</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Es importante el compromiso con la organización y poseer una red de conocidos. • Comprometerse con las tareas administrativas. <p style="text-align: center;">Liderazgo de los colaboradores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reafirmar el gusto por tomar iniciativa, interés por alcanzar objetivos creatividad.
<p style="text-align: center;">Constitución</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Es nada importante mejorar: Los productos porque se desarrolla software a la medida de acuerdo a las necesidades del cliente. <p>Es muy importante la identidad e imagen corporativa propia.</p> <p>Es importante el reconocimiento como una empresa con valores corporativos firmes que pertenece al sector de las</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Es muy importante mejorar: Los implementos de trabajo, el personal, la publicidad, las instalaciones y la página web. • Revisión de identidad corporativa en la página web Reafirmar los valores corporativos (Identidad e imagen) • Registro de marca

	<p>TIC en el desarrollo de software a la medida para clientes exclusivos.</p> <p>Los colores, símbolos, nombre y slogan utilizados en la página web indican que es una empresa del sector de las TIC, con proyección, que sabe de tecnología en desarrollo de software a la medida.</p>	<p>National Software</p> <p>Sí se cree conveniente porque representa en la mente de los clientes la identidad, servicio y distinción de la empresa</p>
<p>Temperamento - Carácter</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación de valores corporativos Es muy importante la integridad y secreto profesional, los productos a desarrollar, los clientes objetivo, el desarrollo de TIC en Colombia, la cultura organizacional, gestión del conocimiento. • Tipos de reuniones informativas Es muy importante concretar planes de trabajo, aclarar procedimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación de valores corporativos Asumir con propiedad las metas empresariales (Misión, visión) • Tipos de reuniones informativas Reconocer que para el crecimiento de la organización se debe presentar a los clientes, escuchar las inquietudes y propuestas de los trabajadores, compartir información del sector de las TIC como sector de la

	<ul style="list-style-type: none"> • Apreciación de National Software Es una empresa que valora el trabajo de manera económica y emotiva, que está a la vanguardia de las TIC, se percibe la cultura organizacional de los clientes, pero se es consciente que la identidad es National Software • Percepción de los jefes Siempre son asequibles cuando se necesita una aclaración, incentivan a cultivar los valores empresariales. Nunca son reacios al proveer una explicación • Información oportuna Es muy importante, acertada, entendible, suficiente porque sirve de guía para los colaboradores de National Software y ayuda a la comunicación de los clientes. 	<p>economía a la que se pertenece, reafirmar valores corporativos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apreciación de National Software Compartir los proyectos empresariales colaboradores más cercanos. • Información oportuna Generar solución inmediata a inquietudes de nuevos clientes por medio de su sistema “contáctenos”. • Percepción de sus jefes Es necesario manifestar identidad con los valores de la empresa. • Información acerca de la empresa Incentivar al usuario a que visite la web para que buscar información, y de la misma manera,
--	---	---

	<p>La información acerca de la empresa siempre es fácil de encontrarla en la web.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recepción de información El cliente siempre prefiere que lo atiendan personalmente. 	<p>suministrarle respuesta inmediata a todas las sugerencias por medio de la página web.</p>
<p>Origen analizado a través de su página web como sistema de información empresarial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción página web Es excelente llamativa y elegante Sin calificar: Agradable a la vista, fácil de leer, muy informativa • Análisis de contenidos Son excelentes: Motivan al lector a conocer más acerca de la empresa. Son buenos: Se percibe la identidad e imagen de National Software • Información oportuna Es muy importante, acertada, entendible y suficiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción página web Es necesario mejorar las imágenes, distribución de contenidos y la configuración del soporte. • Análisis de contenidos Se aconseja revisar la redacción y ortografía. • Información oportuna Se hace pertinente buscar el reconocimiento de la cultura organizacional de National Software y generar solución inmediata por medio del sistema “Contáctenos”

	Es importante porque sirve de guía para los colaboradores de National Software, ayuda a la comunicación de los clientes con la organización.	
Intereses		Se debe proyectar la responsabilidad Social

5.5. Análisis de la página web como sistema de información de valores corporativos de National Software

Durante el desarrollo del presente trabajo se realizó el análisis de la página web en dos momentos. El primero fue al comienzo de la investigación mediante un análisis DOFA en donde se encontraron debilidades tales como utilización de palabras extrañas en un nombre comercial, en los textos hay incoherencias de redacción y ortografía, hay demasiada margen a los lados izquierdo, derecho e inferior que le quita valioso espacio a la presentación de la página, como también la utilización en exceso de colores oscuros e imágenes preestablecidas.

Sin embargo, cabe resaltar las fortalezas de los símbolos de National Software tales como su nombre y slogan que pretende abrir brechas de mercado a nivel internacional. Además, el movimiento de las figuras, la música de fondo, los colores que identifican la tecnología hacen ver a la página web de forma creativa. Lo que la significa que la microempresa está en constante dinamismo en la realización de sus proyectos empresariales.

El segundo momento de análisis se realizó mediante entrevistas on line a la diseñadora gráfica freelance y a los clientes de National Software. Como fortaleza se encontró gran interés por consultar la página web y así mismo la calificaron de interesante y llamativa. Aunque al momento de comunicarse con algún funcionario prefieren que sea personalmente.

En conclusión, a la gente le interesa y le gusta consultar la página web <http://www.nationalsoftware.com.co/> porque conocen más acerca de quiénes son sus aliados en soluciones empresariales en el desarrollo de sistemas de información. Razón por la cual, se sugiere hacer los ajustes necesarios para una mejor presentación empresarial en la web.

5.6. Conclusión de la información recolectada de las entrevistas on line

Con base en los resultados obtenidos en las entrevistas on line, se percibe actitud de comprensión entre el equipo de trabajo, dinamismo y creatividad al momento de desarrollar un nuevo producto; como también el valor que tiene la integridad y el secreto profesional y lo más importante, el respeto y reconocimiento manifestado por los clientes actuales. Sin embargo, es preocupante que los valores corporativos se dejen en un segundo plano lo más importante es cumplir a cabalidad los requerimientos de los clientes.

Por otro lado, la página web solamente se limita a presentar de manera ejecutiva a National Software pero carece de formas de interacción y ayuda al cliente objetivo para que él pueda elegir la mejor opción que se acomode a sus necesidades empresariales. Cabe resaltar que en la página web existe la descripción de los productos y servicios, pero el color y tamaño de la letra hace que la lectura sea pesada y difícil de comprender por personas inexpertas en el tema de sistemas de información.

Para terminar, se percibe que los colaboradores de National Software poseen privilegios para dar un giro de una empresa con pensamiento tradicional a una organización con gerencia humanista, que además le conviene mejorar su página web para que apoye las comunicaciones tanto internas como externas encaminadas a la búsqueda de la oportunidad de ingreso al e-Business, convirtiéndola en una empresa global.

Retomando los estudios demostrados por la escuela de Relaciones Humanas y su creador el psicólogo Elton Mayo (1880 – 1949), los colaboradores de National Software presentan la característica primordial que es la **motivación** de pertenecer al equipo de trabajo. Por consiguiente, pueden adaptarse a la gestión de un plan de gerencia humanista que ayudará a que todo el personal esté completamente comunicado acerca de los valores corporativos, del know how de los negocios gracias a los valores de integridad y secreto profesional que poseen, los cuales los conducirán a ser una empresa global porque cualquier miembro del equipo está en la capacidad de atender y resolver situaciones tanto al interior de la organización como también a los requerimientos de los clientes porque la información gira a beneficio del crecimiento empresarial. Otro ingrediente que necesita National Software es descubrir que pueden ingresar al mundo del e-Business.

Por consiguiente, a continuación se describe la fortaleza de la gerencia humanista y el poder de e-Business que apoyan los valores de la empresa global por medio de la comunicación que la hará más competente en el mercado del desarrollo de software para conducirlo a un posicionamiento de marca.

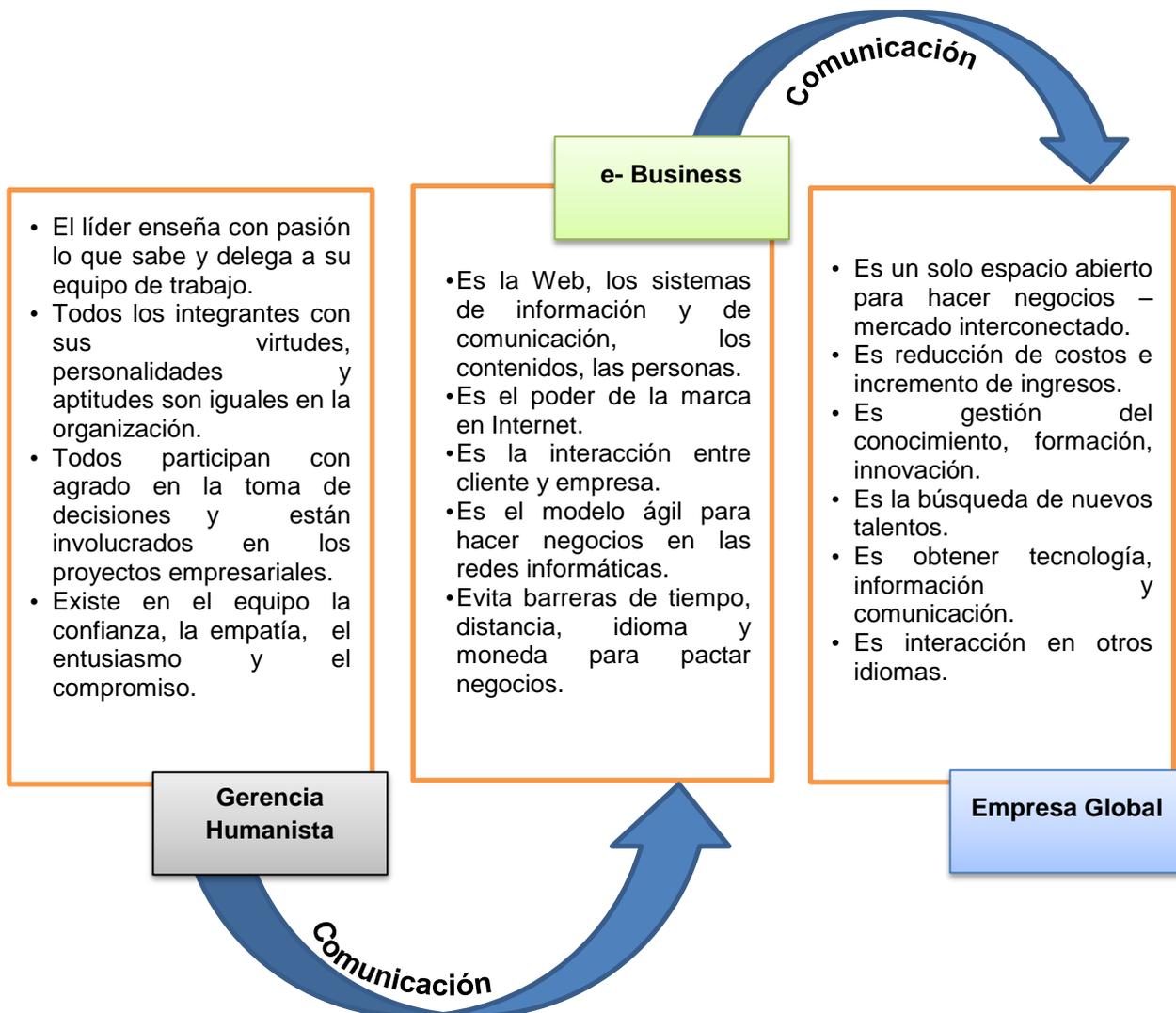


Figura 5.23. Relación de Gerencia Humanista, e-Business y empresa global.

Como se observa, la combinación de la empresa humanista con el mundo del e-Business, resulta la empresa global integrada porque existe un trabajo interconectado entre la organización y el mundo. Por esta razón, se necesita gente altamente motivada, conocedora de sus labores cotidianas que además las puede realizar por medio de un sistema de información adaptado por la compañía, tanto para laborar como también para tener la oportunidad de participar en blogs, redes sociales que les induzca a dar su punto

de vista referente al quehacer de la organización y la manera como lo desarrolla. Lo cual conduce a que la empresa sea más competente en el mercado de la interconectividad debido a que puede ser visitada en un sitio web para hacer pactos de negocios, alianzas, buscar socios, intercambiar conocimientos con otro filial etc.

Como consecuencia, toda la organización debe estar alineada a sus valores corporativos, saber quiénes son y qué le puede ofrecer al mundo para que de esta manera, todos los integrantes de la compañía posean la capacidad de interactuar en el e-Business que cada vez más se posiciona en una sociedad que requiere suplir sus necesidades. Cabe resaltar el elemento esencial para que se gestione todas las actividades es la comunicación la cual debe ser flexible, abierta, inmediata porque actúa como una cadena de información y gestión del conocimiento encaminada a mantener conexión global con todos los actores pertenecientes a una organización.

6. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

Con base en todo el estudio realizado en el presente trabajo dirigido, a continuación se describe la propuesta orientada a promover una cultura organizacional que realce el posicionamiento de la marca National Software a nivel nacional e internacional a través del fortalecimiento de su identidad e imagen corporativa, el reconocimiento del valor del recurso humano, como también, la importancia de implementar en la propia microempresa sistemas de información y comunicación internos y externos.



Figura 6.1. Propuesta cambio para posicionamiento de marca National Software

6.1. Actividades a proponer

Una característica de National Software es el interés por atender las necesidades de sus clientes a toda cabalidad, dejando a un lado sus propios sueños de crecimiento empresarial. Cabe señalar que actualmente esta organización cuenta con grupo reducido de trabajadores, lo que facilitará la tarea de llegar al corazón de cada uno para hacerlos partícipes de un cambio en beneficio de ellos mismos.

Por consiguiente, con el fin de sensibilizar a los integrantes de National Software, se proponen las siguientes estrategias:

Primera etapa:

1. *Conferencia – taller a National Software sobre reconocimiento de valores corporativos – reafirmación de cultura organizacional* ¿Por qué somos importantes? ¿Quiénes somos?
- Concientizar acerca de la importancia y beneficios de las empresas desarrolladoras de software en Colombia como parte esencial de uno de los sectores de clase mundial nuevo y emergente en el país.
 - Presentar las características de las PYME y su relación con National Software.
 - Buscar estrategias para reconocer su cultura organizacional, formas de comunicación, identidad e imagen corporativa para posicionar su marca empresarial.
 - Socializar los sistemas de comunicación para transmitir los valores corporativos a los clientes internos y externos y su impacto.

- Explorar las competencias de cada integrante de National Software en el ámbito organizacional.
 - Concientizar que todos son National Software y por consiguiente, están invitados a realizar propuestas de mejoramiento corporativo.
 - Capturar la atención de nuevos empleados como recurso humano importante para el crecimiento de National Software por medio de los sistemas de información.
2. *Propuesta de actualización de página web como parte de “Perfect Software for Your Business”*
- Realizar ajustes semiológicos (lingüísticos y no lingüísticos) en los contenidos y redistribución de espacios en la web.
 - Traducir la página web a un segundo idioma para tener más oportunidad en el mercado internacional por medio del e-Business.
 - Sugerir el mejoramiento del sistema de soporte de atención al cliente en la página web que servirá también como ejemplo de calidad, perfección y precisión en el desarrollo de software a la medida ofertados por National Software.
 - Proponer la realización de blogs de información para impulsar los valores de la empresa, ofrecer productos, por medio de opiniones que realcen la envergadura de National Software con el sector de clase mundial de software y servicios de TI.

Segunda etapa

1. *Acompañamiento Registro de marca empresarial*

- Proceder al registro de la marca National Software para proteger el nombre corporativo, tener aceptación por parte de los clientes y evitar que otra empresa utilice su nombre.
- Buscar el posicionamiento de la marca mediante la afiliación Fedesoft (Federación Colombiana de la Industria del Software y Tecnologías), entidad que agremia a la industria del software y tecnologías informáticas. (<http://www.fedesoft.org/>)
- Diseñar el brochure corporativo que se enviará a las empresas de interés de National Software.

Tercera etapa

1. Conferencia – Taller Gerencia Humanista

- Valorar de las competencias de cada integrante de National Software.
- Observar el liderazgo para determinadas tareas.
- Aprender a escuchar nuevas propuestas de ambiente laboral por cada integrante.
- Proponer actividades para reuniones en pro de la gestión organizativa.
- Reflexionar acerca de la importancia de tener un espacio físico adecuado para reunirse y compartir los proyectos empresariales y cómo cada uno de los integrantes se identifica con éstos.

2. Conferencia – Taller Ingreso a E-Business

- Demostrar las ventajas de los negocios por Internet por medio de una página web que realce todo el potencial corporativo de National Software.
- Utilizar el e-Business para realizar contactos empresariales, búsqueda de información y gestión del conocimiento.

3. Conferencia – Taller Empresa Global

- Demostrar que el idioma extranjero fortalece la comunicación para buscar oportunidades de negocio en el exterior.
- Buscar tecnologías de comunicación para estrategias empresariales.
- Reafirmar los valores corporativos para que todos puedan interactuar en el mundo del e-Business.
- Buscar oportunidades de negocios, de talentos, de asociaciones por medio de la web por medio de la web como sistema de información empresarial.

6.2. Costos de la propuesta

Con el propósito de tener un estimado de cuánto debe invertir National Software en el fortalecimiento de su cultura organizacional para llegar su posicionamiento de marca, a continuación se detallan los costos pertinentes:

Primera etapa:

1. Conferencia – taller a National Software sobre reconocimiento de valores corporativos – reafirmación de cultura organizacional ¿Por qué somos importantes? ¿Quiénes somos?

Participantes: Gestores National Software

Responsable: Profesional Lenguas Modernas

Producto: Tres conferencias-taller

No. horas por conferencia - Taller: 2

Total de horas: 6

Tiempo estimado: Un mes

Primera conferencia - Taller	Concientizar acerca de la importancia y beneficios de las empresas desarrolladoras de software en Colombia como parte esencial de uno de los ocho sectores de clase mundial.	\$50.000
	Presentar las características de las PYME y su relación con National Software.	
Segunda conferencia - Taller	Buscar estrategias para reconocer su cultura organizacional, formas de comunicación, identidad e imagen corporativa para posicionar su marca empresarial.	\$50.000
	Socializar los sistemas de comunicación para transmitir los valores corporativos a los clientes internos y externos y su impacto.	\$50.000
Tercera conferencia - Taller	Explorar las competencias de cada integrante de National Software en el ámbito organizacional.	\$50.000
	Concientizar que todos son National Software y por consiguiente, están invitados a realizar propuestas de mejoramiento corporativo.	\$50.000
	Capturar la atención de nuevos empleados como recurso humano importante para el crecimiento de National Software por medio de los sistemas de información.	\$50.000
	Subtotal:	\$400.000

2. *Propuesta de actualización de página web como parte de “Perfect Software for Your Business”*

Responsable: Profesional en Lenguas Modernas

Primera actividad	Realizar ajustes semiológicos (lingüísticos y no lingüísticos) en los contenidos y redistribución de espacios en la web.	\$100.000
Segunda actividad	Traducir la página web a un segundo idioma para tener más oportunidad en el mercado internacional por medio del e-Business.	\$200.000
Tercera actividad	Sugerir el mejoramiento del sistema de soporte de atención al cliente en la página web que servirá también como ejemplo de calidad, perfección y precisión en el desarrollo de software a la medida ofertados por National Software.	\$100.000
Cuarta actividad	Proponer realización de blogs de información para impulsar los valores de National Software, ofrecer el desarrollo del software a la medida mediante opiniones que realcen la envergadura de National Software con el sector de clase mundial de software y los servicios de TI.	\$100.000
	Subtotal:	\$500.000

TOTAL PRIMERA ETAPA	\$900.000
----------------------------	------------------

Segunda etapa

1. Acompañamiento registro de marca empresarial

Responsables: Gerente National Software Profesional en Lenguas Modernas

Tiempo: Un mes

		Profesional Lenguas Modernas	Trámites Legales
	Registro de la marca National Software		
Primera Actividad	Indagar que el nombre y logo de National Software no se encuentre registrado en la Superintendencia de Industria y Comercio	150.000	
	Solicitar registro de marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio		750.000
	Preparar de documentos, consultar clasificación Internacional de NIZA	300.000	
Segunda Actividad	Afiliar en Fedesoft categoría A		140.000
	Cuota trimestral Fedesoft		140.000
	Trámites - Diligenciamiento ficha de datos de la empresa	150.000	
Tercera Actividad	Diseño de Brochure	200.000	
	SUBTOTALES	800.000	1.030.000
	TOTAL SEGUNDA ETAPA:	1.830.000	

Tercera etapa*Conferencia – Taller*

Participantes: Gestores National Software

Responsable: Profesional Lenguas Modernas

Producto: Tres conferencias-taller

No. horas por conferencia - Taller: 2 Total de horas: 6

Tiempo estimado: Un mes

Primera conferencia taller Gerencia Humanista	Valorar las competencias de cada integrante de National Software. Observar el liderazgo para determinadas tareas de cultura organizacional. Aprender a escuchar nuevas propuestas de ambiente laboral por cada integrante.	50.000
	Proponer actividades para reuniones en pro de la gestión organizativa. Reflexionar acerca de la importancia de un espacio físico adecuada para reunirse y compartir los proyectos empresariales y cómo cada uno de los integrantes se identifica con éstos.	50.000
Segunda conferencia taller Ingreso al e-Business	Demostrar las ventajas de los negocios en Internet por medio de una página web que realce todo el potencial corporativo de National Software.	50.000
	Utilizar el e-Business para realizar contactos empresariales, búsqueda de información y gestión del conocimiento.	100.000
Tercera conferencia taller Empresa Global	Demostrar que el manejo del idioma extranjero fortalece la comunicación para buscar oportunidades de negocio en el exterior. Buscar tecnologías de comunicación para estrategias empresariales.	200.000
	Reafirmar los valores corporativos para la interacción en el mundo del e-Business. Buscar oportunidades de negocios, talentos, de asociaciones por medio de la web como sistema de información empresarial.	150.000
TOTAL TERCERA ETAPA		600.000

Resumen propuesta de intervención de cultura organizacional para posicionamiento de marca

Primera etapa	\$900.000
Segunda etapa	\$1.830.000
Tercera etapa	\$600.000
Total de la intervención	\$3.330.000

Beneficios para National Software

Inversión	\$3.330.000
Retorno de la inversión en el primer año	\$6.000.000
Retorno de la inversión al segundo año	\$6.240.000
Retorno de la inversión al tercer año	\$6.489.000

Tasa interna de retorno: 174%

Los datos anteriores se obtuvieron calculando que si se aplica el presente trabajo de intervención, National Software podría tener un cliente nuevo al mes que le genere un ingreso de \$500.000 mensuales. Es decir, \$6.000.000 en el primer año. Esta cifra para los siguientes dos años se incrementa de acuerdo a una tasa de inflación esperada del 4% anual. La TIR del proyecto es del 174%.

CONCLUSIONES

A través del presente trabajo dirigido se observó que National Software, microempresa desarrolladora de software a la medida, tiene grandes ventajas para crecer en el sector de clase mundial de software y servicios de TI.

El secreto para llegar a ser una empresa de clase mundial está primeramente en la motivación de sus gestores para fortalecer los siguientes aspectos organizacionales:

- Cultura organizacional
- Identidad e imagen corporativa
- Valor del recurso humano
- Liderazgo
- Marca empresarial

En consecuencia, transformarán el pensamiento de pequeña empresa a una empresa con posicionamiento por medio de una gerencia humanista con visión al ingreso del e-Business para convertirse en una empresa global en un sector que se encuentra en auge de crecimiento económico.

Para el profesional en Lenguas Modernas de la Universidad EAN, el énfasis en comunicación organizacional le genera competencias con fines de apoyo al fortalecimiento de valores agregados en los intangibles de las empresas que las conducen a posicionarse por medio de su cultura organizacional, identidad e imagen corporativa y la utilización de los sistemas de información generando la apertura de brechas de mercado que se transforman en ganancias económicas significativas.

GLOSARIO

- **AUTOMATIZACIÓN:** Sistema tecnológico basado en la ingeniería y la informática, que proporciona una optimización de los procesos productivos mediante la regulación automática (autorreguladores).
- **FRAMEWORK:** Desde el punto de vista del desarrollo de software, un framework es una estructura de soporte definida, en la cual otro proyecto de software puede ser organizado y desarrollado.
- **FREELANCE:** Se aplica a la persona que trabaja de forma independiente para una o varias empresas, sin que haya una relación contractual con ninguna de ellas.
- **GRAFISMO:** Manera de hacer un trazo, de dibujar.
- **TIPOGRAFÍA:** Procedimiento de impresión con formas o moldes en relieve.

BIBLIOGRAFÍA

a) Libros

Da Silva, R. O. (2002). Teorías de la administración. (Primera edición). México: Thomson.

García, G. & Largacha C. (2001). Empleados con voz y, sobre todo con voto. (Edición 31). Informe de Coyuntura PYME. Universidad EAN – ANIF.

Laudon, K. C. & Laudon J. P. (2004). Sistemas de Información Gerencial. (Octava edición). México: Pearson Prentice Hall.

Ocho consejos, los secretos de un líder. (septiembre de 2011). Revista Credencial. (Edición 298). Bogotá D.C.

Van Riel, C.B.M. (1997). Comunicación Corporativa. (Tercera edición). Madrid: Prentice Hall.

Vergara, J. C. & Vanegas , N. S. (2006) Indicadores pragmáticos de la gestión del conocimiento. Aplicación a Pymes innovadoras. Editorial: Red Revista Escuela de Administración de Negocios.

b) Fuentes Electrónicas

Arrazola, J. (2007). Hacia un nuevo modelo: La empresa global integrada. Universia Business Review. Recuperado el 15 de enero de 2012, del sitio web: <http://ubr.universia.net/pdfs/UBR00220070108.pdf>

Cámara de Valencia. (2010, agosto) Sector del Software en Colombia. Recuperado el 20 de noviembre de 2010, del sitio web: http://www.camaravalencia.com/internacional/docs/becarios/Colombia_NOTA_SECTORIAL_SOFTWARE.pdf

CAR. (Corporación Autónoma Regional). Recuperado el 20 d noviembre de 2010, del sitio web: <http://www.car.gov.co/>

Compañía Biofilm. Recuperado el 20 de noviembre de 2010, del sitio web: <http://www.biofilm.com.co/>

Decisión 344 (1993, octubre). Régimen Común sobre Propiedad Industrial. Comisión del acuerdo de Cartagena. Recuperado el 29 de agosto de 2011, del sitio web: <http://colombia.eregulations.org/media/Decision%20344%20de%201993.pdf>

Delgado, C. (2010). Cómo Elegir El Nombre Más Adecuado Para Tu Negocio. Recuperado el 16 de noviembre de 2010, del sitio web: <http://www.youtube.com/watch?v=5jAzLO7G7K>

Delgado, C. (2010).Cómo debe ser el logo de tu empresa para atraer más clientes. Recuperado el 16 de noviembre de 2010, del sitio web: http://www.youtube.com/watch?v=2CruQVC1_iw&NR=1

Desarrollando el Sector de TI como uno de clase mundial. (2008, octubre). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Recuperado el 4 de mayo de 2011, del sitio web. <http://www.transformacionproductiva.gov.co/Library/News/Files/UAI002-50-01SWTI.pdf320.PDF>

Diccionario de Informática. Recuperado el 22 de noviembre de 2010, del sitio web: <http://www.alegsa.com.ar/Dic/framework.php>

Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © (2007) Larousse Editorial, S.L.
Recuperado el 22 de noviembre de 2010, del sitio web:
<http://es.thefreedictionary.com/free+lance>

Infoamérica. (2010) Ferdinand de Saussure (1857 – 1913). Recuperado el 1 de
septiembre de 2011], del sitio web:
<http://www.infoamerica.org/teoria/saussure1.htm>

Emprendedores. (2009, septiembre) Consejos para ganar dinero siendo emprendedor. La
importancia del nombre en la empresa. Recuperado el 16 de noviembre de 2010,
del sitio web: <http://www.blog-emprendedor.info/la-importancia-del-nombre-para-la-empresa/>

Extremme Programming. (2009, septiembre). A gentle introduction. Extremme
Programming. Recuperado el 12 de abril de 2011, del sitio web:
<http://www.extremeprogramming.org>

Fedesoft. (2011, abril).El Ministro TIC abrió por medio de videoconferencia la
asamblea en Fedesoft Colombia. Recuperado el 4 de mayo de 2011, del sitio
web: <http://www.fedesoft.org/novedades/el-ministro-tic-abrio-por-medio-de-videoconferencia-la-asamblea-en-fedesoft-colombia>

Galindo, C. J. (2006). Manual para la creación de empresas. (Segunda edición). Bogotá:
Ecoe Ediciones, 2006. Recuperado el 1 de septiembre de 2011, del sitio web:
<http://books.google.com.co>

García, C. M. (2009). Una aproximación al concepto de cultura organizacional.
Universidad Piloto de Colombia - Pontificia Universidad Javeriana. Editorial

Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado el 12 de mayo de 2011, del sitio web: <http://site.ebrary.com>

Gartner, Juan Guillermo. (2009, marzo). Conociendo los Sectores de Clase Mundial en Colombia. Recuperado el 20 de junio de 2012. Del sitio web: <http://www.jggartner.com/2009/03/conociendo-los-sectores-de-clase.html>.

Grafología Publicitaria. (2011) Comunicación Gráfica Consistente. Recuperado el 19 de junio de 201, del sitio web: <http://grafologia-publicitaria.webnode.com/>

FIDC - Fundación Internacional de Pedagogía Conceptual Alberto Merani. Recuperado el 10 de diciembre de 2010, del sitio web: <http://www.albertomerani.org/>

Finanzas Personales.com.co. (2012) ¿Cuáles son los sectores para invertir en Colombia? Recuperado el 26 de junio de 2012, del sitio web: <http://www.finanzaspersonales.com.co/ahorro-e-inversion/articulo/cuales-sectores-para-invertir-colombia/45611>

INFORMÁTICA SIGLO 21. Recuperado el 10 de noviembre de 2010, del sitio web: www.i-siglo21.com/

Ley 590 (2000, julio 10). Congreso de la República de Colombia. Recuperado el 10 de noviembre de 2010, del sitio web: <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/mipymes/MiPymes/leyrelamentari.htm>

Morales, M. (2010, abril). Analítica web para empresas. Arte, ingenio y anticipación. Primera edición en lengua castellana. Barcelona, España: UOC, Recuperado el 6 de enero de 2012, del sitio web: <http://books.google.com.co>

National Software. Recuperado el 31 de octubre de 2010, del sitio web:

<http://www.nationalsoftware.com.co/>

Panorama Diario. (2011, marzo).Apple demanda a Amazon por la marca App Store.

Recuperado el 20 de junio de 2012, del sitio web:

<http://www.panoramadiario.com/tecnologia/articulo/articulo/239/apple-demanda-a-amazon-por-la-marca-app-store/>

Ratto, D. (2012, marzo). Elegir el nombre de la empresa. La información.com, gestión

PYME blog del día a día de su empresa. Recuperado el 1 de septiembre de

2011]. Del sitio web: <http://gestionpyme.com/elegir-el-nombre-de-la-empresa/>

Revista Dinero.com. (2009) Ocho Sectores de talla mundial. Ministerio de Comercio

2009. Recuperado el 20 de junio de 2012, del sitio web:

<http://www.dinero.com/actualidad/economia/articulo/sectores-talla-mundial/72406>

Servipunto de Software Ltda. Recuperado el 10 de diciembre de 2010, del sitio web:

www.servipunto.com/

SODIMAC. Recuperado el 10 de diciembre de 2010, del sitio web:

<http://www.sodimac.cl/static/site/nuestra-empresa/index.html>

Superintendencia de Industria y Comercio. Qué es una marca. Recuperado el 4 de julio de 2011, del sitio web:

<http://www.sic.gov.co/index.php?idcategoria=2567&ts=70ece1e1e0931919438fcfc6bd5f199c>

The Free Dictionary Recuperado el 22 de noviembre de 2010, del sitio web:

<http://www.alegsa.com.ar/Dic/framework.php>

Vélaz, J. I. (1996). Motivos y motivación en la empresa. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado el 12 de mayo de 2011, del sitio web: <http://site.ebrary.com>

Visual Tech. Software Development. Software Commercial. Recuperado el 20 de junio de 2012, del sitio web: http://www.visual-tech.mx/software_comercial.htm

Web Usable. (2010). Significado de los colores web. Recuperado el 15 de noviembre de 2010, del sitio web: <http://www.webusable.com/coloursMean.htm>

ANEXOS
UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS

ANEXO 1. ENTREVISTA A PROFUNDIDAD A LA INGENIERA
SENIOR DE SOFTWARE, MELBA CORREDOR

OBJETIVO

Conocer un poco más de la empresa National Software, para poder realizar el análisis respectivo referente a comunicación organizacional.

En esta ocasión, se entrevistó a la Ingeniera Senior de Software, Melba Corredor.

1. ¿A qué se dedica y qué es National Software?
2. ¿Cómo está conformada National Software?
3. ¿Cuáles son los requisitos para ser Ingeniero Senior?
4. ¿Quiénes son sus clientes?
5. ¿Cómo los contactan los clientes?
6. ¿Utilizan un idioma extranjero en la empresa?
7. ¿Qué clase de publicidad tiene la empresa?
8. ¿Hay alguien que los asesora en imagen corporativa?
9. ¿Cuál es la persona encargada de controlar la información?
10. ¿Cómo se realiza una propuesta a un cliente?
11. ¿Cuál es la sensación de los clientes cuando entregan un proyecto?
12. ¿Cuáles son los planes a corto, mediano y largo plazo de la empresa?
13. ¿Cómo se lleva la contabilidad de la empresa?
14. ¿Tienen algún proyecto frente a la responsabilidad social como empresa?
15. ¿Han tenido inconvenientes con los clientes?
16. ¿Han pensado en alguna estrategia frente a esta problemática?

17. ¿Cuáles son los principales problemas que se presentan en la empresa?
18. ¿Cuáles son las características a tenerse en cuenta cuando contratan el personal freelance?
19. Cuando llega un programador de sistemas a la empresa, ¿Qué le explican acerca de la compañía?
20. ¿Qué inconvenientes han tenido con los programadores de software freelance?
21. ¿Cómo incentivan a la gente en la compañía?
22. ¿Cómo incentivan a la gente en la compañía?
23. ¿Hacen alguna clase de reunión para motivar a los trabajadores de la empresa?
24. ¿Quiénes son sus principales competidores?
25. ¿Cuántos proyectos tienen en el mes de noviembre?
26. ¿Cuántos ingenieros freelance?
27. ¿Cuánta es la entrada económica al mes?

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS
ANEXO 2. ENTREVISTA AL INGENIERO SENIOR DE PROYECTOS,
ROBERT MEZA, DE LA EMPRESA BIOFILM

1. ¿Por qué medio se enteró la empresa Biofilm de los servicios de National Software?

2. Cuando le hablaron de National Software, ¿Identificó rápidamente el nombre de la empresa con su actividad?

Marque con una X

Sí. Es una casa de software que diseña soluciones de sistemas de información a la medida

No. Creí que vendían software

No se me ocurrió nada

3. ¿Visita constantemente la página Web de National Software?

Sí. Para _____

No.

4. ¿Qué clase de productos o soporte le ha ofrecido National Software a Biofilm?

5. Califique como excelente, bueno, regular o malo los siguientes aspectos de National Software.

Aspecto	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Nombre y Slogan: ¿Es fácil de leer e interpretar?(National Software “Perfect Software for Your Business”)				
Presentación Web				
Calidad de producto				
Reuniones y atención al cliente				
Calidad de los profesionales				
Soporte técnico				

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS

ANEXO 3. ENTREVISTA ON LINE A CARLOS ARIEL BERMÚDEZ
GERENTE DE NATIONAL SOFTWARE

Identificar los intereses de posicionamiento que tiene la gerencia para orientar las estrategias en la propuesta de intervención

1. ¿Cómo surge la idea de National Software y su identidad e imagen corporativa?

Evalúe de (1 a 3) donde 3= Muy importante, 2= importante, 1= nada importante

2. ¿Qué considera usted que National Software debe mejorar para ser más reconocida en el mercado de desarrollo del Software?

La publicidad La imagen empresarial El personal

Los productos Los valores corporativos La página web

Instalaciones Implementos de trabajo

Herramientas de software La responsabilidad Social

¿Qué otros considera usted?: _____

3. En la página web están bien definidos los valores corporativos de National Software, ¿Cada cuánto los revisa?

Con frecuencia. Es importante repasar las bases de mi empresa

De vez en cuando. Hay mucho trabajo para desarrollar

Es lo menos importante. Hay otras cosas que hacer

4. National Software lleva seis años al servicio de grandes empresas nacionales e internacionales, ¿Cree conveniente el registro de marca empresarial?

Sí _____

No _____

Porque:

Sí	No
<input type="checkbox"/> Es el nombre con el que se identifica mi empresa y es más valioso que mis activos tangibles. <input type="checkbox"/> Otra empresa puede llamarse de la misma manera y desarrollar los mismos productos, creando confusión en el mercado. <input type="checkbox"/> Porque representa en la mente de mis clientes la identidad, servicio y distinción de mi empresa	<input type="checkbox"/> Es muy largo y complejo el trámite <input type="checkbox"/> Es irrelevante para la empresa. <input type="checkbox"/> La gente ya nos conoce

5. ¿Qué cualidades cree usted que posee como líder de una empresa del sector de las TIC?

- Soy honesto conmigo y con los demás
- Controlo mis emociones
- Tengo compromiso con la organización
- Tengo empatía con mi equipo de trabajo
- Tengo una gran red de conocidos empresariales

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS

ANEXO 4. ENTREVISTA ON LINE A MELBA CORREDOR
INGENIERA SENIOR DE NATIONAL SOFTWARE

**Identificar los intereses de selección de personal en National Software para
orientar las estrategias en la propuesta de intervención**

Califique de (1 a 3) donde 3= es muy notable, 2= notable, 1=nada notable

1. ¿Cuáles considera que son las cualidades de un trabajador de National Software?
 - Posee altos conocimientos en desarrollo de software
 - Tiene competencias comunicativas
 - Conoce un idioma extranjero
 - Conoce y se identifica los valores corporativos de la empresa
 - Busca desafíos creativos
 - Inquieto por avanzar en el trabajo
 - Les encanta aprender
 - Se enorgullece del trabajo bien hecho

¿Qué otras cualidades considera usted? _____

Califique de (1 a 3) donde 3= muy importante, 2= importante, 1=nada importante

2. ¿Cuáles son los valores corporativos de National Software se comparten en grupo?
 - Metas empresariales (Misión Visión)
 - Productos a desarrollar
 - Clientes objetivo

Desarrollo de TIC en Colombia

Cultura Organizacional

Gestión del Conocimiento

Integridad y secreto profesional

¿Qué otros temas considera usted importantes? _____

3. ¿Cuál es la función de las reuniones informativas en National Software?

Concretar planes de trabajo

Presentar empresas clientes

Aclarar procedimientos

Escuchar inquietudes de los trabajadores

Escuchar propuestas de los trabajadores

Compartir información del sector de las TI

Reafirmar valores corporativos

¿Qué otros temas considera usted? _____

4. ¿Cómo define la sinergia del equipo de trabajo de National Software?

Hay motivación en el equipo de trabajo

Todos participan en las reuniones

Se observa concordancia en las actuaciones individuales y los objetivos empresariales

Cada persona se encarga de realizar la tarea que le corresponde

Se percibe el respaldo de equipo

¿Qué otras características considera usted importantes? _____

**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS**

**ANEXO 5. ENTREVISTA ON LINE
INGENIERO JUNIOR NATIONAL SOFTWARE
- OLGER ROCERO-**

**Identificar los valores corporativos en el personal en National Software para
orientar las estrategias en la propuesta de intervención**

Califique de (1 a 3) donde 3= muy importante, 2= importante, 1=nada importante

1. ¿Cuál es su percepción de los valores corporativos de National Software?

- Me siento identificado con la cultura de National Software
- Mi trabajo es muy importante
- Estoy de acuerdo con las metas empresariales
- National Software es una empresa a la vanguardia de las TIC
- Confío en los sueños empresariales de National Software

¿Qué otras percepciones puede aportar? _____

2. ¿Siente que sus ideas de trabajo son aceptadas por National Software?

Sí _____

No _____

Sí	No
<input type="checkbox"/> Propongo nuevas fórmulas para desarrollar productos	<input type="checkbox"/> Hago lo que solicita National Software
<input type="checkbox"/> Me gusta tomar iniciativa en el desarrollo de cronogramas de trabajo	<input type="checkbox"/> Sigo estrictamente instrucciones impartidas
<input type="checkbox"/> Me agrada ser creativo en mi manera de trabajo	<input type="checkbox"/> Mi guía es únicamente el framework y el documento de especificación

¿Qué otros aportes puede brindar? _____

3. ¿Cuál es su apreciación de National Software?

- Es una empresa a la vanguardia de las TIC
- Es una empresa que valora mi trabajo (económica y emotivamente)
- Percibo la cultura organizacional de los clientes, pero soy consciente que mi identidad es National Software
- Conozco de los proyectos empresariales de National Software

¿Qué otra apreciación puede aportar? _____

Califique de (1 a 3) donde 3= siempre, 2= casi siempre, 1=nunca

4. ¿Cuál es la percepción que tiene de sus jefes?

- Manifiestan identidad con los valores de la empresa
- Son asequibles cuando se necesita una aclaración
- Son reacios al proveer una explicación
- Me incentivan a cultivar los valores empresariales
- Solo les interesa que entregue un producto

Otros comentarios (Siento que) _____

5. ¿Cómo se describe como líder en la realización de proyectos en National Software?

- Me gusta tomar iniciativa
- Me interesa alcanzar objetivos
- Tengo empatía con National Software
- Me gusta ser creativo
- Me encanta aprender
- Me siento orgulloso de mi trabajo

Sustente su respuesta _____

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES**PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS****ANEXO 6. ENTREVISTA ON LINE Carolina Navarrete Freelance****Identificar el impacto de los sistemas de información en National Software para orientar las estrategias en la propuesta de intervención**

Califique de (1 a 3) donde 3= muy importante, 2= importante, 1=nada importante

1. Como Diseñadora Gráfica ¿Qué le cambiaría a la página web de National Software?
 - La tonalidad de los colores
 - La redacción y ortografía
 - Las imágenes
 - La distribución de contenidos
 - La configuración de soporte¿Qué otros aportes puede brindar? _____

2. ¿Qué percepción tiene de los símbolos de National Software?
 - Es una empresa del sector de las TIC
 - Es una empresa con identidad e imagen corporativa propia
 - Es una empresa con valores corporativos firmes
 - Es una empresa que desarrolla software a la medida para clientes exclusivos¿Qué otra percepción puede aportar? _____

3. Cree que la información suministrada en la página web de National Software es:
 - Acertada
 - Entendible
 - Suficiente

- () Sirve de guía para los colaboradores de National Software
- () Ayuda a la comunicación de los clientes con National Software
- () Genera solución inmediata a inquietudes de nuevos clientes por medio de su sistema “contáctenos”

¿Qué otra apreciación tiene frente a la página web de National Software?

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS
ANEXO 7. ENTREVISTA A CLIENTES

**Identificar el impacto de los sistemas de información en National Software para
orientar las estrategias en la propuesta de intervención**

Califique de (1 a 3) donde 3= excelente, 2= bueno, 1=regular

1. Cómo considera usted la presentación de la página web de National Software:
 - Agradable a la vista
 - Fácil de leer
 - Elegante
 - Llamativa
 - Muy informativa

- 2.Cuál es su análisis de los contenidos de la página web de National Software :
 - Son cortos y entendibles
 - Motivan al lector a conocer más acerca de la empresa
 - Poseen buena redacción y ortografía
 - Se percibe la identidad e imagen de National Software

Califique de (1 a 3) donde 3= siempre, 2= casi siempre, 1=nunca

3. Los colores, símbolos, nombre y slogan utilizados en la página web me indican que esta empresa es:
 - Una empresa del sector de las TIC
 - Es una empresa con proyección
 - Es una empresa que sabe de tecnología en desarrollo de software a la medida
 - Es una empresa con valores corporativos (identidad e imagen)

4. La información que necesito acerca de la empresa National Software, es:

- Fácil de encontrarla en los sistemas de información
- Es exacta e inmediata
- Solo me interesa saber qué productos ofrece
- Me agrada conocer la cultura organizacional de National Software

5. Cuando necesito comunicarme con National Software, lo hago por la página web porque :

- Puedo escribir todas mis sugerencias y tengo respuesta inmediata
- No sé cómo comunicarme por medio de la página web
- Prefiero que me atiendan personalmente-

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

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

Nombre Completo Luz Marcela Corredor Suesca

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 24202522

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:

PROPUESTA DE INTERVENCIÓN CULTURA ORGANIZACIONAL PARA
POSICIONAMIENTO DE MARCA EMPRESARIAL NACIONAL SOFTWARE

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: <u>Luz Marcela Castaño S.</u>	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: <u>[Firma]</u>	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>24202522</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: <u>HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES</u>	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Lenguas modernas</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

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

Fecha de firma: 23 de julio de 2012

