



**Propuesta de mejoramiento de correo electrónico corporativo para asociados en una  
Cooperativa.**

Elaborado por:  
Patricia Cruz Melo  
Jennifer Nataly Castro Reyes

Universidad EAN  
Escuela de Formación en Investigación  
Seminario de Investigación de Posgrado  
Bogotá  
15/09/2023

**PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE CORREO ELECTRÓNICO  
CORPORATIVO PARA ASOCIADOS EN UNA COOPERATIVA.**

2

**Propuesta de mejoramiento de correo electrónico corporativo para asociados en una  
Cooperativa.**

Patricia Cruz Melo  
Jennifer Nataly Castro Reyes

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

**Especialización Gerencia de Proceso y Calidad**

Director (a):

Luz Maribel Guevara Ortega

Modalidad:

**Seminario de Investigación**

Universidad EAN

Facultad de Ingeniería

**Especialización Gerencia de Proceso y Calidad**

Bogotá D.C., Colombia

27/11/2023

**PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE CORREO ELECTRÓNICO  
CORPORATIVO PARA ASOCIADOS EN UNA COOPERATIVA.**

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del director del trabajo de grado

### **Resumen**

En la Cooperativa, la plataforma de correo electrónico para los asociados se ha manejado por años, ofreciendo una disponibilidad 85,5%, capacidad de almacenamiento de solo 3 GB, así como una seguridad con una cobertura de DoS, Perimetral NextGen IPS 2018 (Firewall), Antimalware, sin ninguna otra ventaja y/o unificación en las diferentes empresas de la organización.

Es por ello, que se ve la necesario, la mejora de esta herramienta tecnológica para los asociados de la Cooperativa, en la cual podemos ofrecer mayor capacidad de disponibilidad, almacenamiento, aumentado la seguridad en la misma, brindando como valor agregado la unificación e integración de herramientas que le permita a nuestros asociados ingresar desde cualquier navegador y/o dispositivos, brindando analítica de datos brindado agilidad y practicidad a la hora de acceder a los servicios que ofrece la organización.

## Contenido

Tabla de Ilustraciones .....	6
1. Problema de Investigación .....	7
2. Objetivos .....	9
2.1. Objetivo general .....	9
2.2. Objetivos específicos .....	9
3. Justificación .....	10
4. Marco Teórico .....	11
4.1. Historia: .....	11
4.2. Historia en Colombia: .....	13
4.3. Política y legislativo: .....	14
4.4. Economía y tecnología: .....	15
5. Marco institucional .....	19
6. Metodología .....	21
6.1. Primer nivel .....	21
6.1.1. Enfoque: .....	21
6.1.2. Alcance: .....	21
6.1.3. Diseño de la investigación: .....	22
6.1.4. Definición de Variables .....	22
6.1.5. Población .....	23
6.1.6. Muestra .....	23
6.2. Segundo nivel .....	24
6.2.1. Selección de métodos o instrumentos para recolección de información .....	24
6.2.2. Técnicas de análisis de datos .....	25
6.2.3. Análisis y discusión de los resultados .....	26
6.2.4. Propuesta Metodología para la mejora y control de calidad de la herramienta de correo electrónico .....	40
6.2.5. ISO 9001: 2015 Sistema de Gestión de Calidad .....	40
6.2.6. ITIL (Information Technology Infrastructure) .....	41
6.2.7. ISO 20000 gestión de servicios TI .....	42
6.2.8. Beneficios de la actualización correo electrónico .....	43
6.2.9. Implementación de la actualización de la plataforma correo electrónico .....	44
6.2.10. Cuadro comparativo de herramienta .....	45
7. Conclusiones .....	46
8. Anexos .....	48

8.1. **Anexo 1:**.....48  
8.2. **Anexo 2:**.....49  
8.3. **Anexo 3:**.....50  
**9. Lista de referencias**.....52

**Tabla de Ilustraciones**

Ilustración 1. Beneficios- Propia.....43  
Ilustración 2. Beneficios puntuales - Propia .....43  
Ilustración 3. Paso a paso de implementación- Propia.....44

## **1. Problema de Investigación**

La implementación de nuevas tecnologías en una organización se ha convertido en un eje fundamental para que sus procesos sean cada vez más ágiles y eficientes. De acuerdo con (Asociación Nacional de Empresarios de Colombia ANDI, 2021) *“indicó que el 62,7 por ciento de las empresas en el país ya han avanzado en incorporar tecnologías emergentes dentro de sus procesos”*.

Esto quiere decir, que la tecnología después de la situación de pandemia y su constante evolución obliga que las empresas aceleren su entrada al mundo digital. De igual forma, es importante resaltar que no se trata simplemente de la adquisición de tecnología, sino de un cambio cultural, ya que presume que las empresas realicen cambios indispensables en la forma en la que trabajan, así como en el modo en que se interactúan con los clientes.

Es por ello, *“que es fundamental que la estructura organizativa de la empresa responda a la nueva y diferente forma digital de trabajar, que inclusive integra nuevas funciones y puestos de trabajo”*. (Telefónica, 2022. Que es la transformación digital y la cuáles son sus ventajas. Blog sala de comunicación) y uno de los cambios tecnológicos que trataremos en esta investigación es la actualización del correo electrónico para la Cooperativa.

En la actualidad, la plataforma de correo electrónico que comunica la organización con los asociados se ha manejado por años, ofreciendo una disponibilidad 85,5%, capacidad de almacenamiento de solo 3 GB, seguridad con una cobertura de DoS, Perimetral NextGen IPS 2018 (Firewall), Antimalware, sin ninguna otra ventaja y/o unificación en las diferentes empresas de la organización.

Ahora bien, De acuerdo con la encuesta Global CEO Outlook refleja *“que el 68% de los CEO encuestados mejoran su organización invirtiendo en tecnología”*. (Thomas, B. (2019). Hallazgos clave. *Ágil o irrelevante. Volumen 1. 1-23*) y debido a esto, la actualización del correo electrónico en una organización hace parte de la evolución tecnológica y permitiendo así, la generación de beneficios organizacionales a nivel de optimización de procesos, reducción de recursos, experiencia al cliente innovación y competitividad.

Así mismo, el (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC),2019) aseguran que esta transformación, “en el caso del sector privado, permite optimizar procesos productivos y hacerlos más competitivos para encontrar más mercados y para servir mejor a los clientes”.

Enfocándonos en la mejora que se va a desarrollar del correo electrónico, *“esta es una de las herramientas más importantes para las organizaciones, dado que permite mejorar la comunicación con el cliente e inclusive es una de las formas de marketing empresarial más fuertes y exitosas, inclusive puede usarse también como estrategia para darle un valor agregado a tu servicio creando una comunicación mucho más cercana y personalizada”*. (Aguatiello, M, 2021).

De acuerdo a lo anterior, en esta investigación analizaremos ¿Cuáles son los beneficios y ventajas que se obtienen en la actualización de la herramienta de correo electrónico para todas las partes interesadas?, ¿Cuál de las opciones disponibles es la mejor plataforma tecnológica de correo electrónico que le permitirá potencializar sus procesos de comunicación con los asociados? y ¿qué metodología se puede aplicar para garantizar la implementación de este proyecto y del nuevo proceso de correo corporativo en la cooperativa con el fin de lograr los objetivos?

Para la Cooperativa, el correo electrónico es uno de sus canales principales de comunicación, conexión, capacitación e información; es por ello, que será fundamental que esta herramienta cuente con diferentes funcionalidades, como, por ejemplo: tasa de apertura, cronograma y creación de reuniones para capacitación, data análisis, entre otros.

Es por ello, que respondiendo a las necesidades reflejadas dentro de la organización en un primer vistazo, se espera que la nueva plataforma brinde beneficios como: mayor capacidad de disponibilidad y almacenamiento, aumento de la seguridad en la misma, valor agregado en la unificación e integración de herramientas que le permitan a los asociados ingresar desde cualquier navegador y/o dispositivos, brindar analítica de datos, agilidad y practicidad a la hora de acceder a los servicios que ofrece la organización y este será solo

un paso de las múltiples mejoras que con el tiempo la organización empezará a implementar teniendo en cuenta las nuevas tendencias tecnológicas, buscando no solo a la mejora del proceso de envío de correos electrónicos sino el uso de otras herramientas de comunicación con los clientes eficientes, ágiles y que se ajuste a las necesidades y expectativas de los asociados y de la organización.

## **2. Objetivos**

### **2.1. Objetivo general**

Evaluar proyecto de actualización de email Corporativo para asociados de una Cooperativa, implementando una nueva plataforma rápida, fácil de usar, accesible desde cualquier lugar, ágil y útil para el envío masivo de emails y aplicaciones adicionales.

### **2.2. Objetivos específicos**

- Analizar las necesidades y expectativas de todas las partes interesadas con respecto al proceso de actualización de correo corporativo, con el fin de evaluar las ventajas y desventajas de la implementación de una nueva plataforma tecnológica.
- Investigar y proponer la plataforma tecnológica adecuada para la actualización del correo corporativo de la cooperativa.
- Proponer e implementación de una metodología que permita realizar seguimiento y monitoreo a la implementación del nuevo proceso de correo corporativo, teniendo como eje fundamental la satisfacción del cliente y de las partes interesadas.
- Evaluar las diferentes fases de implementación del proceso de implementación del correo corporativos.
- Analizar los beneficios de la implementación de una nueva plataforma tecnológica

### **3. Justificación**

Actualmente, las empresas están en la búsqueda constante de la mejora continua en sus procesos y en sus plataformas tecnológicas, es por ello, que una de las estrategias principales que promueve la alta dirección en las organizaciones es que los colaboradores analicen y propongan nuevas formas de hacer las cosas de tal manera que estas beneficien y den valor a sus clientes; por este motivo, las Cooperativas se ve enfrentada a la necesidad de implementar una herramienta de comunicación robusta que le permita a través de correo electrónico mantenerse en contacto con sus afiliados y transmitir sus mensajes de manera ágil, eficiente y oportuna. Adicionalmente, poder contar con una aplicación que permita el análisis de data en el cual se verifique quien lee o no la información enviada y optimizar el correo segmentando las comunicaciones hacia los asociados de una forma estructurada y automática.

En este momento, el envío de correos electrónicos a sus afiliados presenta grandes desafíos en la herramienta ya que no cuenta con la suficiente capacidad e infraestructura tecnológica, dado el alto volumen y tipo de comunicaciones que se quieren remitir.

En base a lo anterior, se desarrollará una investigación con propósito con la implementación del proyecto de correo corporativo en dicha Cooperativa, para ello, en donde permita lograr los objetivos trazados, así como estructurar diferentes aspectos como los son: la metodología, recursos, cronograma, análisis de riesgos, factores críticos, definición de entre otros, esperando que como resultado de dicha investigación se beneficie la organización en el proceso de comunicación con sus afiliados, y avance en la modernización de las plataformas tecnológicas en la empresa.

## 4. Marco Teórico

### 4.1. Historia:

Para poder entender como el sector solidario ha permitido que mucha de la economía, los sectores y las mismas organizaciones, se han beneficiado, es fundamental hablar de sus inicios, de las diferentes entidades que la supervisan y como contribuyen e impactan en temas políticos, económicos, sociales, ecológicos, legislativos, pero sobre todo tecnológicos.

La humanidad desde sus inicios, se ha asociado y una creado una relación cooperativo para la supervivencia y la creación de cultura, los primeros humanos, trabajaban en grupos y realizaban actividades como la caza, la pesca, la agricultura, etc., obteniendo resultados exitosos y brindando una seguridad; según nos comentan (Luis Francisco Ramírez-Díaz, Jose de Jesus Herrera Ospina, Luis Fernando Londoño Franco, 2016), en su artículo, varias de las civilizaciones de la antigüedad tenían fuertes asociaciones para realizar la actividad comercial, nos habla que en Egipto, los artesanos al servicio del Faraón desarrollaron un sistema de “cooperativismo” que permitio la regular el sistema comercio y las actividades que eran de interés común de todos ellos.

En el imperio Babilónico (hasta año 550 a.c.), se contaba con un sistema cooperativos se orientaban a la enajenación y trueque de productos agrícolas, en la civilización Romana y Griega, existían una relación cooperativa entre artesanos y agricultores para beneficio, así como este; es importante, indicar que China en la dinastía Chou se genera su “*cooperativa de ahorro y crédito*”. Los nativos (Aztecas, Mayas e Incas) de Latinoamérica en la época precolombina, se realizaron asociatividad con fines sociales y solidarios entre ellos.

El que da realmente, el hito para dar inicio a la economía solidaria y con ella el Cooperativismo, como indica (Luis Francisco Ramírez-Díaz, Jose de Jesus Herrera Ospina, Luis Fernando Londoño Franco, 2016), la revolución francesa como indica que en “*En primer lugar, las ideas de libertad y progreso. La Edad Media había generado un importante malestar político que se generalizó en la sociedad (...) y En lo económico, el régimen del feudalismo hacía ver un despotismo o tiranía, dado que la concentración de las tierras en manos de un solo señor o amo daba una omnipotencia absoluta al señor feudal que no*

*permitía ni libertad ni progreso” (...). En la revolución industrial, (Luis Francisco Ramírez-Díaz, Jose de Jesus Herrera Ospina, Luis Fernando Londoño Franco, 2016): “El ascenso, pues, de la burguesía y de una clase proletaria dueña de sus tierras, casas o lugares de trabajo, fue generando lo que se terminó de construir con la Revolución industrial en un primer momento”.*

Cada momento de nuestra historia, no deja ver que desde los inicios de los tiempo el sentido de cooperativismo, ha sido un característica basica de los seres humanos, pero muchos teóricos, han demostrado que las organizaciones cooperativas, puede ser una alternativa para la economía; daremos inicio hablando de Robert Owen (1771 -1858), durante la revolución industrial, el capitalismo era la base de economía, donde los seres humanos no se les veía con dignidad, sino como maquinas de producción, es por ello, que Owen, propone un sistema económico alternativo al capitalismo, en el cual, las comunidades autónomas (así las llamo), en el cual mejora la calidad de vida, como (Luis Francisco Ramírez-Díaz, Jose de Jesus Herrera Ospina, Luis Fernando Londoño Franco, 2016) indica sobre Owen en su triunfo como pensador *“Logrando éxito cuando se asumió la defensa de los derechos del trabajador, incitó al trabajo en común y motivó con sus ideas y propuestas a las nacientes asociaciones de obreros ingleses”* y creando aproximadamente 500 cooperativas en Inglaterra.

Para William King (1786 – 1865): *“El trabajador al carecer de capital, se ve obligado a vender su trabajo a quien es poseedor de aquel; sin embargo, el trabajador podría fácilmente convertirse en propietario del capital, porque todo capital es producto del trabajo”* (Diccionario de Economía Social, 2009, p. 188); como para François Marie Charles Fourier (1772 – 1837), buscaba plantar una ideas que mas adelante serian predecesoras a las *“ideas del socialismo libertario que tiene como objeto formar asociaciones voluntarias con base en un sistema político distinto al liberalismo y en un sistema económico distinto al capitalismo. Términos como “consejo obrero”, “comunidad autónoma”, “principio federativo” fueron creación suya y posteriormente fueron utilizados tanto en la economía como en la política”* (Luis Francisco Ramírez-Díaz, Jose de Jesus Herrera Ospina, Luis Fernando Londoño Franco, 2016).

Para Louis Blanc (1811 – 1882) indica que: *“unas cooperativas obreras que organizaran democráticamente cada rama de la producción, repartiendo igualitariamente sus beneficios y suministrando pensiones de vejez y enfermedad”* (Biografías y vidas, 2004-2016; 2012, p. 79). Es importante, hablar sobre Karl Marx (1881 – 1883), quien habla del movimiento cooperativismo y *“Es imposible exagerar la importancia de estos grandes experimentos sociales que han mostrado con hechos, no con simples argumentos, que la producción en gran escala y al nivel de las exigencias de la ciencia moderna, puede prescindir de los patronos, que utiliza el trabajo de la clase de las «manos»; han mostrado también que no es necesario para la producción, que los instrumentos de trabajo estén monopolizados como instrumentos de dominación y de explotación contra el trabajador mismo y han mostrado, por fin, qué es el trabajo esclavo, qué el trabajo siervo y el trabajo asalariado. En resumen es una forma transitoria de trabajo inferior, destinada a desaparecer ante el trabajo aso El cooperativismo y la economía solidaria: génesis e historia 141 ciado, que sí cumple su tarea con gusto, entusiasmo y alegría”* (Marx, 1884, Tomo I, p. 115).

#### **4.2. Historia en Colombia:**

En Colombia, también existieron pensadores sobre el Cooperativismo, Rafael Uribe Uribe líder que dio inicio a el socialismo en nuestro país decía que: *“se proponía que este asumiera la reivindicación de los derechos de los trabajadores, abogaba por la creación de restaurantes populares, colonias de vacaciones, cajas y ahorros, sindicatos y cooperativas”*. (Luis Francisco Ramírez-Díaz, Jose de Jesus Herrera Ospina, Luis Fernando Londoño Franco, 2016), gracias a su trabajo y discurso de apoyo a la clase trabajadora, fue le precursor de las ayudas sociales para los empleados del país, mostrando su apoyo a los sindicatos y cooperativas.

Por ultimo, debemos hablar del un teórico del concepto del Cooperativismos y este es, Francisco Luis Jiménez (1902 – 2008), es el real impulsor de las Cooperativas en nuestro país como solución a las crisis económica (en especial la gran crisis de 1930), Jiménez fue la cabeza y fundador de más de docientas cooperativas, entre las más destacadas, tenemos Seguros la Equidad, la Cooperativa de Cafeteros, la Cooperativa de Vivienda de Medellín y participo la fundación de la Asociación Colombiana de Cooperativas (Ascoop) y la

Confederación de Cooperativas de Colombia (Confecoop), pero no solo, fue una figura de alta importancia en Colombia en este tema, si no que también, tuvo alto reconocimiento internacional, ya que fue integrador del cooperativismo colombiano en el continente, presidió y lideró la Asociación de Cooperativas de América.

#### **4.3. Política y legislativo:**

Las Cooperativa en Colombia, la economía solidaria se rige por ley 79 de 1988: *“el propósito de dotar al sector cooperativo de un marco propicio para su desarrollo como parte fundamental de la economía nacional”* (Función Pública, 1988), la ley 454 de 1998, que tiene como objetivo: *“Por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria, se transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Economía Solidaria, se crea el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones.”* (Departamento Administrativo de la Función Pública, 1998). El Decreto 1714 de 2012 tiene como objetivo *“la reglamentaciones de la Ley 454 de 1998 en lo referente al Consejo Nacional de la Economía Solidaria (CONES)”* (Función Pública, 2012) y Ley 700 de 2001 que tiene un propósito *“dictar medidas tendientes a mejorar las condiciones de vida de los pensionados y se dictan otras disposiciones”* (Función Pública, 2001).

En la actualidad, en el Congreso de la República los representantes a la Cámara María Fernanda Carrascal Rojas y David Alejandro Toro Ramírez, presentaron un proyecto de ley que pretende modificar la ley 700 de 2001, en especial los artículos dos y cinco, con referencia a la inclusión de las disposiciones los Fondos de Empleados de categoría plena o intermedia; esta acto legislativo, ya esta siendo debatido en el Congreso y fue aprobado en su primer debate y seguirá su curso con tres debates más.

#### **4.4. Economía y tecnología:**

En la economía del país, según informe suministrado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, en su boletín técnico de agosto de 2023 presentado el 18 de octubre de 2023, nos habla del compartamiento de la economía y nos indica sobre al comportamiento a lo corrido del año: *“Para el periodo enero-agosto de 2023pr, el ISE en su serie original, registró un crecimiento de 1,34% respecto al mismo periodo del año anterior, mientras que, para el año 2022pr, de enero a agosto registró un crecimiento de 9,51%”* (Departamento Administrativo Nacional de Estadística , 2023) y para comportamiento anual, nos indica: *“Para el mes de agosto de 2023pr el índice de las actividades primarias, en su serie original se ubicó en 107,94, lo que representó un crecimiento de 1,19% respecto al mes de agosto de 2022pr (106,67). En cuanto a la serie ajustada por efecto estacional y calendario, para el mes de agosto de 2023pr, se ubicó en 101,65, lo que representó un crecimiento de 1,25% respecto al mes de agosto de 2022pr”* (Departamento Administrativo Nacional de Estadística , 2023).

Podemos hablar también, que el Gobierno Nacional en el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación entre el periodo 2023 y 2024, busca incentivar el desarrollo y la productividad en las empresas en el país, cuenta con un presupuesto de 2,9 billones de pesos, para proyecto que cumplan con estos objetivos en las regiones; según los datos informados por (Ministerio de Tecnología de la Información y la Comunicación - Dane, 2020) en su encuesta, indica que de las 20.243 empresas encuestadas, el 2.3% son de correo y almacenamiento y de estas empresas 23 empresas usan teléfonos celulares convencionales, 85 usan teléfonos celulares inteligentes y 80 usan teléfonos fijos; en la categoría de otros bienes TIC a su personal indican que el 55% de estas empresas usan TV inteligentes y 10% manejan agendas digitales y 15% usan dispositivos móvil de captura.

En cuanto a la red, las empresas de correo electrónico y almacenamiento, el 98% usan red de área local, el 48% usan red de área ampliada, el 68% de estas empresas cuentan con intranet y 30% tiene extranet. También podemos indicar que los indicadores de ocupación del uso de computador en el sector de correo y almacenamiento es del 60% por parte de sus colaboradores.

Con el objetivo de comprender el desarrollo del proyecto de implementación de correo corporativo, es importante conocer los siguientes conceptos:

Email marketing: Basados en Cyberclick, organización dedicada a la formación de marketing digital, este concepto se trata del envío de correos electrónicos a una base de clientes y contactos (en este caso los afiliados) con el fin de promover productos, servicios o información de interés general. Esta herramienta es fundamental para llevar a cabo una comunicación efectiva con los clientes. Adicionalmente, puede cumplir otro tipo de funciones o escenarios como los siguientes ejemplos: Emails de captación, para invitar a nuevos clientes. Newsletters o boletines informativos con el fin de fortalecer el contacto del cliente con la marca y comunicarle novedades (ajuste en las políticas, creación de productos...). Emails administrativos y Emails de fidelización.

*“Antes de diseñar un envío de correo masivo o informativo la primera etapa por la que debes pasar es la de conocer la estrategia de marketing”.* ((Ministerio de Tecnología de la Información y la Comunicación - Dane, 2020) En la implementación de un correo corporativo para el envío de correos masivos es muy importante la definición de indicadores de proceso que permitan evaluar la tendencia del comportamiento de dichos emails en el tiempo, por ejemplo: porcentaje de correos entregados respecto el número de enviados, porcentaje de emails no entregados, porcentaje de correos abiertos, entre otros.

Correo: es un método de comunicación para enviar mensajes a través de redes informáticas, fue creado en los años 70 por el programador Ray Tomlinson. Para obtener este servicio de mensajería algunas de las entidades que los ofrecen son Gmail.com, Outlook.com, Zoho mail, Mail.com, entre otros. A cada usuario se le especifica un @ con el objetivo de separar el nombre del usuario del servidor.

Automatización: Usar tecnología para realizar actividades con la mínima intervención humana, normalmente se utiliza para procesos repetitivos. No obstante, su mayor uso ha sido en fabricación, robótica o software empresariales. La automatización hace parte de la transformación digital de las organizaciones, estas optimizaciones a su vez permiten que se

enfocuen en otros procesos de mejoramiento. El objetivo de que las empresas automaticen sus procesos es que puedan realizar sus tareas con mayor agilidad y no necesariamente implica suplir personal. Por el contrario, permite que los equipos de tecnología se enfoquen en problemas de mayor relevancia. Algunos de los beneficios de la automatización son:

Mayor productividad: los colaboradores pueden dedicar más tiempo al mejoramiento de otros procesos.

Confiabilidad: disminuir la intervención humana, mitiga errores y la necesidad de implementar controles. Al ser automáticos se tiene conocimiento de los momentos exactos en los que se ejecutan los procesos, actualizaciones y permite confiar en los resultados. Dentro de los desafíos en los procesos de automatización podemos identificar el tema de los costos, dado la adquisición de personal y plataformas tecnológicas.

Proveedores de correo electrónico: Teniendo se encuentra en la búsqueda de la implementación de un correo corporativo, a continuación, *“relacionamos los principales proveedores que serán evaluados durante el proyecto y sus beneficios de acuerdo con la empresa de consultoría IONOS “(IONOS Cloud S.L.U, 2023)*

*Gmail: ofrece en la actualidad un volumen total de 15 GB de memoria para los servicios de Google Gmail, Drive y Fotos. Con respecto al tamaño de los archivos adjuntos asciende a 25 MB. Como alternativa para los archivos adjuntos de mayor tamaño el servicio ofrece la posibilidad de compartir un enlace a Google Drive en lugar de enviar el archivo. Gmail también cuenta con algunos aspectos negativos, específicamente en lo relacionado con la protección de datos. Otra de las ventajas de Gmail es la integración de Google, ya que, junto a Google Drive, poder utilizar Google Meet desde el correo para chatear o para realizar una videollamada (recolección en la organización)*

*Yahoo Mail: al igual que Gmail ofrece a los usuarios un volumen destacado de 1000 GB (1 TB). No obstante, dentro de sus desventajas el servicio con cuenta con una opción propia para el almacenamiento en la nube. Yahoo Mail brinda varias opciones de personalización: clasificación, vista previa de los mensajes y el diseño de la bandeja de entrada, pueden*

*modificarse. Con respecto a la protección de datos, la aplicación de correo de Yahoo guarda ciertas similitudes con Gmail. Para la transmisión de correos electrónicos entre el navegador y el servidor de Yahoo, el proveedor de correo electrónico gratuito utiliza el cifrado SSL/TLS (recolección en la organización)*

*Outlook: el mayor beneficio de Outlook es su integración en el ecosistema Microsoft, dado que con el registro en la plataforma se tiene acceso a otros servicios, como, por ejemplo: almacenamiento OneDrive. Outlook es adecuado para entornos de trabajo complejos, en cuanto al almacenamiento, Outlook.com promete espacio de almacenamiento en la solución iCloud propia OneDrive para todo tipo de archivos y los adjuntos pueden alcanzar aquí un tamaño de hasta 34 MB. Dentro de sus desventajas se encuentra que el puesto que Microsoft tiene su sede en los EE. UU., no está sujeta al RGPD (recolección en la organización)*

*Zoho Mail: “destaca por una interfaz familiar que permite un uso fácil y sencillo para cualquier usuario. en Zoho se pueden arrastrar los archivos para adjuntarlos a los mensajes y estos pueden desplazarse de la misma forma a sus carpetas correspondientes. Este proveedor cuenta con un sistema de filtros para configurar la clasificación de los mensajes entrantes en carpetas. Para Zoho es muy importante la seguridad de los datos de los usuarios y los protege de la amenaza de terceros. Ofrece 10 GB de espacio y un máximo de 25 MB para los documentos adjuntos” (recolección en la organización).*

*GMX: dispone de una capacidad de almacenamiento de hasta 65 GB y los archivos pueden organizarse desde cualquier lugar y haciendo uso de eficientes sistemas de seguridad. En el caso de los archivos adjuntos, GMX permite que estos tengan un tamaño de hasta 50 MB con el objetivo de que los usuarios disfruten del servicio sin restricciones. En su propio servicio en la nube Cloud GMX, puedes almacenar hasta 2 GB en archivos. GMX también ofrece aplicaciones para Android y iOS. Gracias a ellas, el servicio permite consultar todos los mensajes en cualquier momento y en cualquier lugar. Así mismo, las herramientas integradas de antispam con las que se puede hacer uso del servicio sin ningún tipo de temores ante posibles amenazas (recolección en la organización).*

## **5. Marco institucional**

A raíz de la pandemia, la economía de nuestro país está teniendo una transformación a nivel social y económico, donde las Cooperativas se muestran como uno de los sectores que apoya a la evolución y el desarrollo socioeconómico; basados en valores de ayuda mutua, cooperación y solidaridad entre sus asociados. No solo los asociados, se ven vinculados y beneficiados por la dinámica del cooperativismo, sino también los diferentes interesados (proveedores, compradores, colaboradores, terceros, etc.) que promueve el bien general sobre el bien individual, buscando una fuerza y apertura en los mercados, que quizás en solitario no se realizaría. Estas organizaciones sociales, esta regidas por la Superintendencia de la Economía Solidaria, quien es el ente encargado vigilar, contralar y supervisar a estas agrupaciones.

La Supersolidaria tiene una división para ejercer mejor sus tareas de acuerdo al sector que funciona la Cooperativa, en estas están: la primera de ellas, con Cooperativas cuyo propósito sea la actividad financiera, en ellas, se evidencia las categorías de Cooperativas de ahorro y crédito, la segunda categoría, son Cooperativas que supervisan el ahorro y las formas de asociatividad solidaria; amparados por la Ley 79 de 1988 (actualización de la legislación de la Cooperativa), en su artículo 99 y que modificado por la Ley 454 de 1998 (creación de la Superintendencia de la Economía Solidaria) en el artículo 99.

Según el informe dado por la (Superintendencia de la Economía Solidaria, 2022), para diciembre de 2021, se informó que, “en el territorio colombiano se encontraron 1711 Cooperativas, que esta divididas de la siguiente manera: Región Andina: 1.170 Entidades (68,38%), Región Pacífica: 249 Entidades (14,55%), Región Caribe: 238 Entidades (13,91%), y región Oriente: 54 Entidades (3,16%), así mismo, para este mismo informe, indica que este asociaciones, cuentan con 31.545 empleados y 1.937.194 asociados”, lo que muestra la contribución en los diferentes indicadores como índice de precios del consumidor, tasa de desempleo e incluso al indicador de confianza empresarial en nuestro país.

Podemos indicar que el sector del cooperativismo es uno de los más estables, a pesar de la crisis que originó la pandemia en el año del 2020, ya que las Cooperativas de ahorro y crédito, fueron una de las fuentes alivios y créditos para sus vinculados. El cooperativismo, se espera que crezca gracias al Plan Nacional de Desarrollo 2022- 2026 , que busca que desarrollar e impulsar la economía popular, como herramienta de inclusión social, como indica el artículo 88 (Presidencia de la Republica, 2023) del Plan Nacional de Desarrollo: “impulsará el desarrollo de instrumentos y programas para promover la inclusión financiera y crediticia de la Economía Popular, especialmente pequeños productores del sector agropecuario y los micronegocios, la promoción de las finanzas verdes, la innovación y el emprendimiento” y en este mismo artículo en su literal a y b (Presidencia de la Republica, 2023), el cual indica: “El desarrollo, a través de las entidades del Grupo Bicentenario, de garantías de portafolio a deudores, líneas de fondeo global con comisiones y tasas compensadas, incentivos al buen pago, estrategias de finanzas mixtas con el objetivo de movilizar recursos adicionales del sector privado, entre otros instrumentos que cumplan con el objetivo de este artículo (...). La reglamentación de las formas de financiación y/o crédito grupal y/o asociativo”; abre una gran oportunidad al impulso de las Cooperativas como entidades de “economía popular” para las MiPymes, economía circular, economía naranja y sector agropecuario.

## **6. Metodología**

### **6.1. Primer nivel**

#### **6.1.1. Enfoque:**

Para dar alcance a los objetivos planteados se realizará en dos momentos, se brindará un enfoque mixto para esta investigación, lo que permitirá recolectar y analizar datos cuantitativos y cualitativos. Buscamos con este proyecto, implementar un procedimiento cualitativo, ya que tendrá un impacto social en los colaboradores y los asociados, que beneficiará su posibilidad de interacción, comunicación y capacitación. El enfoque cuantitativo, a través de recolección de datos sobre la utilización y satisfacción con el correo electrónico Institucional y sus herramientas; esto permitirá desarrollar bases sólidas para desarrollar e implementar un proceso de interrelación Cooperativa y proveedor, basados en las necesidades y expectativas de nuestros asociados.

#### **6.1.2. Alcance:**

Este proyecto contará con tres tipos de alcances; el primer alcance es el descriptivo, ya que buscamos la identificación de las características de los diferentes interesados como son: los asociados, colaboradores, la organización y el proveedor, para su posterior, análisis. La segunda, es un alcance correlacional, con este alcance buscaremos determinar cómo se le comportamiento de los asociados al momento del uso de su cuenta de correo electrónico versus las diferentes funcionalidades que le ofrece el correo institucional, así como, su interrelación de entre los procesos desde sus entradas, ejecuciones y salidas para los diferentes clientes, así como la evaluación y análisis de riesgos. El último alcance, es el explicativo, ya que buscamos identificar las causas de fondo y forma para realizar una mejora en el correo institucional de la Cooperativa en estudio.

### **6.1.3. Diseño de la investigación:**

El primero será el levantamiento de información a través de una metodología cuali-cuantitativa aplicada a un grupo a los asociados de la Cooperativa en intervención y los diferentes interesados a través de técnicas de recolección de datos como son las entrevistas abiertas a los colaboradores y director encargo del proceso, esto que permitirá evaluar su experiencias en las operaciones diarias, planeación, ejecución, métodos de medición y evaluación; a través de encuesta estructuradas a los asociado con el fin de determinar su índices de satisfacción y frecuencia de uso de correo electrónico, observaciones con el fin de evaluar las ejecuciones de los procesos en tiempo real y determinar fallas y aciertos en los proceso.

### **6.1.4. Definición de Variables**

Para este proyecto, es importante tener presente que, al contar con tres alcances es el descriptivo, correlacional y el explicativo, nos pueden surgir diferentes variables que pueden estar interrelacionados.

Para nuestro alcance descriptivo, realizaremos una recopilación de la información sobre la frecuencia y satisfacción de los asociados sobre el uso del correo electrónico actual, así como sus necesidades y expectativas para la mejora de la plataforma de correo electrónico organizacional; para esta recolección de información se realizará a través de una encuesta a una muestra representativa de los todos los asociados, seleccionado de manera aleatoria y una entrevista a los colaboradores y el director del área del Centro de Contacto Tecnológico.

En el alcance correlacional, con los resultados arrojados con las herramientas definidas (encuestas y entrevistas), se iniciará a generar un análisis estadístico de la variable de eficacia del correo electrónico y sus funcionalidades para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente y la variable de eficiencia del proceso, así como, los recursos que cuenta el área evaluada para cumplir los objetivos fijados por los asociados.

Estos dos alcances (descriptivo y correlacional), nos ayuda dar respuesta y apoyo a el último enfoque descriptivo, este nos permitirá entender y familiarizarnos con las necesidades de los asociados y recursos necesarios de la empresa, así como, las fallas y deficiencias que presenta la actual plataforma de correo electrónico, así como las diferentes propuestas que puede beneficiar a la organización y en general, a los mismos asociados de la Cooperativa en estudio.

### **6.1.5. Población**

La Cooperativa en la que estamos realizando este proyecto de mejora, es una organización que cuenta con unos 10.000 asociados a nivel Colombia, que pertenecen a todos los estratos socio económicos y que, a través de su asociación a la entidad, busca dignificar su labor y a través de la compra de bienes de calidad y precios asequibles, buscan el abastecimiento de sus negocios y el desarrollo de este.

### **6.1.6. Muestra**

A tener una población tan grande como es la de la Cooperativa que estamos trabajando el proyecto, determinamos que un muestreo probabilístico a través de la técnica de muestreo aleatorio simple, que permitirá tener un grupo de estudio representativa de asociados muy heterogéneos, que nos permita determinar cuál es índice de satisfacción con el correo electrónico actual, la resistencia que puede tener el cambio propuesto y las expectativas ante el proyecto y su implementación.

Posterior a la aplicación de la formula determinada para este tipo de muestreo cuando se conoce el tamaño de la población, se determina que la muestra es de 100 asociados seleccionados de manera aleatoria, que se les aplicará la encuesta establecida (anexo 3), a través de un formulario creado en una aplicación para este fin.

Para la entrevista y el proceso de observación, se determinó que se escogerán dos colaboradores de nivel 1 y 2, que contarán con la característica de ser uno el más nuevo y el otro el más antiguo para determinar el estándar y por último el director del área

## **6.2. Segundo nivel**

### **6.2.1. Selección de métodos o instrumentos para recolección de información**

Para lograr los resultados y objetivos definidos en un instrumento de recolección de datos se debe en cuenta los siguientes aspectos: 1) confiabilidad, es decir que su aplicación repetida produzca resultados similares, 2) validez, la cual se enfoca en el grado en que un instrumento mide la variable definida, y 3) objetividad, que se refiere al grado en que este es permeable a la influencia de los sesgos y tendencias del investigador o investigadores que lo administran o lo interpretan. (Hernández , Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación. Quinta Edición, 2010, pág. 200). A continuación, analizaremos el método de recolección de datos que se implementará teniendo en cuenta las variables y metodología de investigación definida (Mixta).

En el aspecto cualitativo la recolección de los datos se obtendrá a través de entrevistas con preguntas abiertas y cerradas a los funcionarios de la cooperativa de asociados, cuya población hace parte del proceso de administración y soporte del correo electrónico, así mismo al líder del proceso. El cuestionario de la entrevista se presenta en el Anexo 1. Formato de entrevista colaborador y Anexo 2. Formato de entrevista al líder del proceso.

En cuanto a las variables cuantitativas estas se obtendrán a través de la ejecución de una encuesta a los asociados de la cooperativa, con el fin de identificar cual ha sido su experiencia y nivel de satisfacción con el uso del correo. El cuestionario de la encuesta se presenta en el Anexo 3. Formato de encuesta a los asociados.

### 6.2.2. Técnicas de análisis de datos

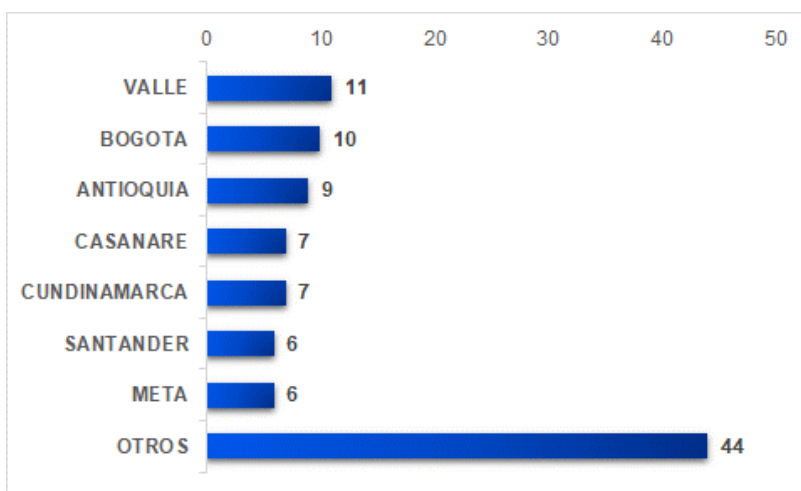
<b>Instrumento</b>	<b>Técnica de Análisis</b>	<b>Descripción</b>
<i>Encuesta</i>	Análisis cuantitativo Descriptivo	<p>A continuación, detallamos los pasos que se realizarán para el análisis de estos datos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Consolidar la información en un archivo de Excel que nos permita generar los resultados a nivel de volúmenes, porcentajes, gráficos u otros.</li> <li>2) Evaluar las variables de estudio.</li> <li>3) Análisis estadístico descriptivo: distribución de frecuencias, medida de tendencia central (media mediana, moda), medidas de variabilidad (Rango, desviación estándar, varianza). Se observa cómo se distribuyen los ítems y si tienen una distribución lógica.</li> </ol>
<i>Entrevista</i>	Bitácora. Análisis del discurso	<p>Uno de los aspectos más importantes en el análisis de datos cualitativos es obtener los mismos en las “<i>formas de expresión</i>” de las personas y de esta forma estudiar y comprender si las respuestas permiten abordar el planteamiento del problema de la investigación. Los pasos que desarrollaremos en este análisis será el siguiente: 1. Transcripción de la entrevista y registro de ideas, situaciones o comentarios que se generen en la conversación.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Dar estructura a los datos, organizarlos por unidades, categorías o patrones.</li> <li>2) Describir las experiencias de los entrevistados, teniendo en cuenta su lenguaje, óptica, expresiones.</li> <li>3) Interpretar y evaluar las unidades, categorías, temas y patrones.</li> <li>4) Análisis de similitudes, diferencias.</li> </ol>

**6.2.3. Análisis y discusión de los resultados**

- **Encuesta:**

A continuación, presentamos los resultados obtenidos de la encuesta realizada a 100 asociados de la cooperativa:

1. Numero de encuestas por Departamento



2. Edad: EL 53% de los encuestados son mayores de 50 años.

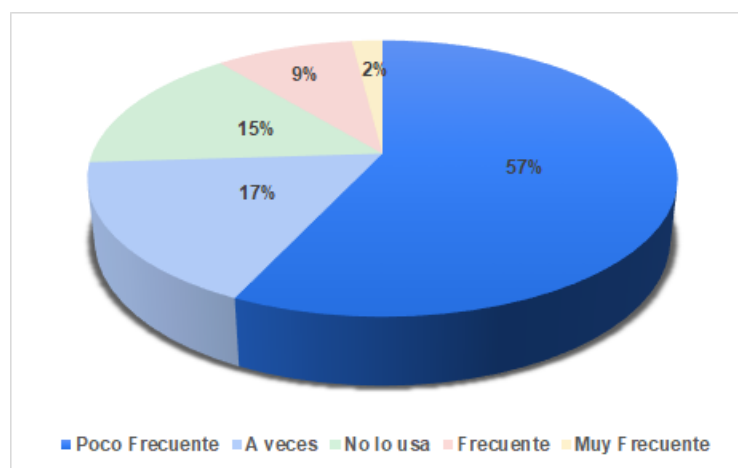
Rango edad	N.º de Asociados	%
20 - 30 años	8	8%
30 - 40 años	11	11%
40 - 50 años	28	28%
50 - 60 años	13	13%
60 -70 años	17	17%
Mayor 70 años	23	23%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

3. ¿Con que frecuencia usa el correo electrónico?

Respuesta	No de asociados	%
Muy Frecuente	2	2%
Frecuente	9	9%

**PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DE CORREO ELECTRÓNICO CORPORATIVO PARA ASOCIADOS EN UNA COOPERATIVA.**

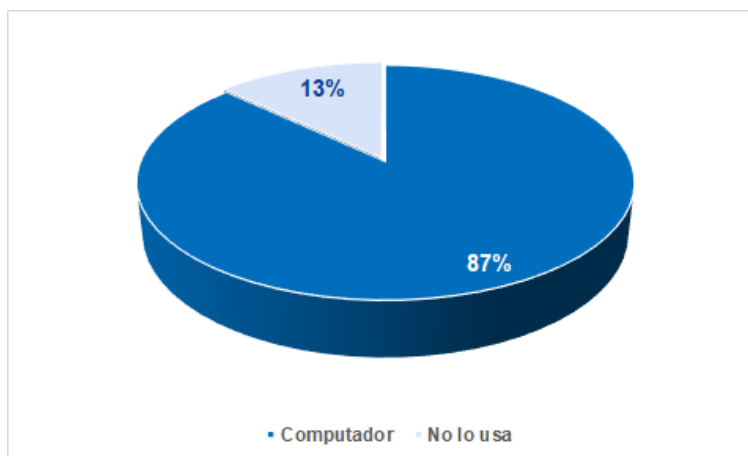
No lo usa	15	15%
A veces	17	17%
Poco Frecuente	57	57%
Total	100	100%
<b>Media</b>	20	
<b>Mediana</b>	15	
<b>Moda</b>	Poco Frecuente	
<b>Puntuación más alta observada</b>	Poco Frecuente	
<b>Puntuación más baja observada</b>	Muy frecuente	



Interpretación descriptiva: El uso del correo electrónico es *poco frecuente*, siendo la categoría de respuesta que más se repitió. Así mismo, corresponde al 57% de los 100 encuestados. En promedio el número de asociados que respondieron en cada una de las opciones de respuesta fue de 20. La mitad de las respuestas de los asociados está por encima de 15 y la otra mitad por debajo de este valor. En esta pregunta se esperaba mayor frecuencia del uso del correo electrónico dado que es la herramienta en la cual se está proponiendo la mejora, se espera que con las actualizaciones planteadas este porcentaje de uso aumente.

4. ¿Qué tipo de dispositivos usa para conectarse a su cuenta de correo electrónico Institucional?

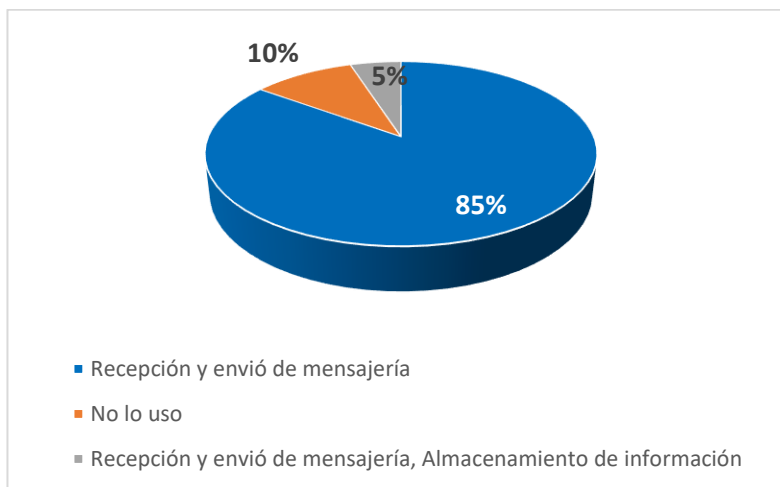
Respuesta	N.º de asociados	%
Computador	87	87%
No lo usa	13	13%
Total	<b>100</b>	100%
<b>Media</b>	50	
<b>Mediana</b>	50	
<b>Moda</b>	Computador	
<b>Puntuación más alta observada</b>	Computador	
<b>Puntuación más baja observada</b>	No la usa	
<b>Rango</b>	74	



Interpretación descriptiva: El dispositivo que más usan es el computador, siendo la categoría de respuesta que más se repitió. Así mismo, corresponde al 87% de los 100 encuestados. En promedio el número de asociados que respondieron en cada una de las opciones de respuesta fue de 50. La mitad de las respuestas de los asociados está por encima de 50 y la otra mitad por debajo de este valor. Este porcentaje de 87% está muy alineado con el rango de la edad que se encuesta pues el 53% son personas de más de 50 años lo que quiere decir que utilizan poco sus dispositivos de celular.

5. ¿Qué usos le da a su correo Institucional?

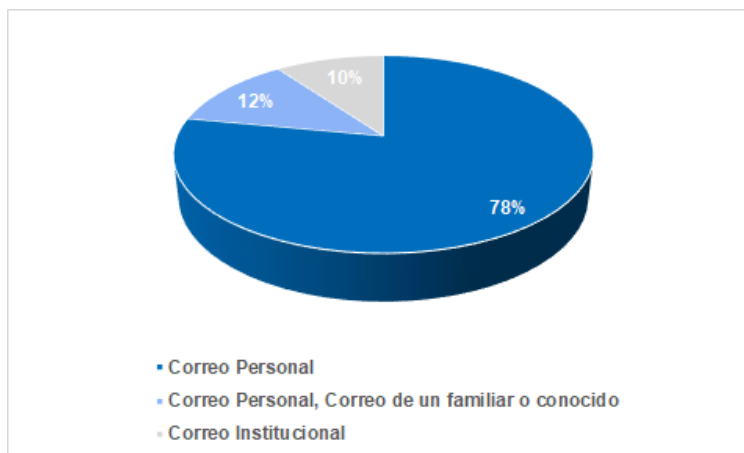
Respuesta	N.º de asociados	%
Recepción y envío de mensajería	85	85%
No lo uso	10	10%
Recepción y envío de mensajería, Almacenamiento de información	5	5%
Total, general	100	100%
<b>Media</b>	33	
<b>Mediana</b>	10	
<b>Moda</b>	Recepción y envío de mensajería	
<b>Puntuación más alta observada</b>	Recepción y envío de mensajería	
<b>Puntuación más baja observada</b>	Recepción y envío de mensajería, Almacenamiento de información	



Interpretación descriptiva: El uso que más le dan al correo institucional es *recepción y envío de mensajería*, siendo la categoría de respuesta que más se repitió. Así mismo, corresponde al 85% de los 100 encuestados. En promedio el número de asociados que respondieron en cada una de las opciones de respuesta fue de 33. La mitad de las respuestas de los asociados está por encima de 10 y la otra mitad por debajo de este valor. Lo que nos refleja este resultado es que los asociados utilizan esta herramienta para la funcionalidad más básica, teniendo en cuenta también que es la única que se ha ofrecido. Hay un 10% de asociados que nuevamente mencionan el hecho de que no lo usan, lo que nos permite evidenciar que no es de su interés.

6. Cuándo hay eventos virtuales, formaciones, charlas y/o reuniones de la Cooperativa, ¿desde qué cuenta de email se conecta?

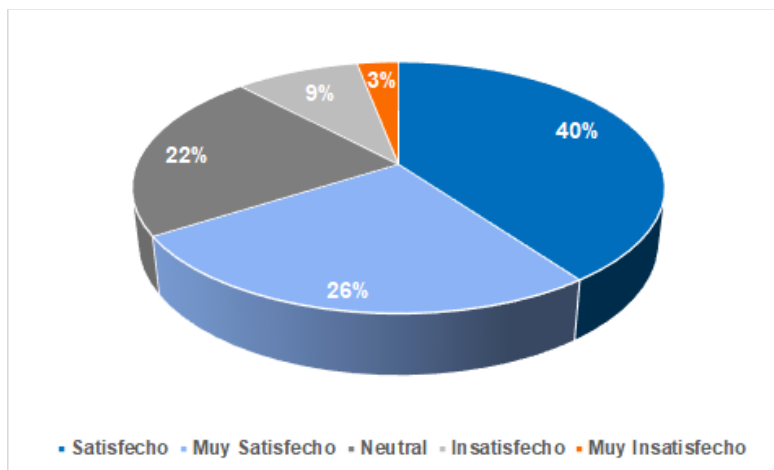
Respuestas	No de asociados	%
Correo Institucional	10	10%
Correo Personal	78	78%
Correo Personal, Correo de un familiar o conocido	12	12%
Total, general	100	100%
<b>Media</b>	33	
<b>Mediana</b>	12	
<b>Moda</b>	Correo Personal	
<b>Puntuación más alta observada</b>	Correo Personal	
<b>Puntuación más baja observada</b>	Correo Personal, Correo de un familiar o conocido	



Interpretación descriptiva: La cuenta desde la que más se conectan los asociados es desde el correo personal, siendo la categoría de respuesta que más se repitió. Así mismo, corresponde al 78% de los 100 encuestados. En promedio el número de asociados que respondieron en cada una de las opciones de respuesta fue de 33. La mitad de las respuestas de los asociados está por encima de 12 y la otra mitad por debajo de este valor. Nuevamente observamos que el uso de correo institucional no es de gran relevancia para los asociados y prefieren conectarse desde cuentas que usan con mayor periodicidad.

7. ¿Qué tan satisfecho esta con su cuenta de correo electrónico institucional?

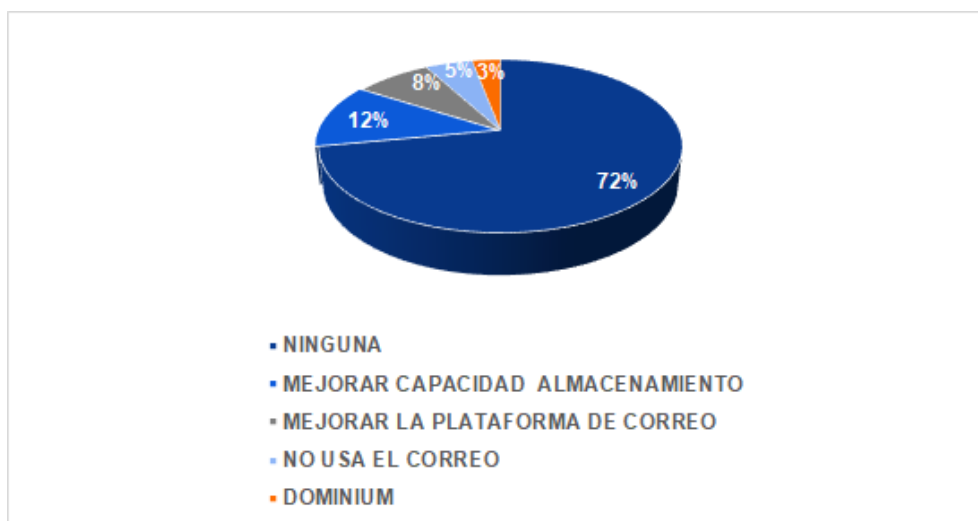
Respuesta	No de asociados	%
Muy Insatisfecho	3	3%
Insatisfecho	9	9%
Neutral	22	22%
Muy Satisfecho	26	26%
Satisfecho	40	40%
Total, general	100	100%
<b>Media</b>	20	
<b>Mediana</b>	22	
<b>Moda</b>	Satisfecho	
<b>Puntuación más alta observada</b>	Satisfecho	
<b>Puntuación más baja observada</b>	Muy insatisfecho	



Interpretación descriptiva: La satisfacción de los asociados respecto al correo electrónico fue *Satisfecho* y *Muy Satisfecho*, siendo la categoría de respuesta que más se repitió con un 40% y muy satisfecho con un 26%. En promedio el número de asociados que respondieron en cada una de las opciones de respuesta fue de 20. La mitad de las respuestas de los asociados está por encima de 22 y la otra mitad por debajo de este valor. A pesar de la poca frecuencia en el uso del correo electrónico el servicio de este es un 66% satisfactorio, evidenciamos un porcentaje del 22% en la respuesta neutral, lo cual nos refleja nuevamente que la herramienta no es relevante para un número considerado de asociados, esta pregunta es una de las más importantes para nuestro planteamiento en razón a que la actualización se está haciendo en gran parte en pro de mejorar esta percepción.

8. ¿Qué sugerencias, recomendaciones y/o peticiones daría para mejorar el correo electrónico institucional?

Respuestas	No de asociados	%
Ninguna	72	72%
Mejorar almacenamiento	12	12%
Mejorar la plataforma de correo electrónico	8	8%
No usa el correo	5	5%
Dominio	3	3%
Total, general	100	100%
<b>Media</b>	20	
<b>Mediana</b>	8	
<b>Moda</b>	Ninguna sugerencia / recomendación	
<b>Puntuación más alta observada</b>	Ninguna sugerencia / recomendación	
<b>Puntuación más baja observada</b>	Dominium	



Interpretación descriptiva: No se realizaron sugerencias y/o recomendaciones, siendo la categoría de respuesta que más se repitió. Así mismo, corresponde al 72% de los 100 encuestados. En promedio el número de asociados que respondieron en cada una de las opciones de respuesta fue de 20. La mitad de las respuestas de los asociados está por encima de 8 y la otra mitad por debajo de este valor. A pesar de que hay un porcentaje alto de asociados que no presentaron sugerencias frente a la herramienta de correo electrónico, hay un 20% de encuestados que sugieren la mejora de la herramienta sobre todo en la capacidad de almacenamiento.

Como resultado de esta encuesta podemos resaltar dos conclusiones principales:

- Los asociados no tienen referenciada la herramienta de correo electrónico como un factor fundamental para la relación entre **cooperativa - asociado.**
  - Existe una gran oportunidad de mejora y potencialización del interés frente al uso de la herramienta.
- **Entrevistas**

Entrevista al colaborador

**Objetivo: Identificar las fortalezas u oportunidades de mejora en el proceso de correo corporativo de la cooperativa de asociados.**

**Nombre: Yordin Andrés Uribe Prada**

**Cargo que desempeña: técnico nivel 1**

**Tiempo en a la compañía: 7 a 12 meses**

**1. En la actualidad, ¿usted brinda soporte en la plataforma de correo electrónico Institucional?**

Si

**2. ¿Qué le parece la actual plataforma de email que tiene la organización?**

Consideró que la plataforma que se maneja en general es buena, brindamos soporte tecnológico a todos los asociados que nos contactan, como son la generación de reportes de reportes, terceros, facturación, Q Extractor, capacitaciones, servicios web y en el correo electrónico vía telefónica (medio que tiene contacto en el primer nivel) damos soporte con el reinicio de las claves, limpieza de buzón, validaciones en correo electrónico, configuraciones APP, Creaciones PST.

**3. ¿Cuál ha sido la mayoría problemática que se presenta en la plataforma actual de correo electrónico?**

La plataforma que cuenta se puede llenar rápidamente con un gran nivel de información y también llaman muchísimo por el restablecimiento de las claves, porque muchos de los asociados, no ingresan al correo electrónico organizacional.

**4. Podría explicar por favor, ¿Cómo es el paso a paso que usted implementa el soporte al correo electrónico?**

1. Se recepción de la llamada y se saluda de manera protocolaría
2. Se realiza solicita el código único de cada asociado
3. Se realizan preguntas de verificación y comprobación de identidad
4. Se consigna la solicitud en la mesa de ayuda de casos interna de la Cooperativa
5. Se procede a solucionar la situación en un plazo máximo de 15 minutos de manera remota (depende el requerimiento). En caso de que no se pueda, se realiza escalamiento a un técnico nivel 2
6. Se procede a cerrar la llamada y cerrar el caso, en la aplicación designada.
- 7.

**5. Del proceso que acaba explicar, ¿Qué ha sido lo más sencillo y lo más difícil a la hora de ejecutarlo?**

Depende de requerimiento que sea, por lo general, todo es muy fácil y no tiene mucho complique, sin embargo, hay cosas como los códigos del aplicativo de facturación o temas técnicos en el punto del establecimiento, se debe trasladar a el técnico nivel 2.

**6. ¿Qué mejoría en su proceso y actividades para que fuera más eficiente?**

Creo que hay que mejorar la plataforma de correo electrónico, para aumentar la seguridad y privacidad de este.

**7. ¿Qué le gustaría que tuviera la plataforma de correo electrónico, que le facilitaría a usted y al asociado para facilitar el manejo de esta y su soporte?**

Sobre este punto, no tengo ninguna sugerencia. Creo que mi conocimiento puedo darles respuesta a los casos, ya que todos somos estudiante o ingenieros de sistemas.

**8. Que peticiones, sugerencia y/o solicitud quisiera agregar en el proceso de soporte de correo electrónico?**

Ninguna

**Objetivo: Identificar las fortalezas u oportunidades de mejora en el proceso de correo corporativo de la cooperativa de asociados.**

**Nombre: Christian Andrés Barrera Cruz**

**Cargo que desempeña: técnico Nivel 2**

**Tiempo en a la compañía: más de 8 años**

**1. En la actualidad, ¿usted brinda soporte en la plataforma de correo electrónico Institucional?**

Algunas ocasiones

**2. ¿Qué le parece la actual plataforma de email que tiene la organización?**

En nuestro rol, nuestro principalmente es evidencia y corregir errores que se puede presentar en los usuarios de las diferentes aplicativos, a través de soportes a los técnicos nivel 1, solicitudes recibidas directamente de los usuarios o visita a campo.

**3. ¿Cuál ha sido la mayoría problemática que se presenta en la plataforma actual de correo electrónico?**

Existen errores de las aplicaciones que pueden ser por datos generados por estas o directamente por la aplicación

**4. Podría explicar por favor, ¿Cómo es el paso a paso que usted implementa el soporte al correo electrónico?**

1. Se recibe la solicitud de soporta a través de la mesa de ayuda interna del área, esta puede ser transferida por el técnico nivel 2 o recepción de soporte en campo por parte del afiliado.
2. Se realiza de validación del tipo de caso y se procede identificar el tipo de error.

3. Se brinda soporte y solución de las solicitudes escaladas por el técnico nivel 1, en caso de ser un error directamente de la aplicación, se traslada con el desarrollador o con el área de ingeniería para dar respuesta (intermediación)
4. Cerrar los casos pendientes en la mesa de ayuda interna
5. Transmitir la respuesta a el técnico nivel 1, quien se dará respuesta a los usuarios.

**5. Del proceso que acaba explicar, ¿Qué ha sido lo más sencillo y lo más difícil a la hora de ejecutarlo?**

Dentro de nuestro todo contamos con el conocimiento para dar solución a las diferentes necesidades e incluso, contamos con un repositorio de preguntas y soluciones para dar mayor rapidez de respuesta a los diferentes casos.

Sin embargo, cuando los casos se trasladan a los desarrolladores o los ingenieros, la comunicación y la respuesta con ellos, se dificulta y esto hace que nuestros procesos se retrasen.

**6. ¿Qué mejoría en su proceso y actividades para que fuera más eficiente?**

De nuestro proceso, actualmente no veo oportunidad de mejora, ya que nuestros tiempos de respuesta son buenos y damos respuesta en menos de 24 horas

**7. ¿Qué le gustaría que tuviera la plataforma de correo electrónico, que le facilitaría a usted y al asociado para facilitar el manejo de esta y su soporte?**

Las capacitaciones de los diferentes aplicativos se pudieran hacer personalizada o en grupos pequeños, con el fin de poder darle mayor atención a cada uno de sus usuarios y sus habilidades

**8. Que peticiones, sugerencia y/o solicitud quisiera agregar en el proceso de soporte de correo electrónico?**

Que existan reuniones semanales con los desarrolladores y los ingenieros a los que se les traslada los casos, con el fin de revisar los avances y temas importante, con el fin de mejorar la comunicación entre interesados.

### Entrevista al Líder del proceso

**Objetivo: Identificar las fortalezas u oportunidades de mejora en el proceso de correo corporativo de la cooperativa de asociados.**

**Nombre: Elver Humberto Cárdenas**

**Cargo que desempeña: director del Centro de Atención Tecnológico**

**Tiempo en a la compañía: 1- 3años**

**1. Nos gustaría saber, ¿cuál son los metas a corto, mediano y largo plazo del área?**

**Corto:** Brindar una herramienta de correo electrónico eficiente, segura, que cuente con aplicación móvil para los asociados y que cuente con mayor capacidad.

**Mediano (dos años):** Establecer un modelo de comunicación que pueda ser integrado en las diferentes áreas organizacionales y en las empresas que componen la Organización, en donde externamente se creen herramienta de comunicación internas y externas.

**Largo:** La unificación total en donde se cuente con sitios privados de comunicación desde el asociado hacia la cooperativa y viceversa.

**2. ¿Cómo realiza la planeación e implementación de proyectos dentro del área?**

Esperamos realizar la caracterización del proceso, delimitando funciones; desde este año presentamos el presupuesto para el 2024, en el cual, se realiza un incremento significativo, con el fin, de aumenta nuestra planta actual de colaboradores, recursos físicos, tecnológicos, capacitaciones, para implementar la herramienta más idónea y que en verdad, nos sirva para la visión que tiene el área en este tema.

**3. En la actualidad, ¿Cuáles son las metodologías de evaluación e indicadores que usa para medir los procesos?**

En la actualidad, no contamos con un sistema de indicadores, pero si realizamos mediciones a nuestros técnicos para evaluar su productividad y su efectividad, semanal

y mensualmente se realiza se hace algunas evaluaciones de atención, resolución de casos, tiempos de atención y respuesta de casos (en casos que se tengas que escalar).

**4. ¿Cuenta con experiencias aprendidas en el área?**

El área no cuenta con documentos escritos, pero siempre se tiene en cuenta todos los casos, en la planeación.

**5. ¿Como se gestiona los riesgos en el área?**

Se contrala de manera empírica, actualmente se está realizando un trabajo con el área encargada en la organización para documentar estos.

**6. ¿Cuál es la plataforma que actualmente se usa para correo electrónico para los asociados? ¿Cuáles ha sido las características de esta plataforma?**

La plataforma que se usa es Axigen Mail, es una buena plataforma de correo electrónico, cuenta 3GB de capacidad, una disponibilidad de 99,9%, una seguridad baja, ya que solo tiene una seguridad perimetral, un antimalware y DoS; es excelente para empresas no tan grandes, pero para nuestra organización que demanda mucha más integralidad, se queda corta.

**7. ¿Cuáles son las problemáticas, dificultades y aspectos positivos que ha identificado con la plataforma de correo electrónico actual?**

Se ha evidenciado que la herramienta de correo electrónico es poco eficiente, su capacidad y recursos limitan la comunicación entre los asociados y la cooperativa, no es visible en los diferentes dispositivos usados en la actualidad, como lo es el celular, así como la seguridad en los datos es baja.

**8. ¿Reemplazaría la plataforma actual? ¿Por qué?**

Si, es uno de los propósitos que tenemos para el 2024, ya que es las tecnologías van avanzando, así como, las organizaciones deben ir a la par; nuestra organización y el sector solidario se encuentra un poco quedado en este aspecto, la integración y la comunicación en tiempo real es una exigencia de todos los usuarios, sin importar el sector que se desempeñe la empresa.

- 9. Si desea reemplazaría la plataforma actual, ¿qué recursos, capacidades instalada y futura y habilidades, fortalezas y debilidades cuenta en su área para hacerlo? Me refiero también a recurso humano, financiero, servicios actuales, servicio postventa, innovación, nuevos desarrollos**

Como exprese en una pregunta pasada, estamos presupuestando este proyecto para el año que viene y con este, se espera aumentar el número de colaboradores, la infraestructura, los equipos, etc.

Con el fin de generar la atención, el alcance y el cumplimiento a cada una de las solicitudes y necesidades de nuestros usuarios

- 10. De su proceso actual de soporte de email institucional ¿Qué resaltaría?, ¿que cambiaría?,¿Qué mejoraría?**

Hemos construido un área desde ceros, hemos un buen trabajo, pero eso no quiere decir que no mejoremos, los portafolios que ofrecemos están bien para los usuarios, debemos fortalecer y asignar nuevos cargos, estandarizarlos y crear un sistema eficiente y eficaz. Seguimos creciendo

- 11. Que impacto según su percepción tendrá el cambio de plataforma en la organización, en los asociados, en el área, en los colaboradores y en general.**

Esperamos que, con el cambio, se genere un impacto positivo, siempre existirá la resistencia, pero siempre hemos construido desde la nada; esta área no existía hace dos años y lo hemos logrado, somos referente y esperamos seguir mejorando dentro de los asociados,

#### **6.2.4. Propuesta Metodología para la mejora y control de calidad de la herramienta de correo electrónico**

En el siguiente apartado analizaremos algunas metodologías que le permitirán a la cooperativa de asociados garantizar la satisfacción de los clientes. Su aplicación dependerá de los objetivos de la organización y del alcance que le quieran dar:

#### **6.2.5. ISO 9001: 2015 Sistema de Gestión de Calidad**

Dentro de nuestra propuesta para que el proyecto de actualización de correo electrónico permita lograr los resultados esperados y cumpla las expectativas de los clientes, es la implementación de la norma ISO 9001:2015. Actualmente la cooperativa de asociados no se encuentra certificada en dicha norma y la aplicación de esta les permitirá establecer un sistema de gestión de calidad la cual mediante el cumplimiento de requisitos les permitirá mejorar el desempeño de la organización.

Teniendo en cuenta que la norma ayuda a ofrecer buenos estándares de calidad a los consumidores, cuando una empresa se encuentra certificada genera confianza a los clientes y esto permite que tenga un diferencial en la competencia, brinde una imagen positiva e incremente la productividad.

A continuación, relacionamos algunos requisitos importantes que se deben tener en cuenta para su implementación:

- Documentación del SGC: establecer política de calidad, procedimientos e instrucciones técnicas de los procesos, objetivos de calidad.
- Gestión de la calidad en la organización: analizar cómo afecta el entorno de la empresa (factores ambientales y activos de los procesos de la organización).
- Recursos: precisar los roles y responsabilidades de los recursos necesarios para implantar y mantener el SGC y asignarlos efectivamente.

- Producción/Planificación: determinar todos los requisitos de calidad que se deben tener en cuenta en el sistema (productos, de clientes, legales...).
- Infraestructura: disponer y mantener la infraestructura necesaria para lograr cumplir los requisitos de calidad.
- Mejora continua: implementar los procesos necesarios para hacer seguimiento, análisis y mejora para cumplir los objetivos de calidad.

#### **6.2.6. ITIL (Information Technology Infrastructure)**

Los procesos y operaciones de las organizaciones dependen cada vez más de la tecnología, es por ello por lo que esta área está cobrando mayor relevancia. ITIL es un marco para que los equipos de TI desarrollen una serie de buenas prácticas las cuales abarcan infraestructura, mantenimiento y operación de los servicios TI; es decir permite organizar los procesos de TI y guiar a los profesionales para que realicen sus tareas de manera eficiente.

Los principios de guía de ITIL son:

- Centrarse en el valor.
- Progresar de forma iterativa y con feedback.
- Colaborar y promover la visibilidad.
- Pensar y trabajar de forma integral.
- Buscar la sencillez y lo práctico.
- Optimizar y automatizar.

### **6.2.7. ISO 20000 gestión de servicios TI**

Por último, tenemos la metodología ISO 20000, el objetivo de esta norma ISO es prometer a las empresas una certificación que garantiza que la metodología y buenas prácticas están correctamente establecidas en sus procesos de gestión de la información. Al aplicar ISO 20000 las organizaciones logran una integración de sus procesos que incluye un sistema de mejora continuo en la calidad de sus servicios, tanto a sus clientes como de forma interna. Esta certificación puede ser implementada por cualquier tipo de empresas y organizaciones. Las empresas que ofrecen servicios IT tienen en la Norma ISO 20000 el estándar ideal para garantizar a sus clientes que sus servicios cuentan con las mejores prácticas certificadas a nivel internacional.

Teniendo en cuenta los tres planteamientos, cada una de estas metodologías ofrece amplias opciones de beneficios para la organización. Sin embargo, la norma ISO 20000 y el marco ITIL tienen gran relevancia sobre organizaciones en las cuales la actividad económica sea el ofrecimiento de productos/ servicios tecnológicos, por ende, la aplicación de la norma ISO 9001:2015 sería la más adecuada para mejorar no solo la satisfacción del cliente sino aquellos procesos clave de la organización.

### 6.2.8. Beneficios de la actualización correo electrónico

En la siguiente imagen, se muestra los beneficios que podría obtener la organización con el cambio de la plataforma de correo electrónico:

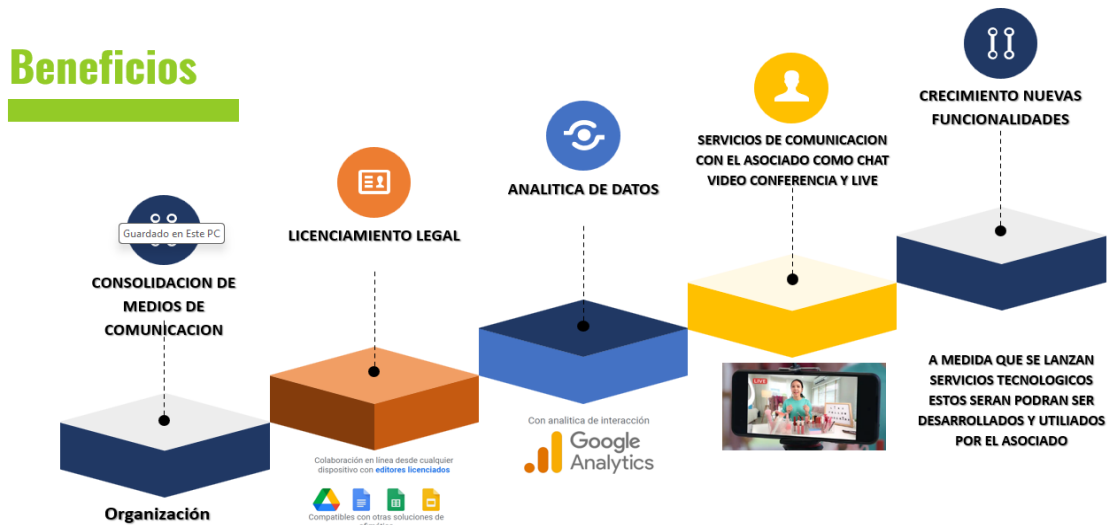


Ilustración 1. Beneficios- Propia



Ilustración 2. Beneficios puntuales - Propia

### 6.2.9. Implementación de la actualización de la plataforma correo electrónico

En el siguiente esquema se brinda una propuesta de cómo sería la implementación de la nueva plataforma de correo electrónico en la Cooperativa

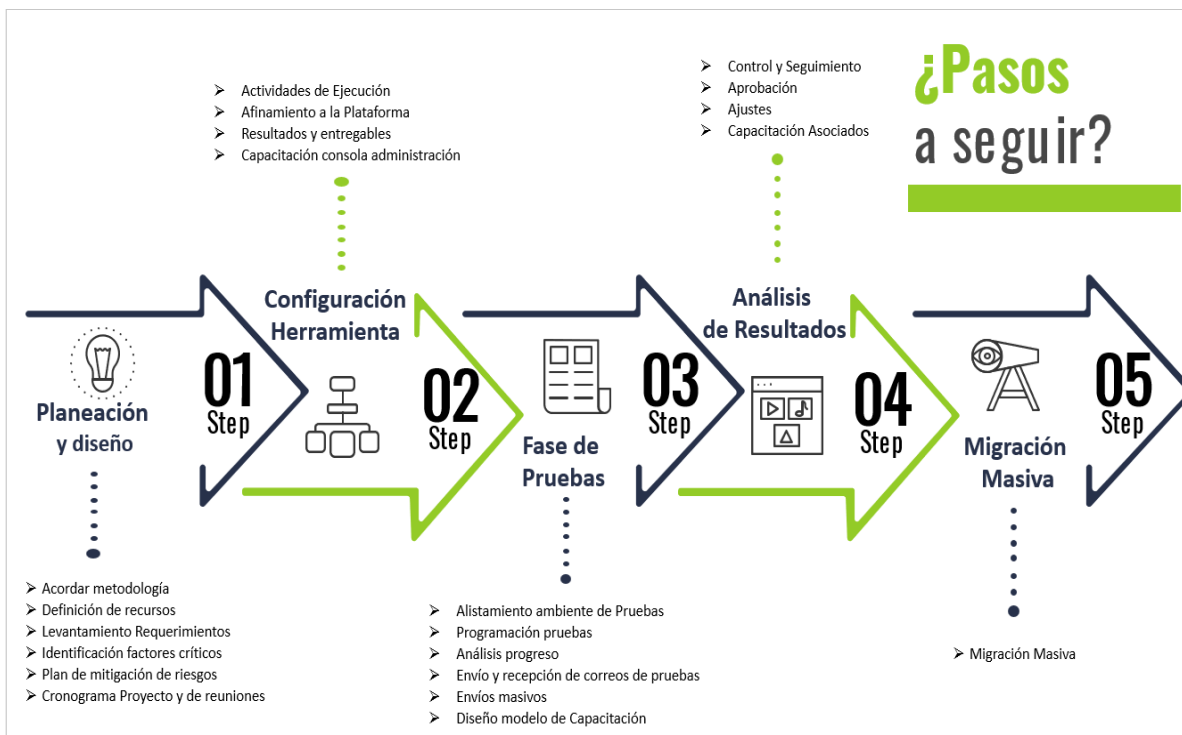



Ilustración 3. Paso a paso de implementación- Propia

### 6.2.10. Cuadro comparativo de herramienta

En esta tabla, mostramos la comparación actual de la plataforma y potenciales proveedores con sus principales características, expresadas por el área de atención tecnológica. En ella se comprará capacidad, disponibilidad, seguridad, herramientas adicionales y App Nativa actual y ofrecida por los comprados.

PROYECTO	Solución Actual				
Solución email	Axigen Mail	Axigen Mail	Zoho Mail	Exchange Online	Frontline
Capacidad Ofrecida	3Gb	10Gb	10Gb	50Gb	15Gb
App Nativa Compatibilidad navegadores	✗	✗	✓	✓	✓
Disponibilidad	99,9%	99,9%	99,9%	99,9%	99,9%
Seguridad	✗	✓	✓	✓	✓
Herramientas Adicionales	Ninguna	No ofreció	Ofreció en paquete aparte y con costo adicional	Ofreció en paquete aparte y con costo adicional	Chat Meet Herramientas Editores de texto VideoConferencias (500 participantes) Emisiones en vivo (100 del mismo dominio) Analítica de interacción
Valor Usuario	USD 0,70	USD 0,89	USD 1,29	USD 1,32	USD 1,28
		✗	✓	✓	✓
Servicios de migración	NO APLICA	NO APLICA	USD 22,000 asumido por proveedor	USD 16,500 Asumidos por el proveedor	USD 8,700 con Asumidos por el proveedor

## Cuadro Comparativo Posibles Proveedores

## **7. Conclusiones**

En Colombia, el sector solidario se esta fortaleciendo cada vez más, las políticas y la economía se están centrado en lo que se ha denominado “economía popular”, como lo ha denominado el Plan Nacional de Desarrollo, que se fue aprobado; con esto, se abre una gran oportunidad a las Entidades Cooperativas. Pero esto también, demanda que estas se adapten y modernicen, implementando tecnología en sus procesos y canales de comunicación eficaces y eficiente, con el fin de dar respuesta a las necesidades y expectativas de sus socios, en tiempo real y de manera inmediata.

En la Cooperativa en estudio, el correo electrónico institucional es una herramienta con mucho potencial para mejorar y mantener la relación con nuestros clientes, de hecho, puede ser un canal clave y potencial para desarrollar marketing, pero sobre todo entablar canales de comunicación efectivos, que permitan una interacción interna y externa para todos los interesadas, recibiendo soluciones en tiempo real y con la agilidad que se requiere en los diferentes negocios y asociados que se contactan.

La cooperativa de asociados decidió poner en marcha el proyecto de mejoramiento de correo electrónico, con el objetivo de obtener múltiples beneficios tanto para la organización como para los asociados. Durante el desarrollo de esta investigación, se identificó que esta plataforma no es muy utilizada por los asociados y prefieran utilizar otros canales de comunicación, también manifiestan las necesidades de mejora en sus funcionalidades y almacenamiento. Es por ello, que evidenciamos que la actualización del correo electrónico institucional es una herramienta con mucho potencial para mantener y robustecer la relación entre la cooperativa - asociado y podría convertirse en un canal clave para desarrollar marketing. A nivel interno esta modernización mejoraría los procesos de soporte y mantenimiento que realiza el equipo TI y de cara a las áreas de comunicación permitiría implementar el envío de correos con mayor efectividad.

La Cooperativa en estudio, esta muy abierta a los cambios, la visión del director y de sus colaboradores va a una interconectividad entre usuarios y organización, también cuenta con los diferentes recursos y el interés para llevar a cabo con este proyecto. Sin embargo, se

evidencia que el área se encuentra en construcción, es por eso, requiere documentación de los procesos y procedimientos, definición de un sistema de indicadores y un repositorio de proyectos anteriores, en el cual, se pueda evidenciar lecciones aprendidas, administración de los riesgos; lo cual, a nuestro parecer requiere apoyo en su maduración, consolidación y estandarización de esta.

Este proceso de investigación nos ha permitido conocer de un sector, que quizás esta ajeno a nuestro diario vivir y esperamos que pueda tomar de base, para futuras investigaciones, ya que el Sector Solidario, cada día crece y se consolida en la economía nacional y es importante, poder apoyarlos para su consolidación y expansión.

## 8. Anexos

### 8.1. Anexo 1: Formato de entrevista colaborador

Objetivo: Identificar las fortalezas u oportunidades de mejora en el proceso de correo corporativo de la cooperativa de asociados.
Nombre:
Cargo que desempeña:
Tiempo en a la compañía: 0 a 6 meses 7 a 12 meses1 a 3 años 4 a 7 años más de 8 años
<p>9. En la actualidad, ¿usted brinda soporte en la plataforma de correo electrónico Institucional? Si /No</p> <p>10. ¿Qué le parece la actual plataforma de email que tiene la organización?</p> <p>11. ¿Cuál ha sido la mayoría problemática que se presenta en la plataforma actual de correo electrónico?</p> <p>12. Podría explicar por favor, ¿Cómo es el paso a paso que usted implementa el soporte al correo electrónico?</p> <p>13. Del proceso que acaba explicar, ¿Qué ha sido lo más sencillo y lo más difícil a la hora de ejecutarlo?</p> <p>14. ¿Qué mejoría en su proceso y actividades para que fuera más eficiente?</p> <p>15. ¿Qué le gustaría que tuviera la plataforma de correo electrónico, que le facilitaría a usted y al asociado para facilitar el manejo de esta y su soporte?</p> <p>16. Que peticiones, sugerencia y/o solicitud quisiera agregar en el proceso de soporte de correo electrónico?</p>

8.2. Anexo 2: Formato de entrevista líder del proceso

Objetivo: Identificar las fortalezas u oportunidades de mejora en el proceso de correo corporativo de la cooperativa de asociados.
Nombre:
Cargo que desempeña:
Tiempo en a la compañía: 0 a 6 meses 7 a 12 meses1 a 3 años 4 a 7 años más de 8 años
<p>12. Nos gustaría saber, ¿cuál son los metas a corto, mediano y largo plazo del área?</p> <p>13. ¿Cómo realiza la planeación e implementación de proyectos dentro del área?</p> <p>14. En la actualidad, ¿Cuáles son las metodologías de evaluación e indicadores que usa para medir los procesos?</p> <p>15. ¿Cuenta con experiencias aprendidas en el área?</p> <p>16. ¿Como se gestiona los riesgos en el área?</p> <p>17. ¿Cuál es la plataforma que actualmente se usa para correo electrónico para los asociados? ¿Cuáles ha sido las características de esta plataforma?</p> <p>18. ¿Cuáles son las problemáticas, dificultades y aspectos positivos que ha identificado con la plataforma de correo electrónico actual?</p> <p>19. ¿Reemplazaría la plataforma actual? ¿Por qué?</p> <p>20. Si desea reemplazaría la plataforma actual, ¿qué recursos, capacidades instalada y futura y habilidades, fortalezas y debilidades cuenta en su área para hacerlo? Me refiero también a recurso humano, financiero, servicios actuales, servicio postventa, innovación, nuevos desarrollos</p> <p>21. De su proceso actual de soporte de email institucional ¿Qué resaltaría?, ¿que cambiaría?,¿Qué mejoraría?</p> <p>22. Que impacto según su percepción tendrá el cambio de plataforma en la organización, en los asociados, en el área, en los colaboradores y en general.</p>

8.3. Anexo 3: Formato de encuesta a los asociados

Objetivo: Conocer como ha sido su experiencia y satisfacción con el correo electrónico que tiene actualmente la cooperativa.
Nombre:
Municipio:
Departamento:
Regional:
Rango de edad: 18 –28 años    -29-39 años    -40-50 años -60 a 70 años -más 71 años
<p>1. ¿Con que frecuencia usa el correo electrónico?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Muy Frecuente</li><li>• Frecuente</li><li>• A veces</li><li>• Poco Frecuente</li><li>• No lo usa.</li></ul> <p>2. ¿Qué tipo de dispositivos usa para conectarse a su cuenta de correo electrónico Institucional?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Computador</li><li>• Portátil</li><li>• Celular</li><li>• Tablet</li><li>• Otros. ¿Cuál?</li></ul> <p>3. ¿Qué tan satisfecho esta con su cuenta de correo electrónico institucional?</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Muy Satisfecho</li></ul>

- Satisfecho
  - Neutral
  - Insatisfecho
  - Muy Insatisfecho
4. A través de su cuenta de correo Institucional puede acceder a almacenamiento de datos en la nube, fotos, Maps, etc.)
- Si
  - No
5. ¿Qué usos le da a su correo Institucional?
- Recepción y envío de mensajería
  - Formaciones académicas (cursos, talleres, charlas, capacitaciones, etc.)
  - Almacenamiento de información
  - Reuniones
  - No lo uso
6. Cuando hay eventos virtuales, formaciones, charlas y/o reuniones de la Cooperativa, ¿desde qué cuenta de email se conecta?
- Correo Institucional
  - Correo Personal
  - Correo de un familiar o conocido
7. ¿Qué funciones le gustaría tener como complementos adicionales a su correo electrónico institucional?
8. ¿Qué sugerencias, recomendaciones y/o peticiones daría para mejorar el correo?

## **9. Lista de referencias**

1. IONOS Cloud S.L.U. (2023). IONOS Cloud S.L.U. Obtenido de IONOS Cloud S.L.U:  
<https://www.ionos.es/>
2. Ministerio de Tecnología de la Información y la Comunicación - Dane. (2020).  
ENCUESTA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES  
EN EMPRESAS (ENTIC EMPRESAS) 2020. Obtenido de ENCUESTA DE  
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES EN EMPRESAS  
(ENTIC EMPRESAS) 2020:  
[file:///C:/Users/manue/Downloads/bol\\_entic\\_empresas\\_2020.pdf](file:///C:/Users/manue/Downloads/bol_entic_empresas_2020.pdf)
3. Presidencia de la Republica. (2023). Ley 274 de 2023- PLAN NACIONAL DE  
DESARROLLO. Obtenido de Ley 274 de 2023- PLAN NACIONAL DE DESARROLLO:  
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portalDNP/PND-2023/2023-05-05-texto-conciliado-PND.pdf>
4. Superintendencia de la Economía Solidaria. (2022). Evolución de la Cooperativas  
Supervisadas por las Delegaturas Asociativas en los últimos cinco años. Bogotá D.C.:  
Grupo de la Delegatura Asociativa.
5. Email Marketing. Recuperado de: <https://www.cyberclick.es/marketing/email-marketing>
6. La Automatización. (2022, 10 de mayo). Recuperado de  
<https://www.redhat.com/es/topics/automation>
7. 50 minutos. (2017). El abecé del perfecto diseñador de correos masivos y de  
boletines informativos. Editorial Lemaitre Publishing.  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecaean-ebooks/reader.action?docID=5151844&ppg=13&pq-origsite=primo>

8. Cuáles son los mejores proveedores de correo electrónico gratis. Recuperado de <https://www.ionos.es/digitalguide/correo-electronico/cuestiones-tecnicas/los-mejores-proveedores-de-free-mail/>
9. Ministerio de Tecnología de la Información y la Comunicación - Dane. (2020). ENCUESTA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES EN EMPRESAS (ENTIC EMPRESAS) 2020. Obtenido de ENCUESTA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES EN EMPRESAS (ENTIC EMPRESAS) 2020:  
[file:///C:/Users/manue/Downloads/bol\\_entic\\_empresas\\_2020.pdf](file:///C:/Users/manue/Downloads/bol_entic_empresas_2020.pdf)
10. Presidencia de la Republica. (2023). Ley 274 de 2023- PLAN NACIONAL DE DESAROLLO. Obtenido de Ley 274 de 2023- PLAN NACIONAL DE DESAROLLO:  
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portalDNP/PND-2023/2023-05-05-texto-conciliado-PND.pdf>
11. Superintendencia de la Economía Solidaria. (2022). Evolución de la Cooperativas Supervisadas por las Delegaturas Asociativas en los últimos cinco años. Bogotá D.C.: Grupo de la Delegatura Asociativa.
12. Email Marketing. Recuperado de: <https://www.cyberclick.es/marketing/email-marketing>
13. La Automatización. (2022, 10 de mayo). Recuperado de <https://www.redhat.com/es/topics/automation>
14. 50 minutos. (2017). El abecé del perfecto diseñador de correos masivos y de boletines informativos. Editorial Lemaitre Publishing.  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecaean-ebooks/reader.action?docID=5151844&ppg=13&pq-origsite=primo>

15. Cuáles son los mejores proveedores de correo electrónico gratis. Recuperado de <https://www.ionos.es/digitalguide/correo-electronico/cuestiones-tecnicas/los-mejores-proveedores-de-free-mail/>
16. Diccionario de Economía Social. (2009). Disponible en: <https://books.google.com.co>
17. Biografías y vidas. (2004-2016). Disponible en: <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/blanc.html>
18. Marx, C. (1884). Manifiesto Inaugural de la Asociación Internacional de los Trabajadores. Fundada el 28 de septiembre de 1864, en una Asamblea Pública celebrada en Saint Martens Hall de Long Acre, Londres. Tomo I, 115-123 p. Disponible en: <https://www.marxists.org/espanol/m-e/1860s/1864fait.htm>
19. Superintendencia de la Economía Solidaria. (2022). Evolución de la Cooperativas Supervisadas por las Delegaturas Asociativas en los últimos cinco años. Bogotá D.C. Grupo de la Delegatura Asociativa.
20. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2023). Indicadores de Seguimiento a la Economía (ISE) - agosto 2023. Bogotá D.C.: <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/ISE/bol-ISE-ago2023.pdf>.
21. Función Pública. (2012). Decreto 1714 de 2012. Bogotá D.C.: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49444>.
22. Función Pública. (1988). LEY 79 DE 1988. Bogotá D.C.: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=9211>.
23. Función Pública. (2001). LEY 700 DE 2001. Bogotá D.C.: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4453>.