

Propuesta de Mejoramiento de la Gestión de Mercadeo en
La Empresa Human Dynamics S.A.S

Adriana Margarita Mejía Laitano y William Adolfo Pinto Córdoba

Universidad Santo Tomas
Facultad Ciencias y Tecnologías
Programa Gestión para el Desarrollo Empresarial
Valledupar
Mayo de 2018

Propuesta de Mejoramiento de la Gestión de Mercadeo en
La Empresa Human Dynamics S.A.S

Especialista en Gestión Para el Desarrollo Empresarial
Carlos Gerardo Lozano Rodríguez

Universidad Santo Tomas
Facultad de Ciencias y Tecnologías
Programa Gestión para el Desarrollo Empresarial
Valledupar
Mayo de 2018

Firma jurados

Firma Director

Bogotá, mayo, 28, 2018.

Señores:

BIBLIOTECAS Universidad Santo Tomás

Bogotá

Estimados Señores: Yo, Adriana Margarita Mejía Laitano, identificado con Cédula de Ciudadanía No. 1.065.581.301, autor del trabajo de grado titulado: Propuesta de Mejoramiento de la Gestión de Mercadeo en la Empresa Human Dynamics S.A.S, presentado y aprobado en el año 2018 como requisito para optar al título de Especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial, autorizo a la Biblioteca de la Universidad Santo Tomás, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional Porticus en la página Web de la Biblioteca, así como de las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad Santo Tomás.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Cordialmente,

Adriana Margarita Mejía Laitano

C.C. No. 1.065.581.301 de Valledupar

Correo Electrónico: adrianalaitano@gmail.com

Bogotá, mayo, 28, 2018.

Señores:

BIBLIOTECAS Universidad Santo Tomás

Bogotá

Estimados Señores: Yo, William Adolfo Pinto Córdoba, identificado con Cédula de Ciudadanía No. 77.026.219, autor del trabajo de grado titulado: Propuesta de Mejoramiento de la Gestión de Mercadeo en la Empresa Human Dynamics S.A.S, presentado y aprobado en el año 2018 como requisito para optar al título de Especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial, autorizo a la Biblioteca de la Universidad Santo Tomás, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional Porticus en la página Web de la Biblioteca, así como de las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad Santo Tomás.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Cordialmente,

William Adolfo Pinto Córdoba

C.C. No. 77.026.219 de Valledupar

Correo Electrónico: pintocor@hotmail.com

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	1
1. DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO.....	2
1.1 Entorno Misional	5
1,2 Entorno Estratégico.....	6
Tabla 1 Empresas Creadas.....	8
Factores Económicos.....	12
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA/NECESIDAD	14
2.1 Justificación	14
2.2 Delimitación.....	17
2.3 Problema	17
3. OBJETIVOS.....	18
3.1 Objetivos Generales	18
3.2 Objetivos Específicos	18
4. ALCANCES Y RESTRICCIONES DEL PROYECTO	18
4.1 Económico	18
4.2 Social	19
4.3 Empresarial	20
5. METODOLOGÍA.....	21
5.1 Recolección de la Información.....	21
5.2 Análisis de la Información	21
Fuente: Elaboración Propia	23
6. PROPUESTA	23
6.1 Título de la Propuesta	23
6.2 Objetivo de la Propuesta	23
6.2. 1 Objetivo General	23
6.2. 2 Objetivos Específicos.....	23
6.3 Justificación y Antecedentes de la Propuesta.....	24
7. MARCO DE REFERENCIA	25
7.1 Marco Teórico.....	25
Conceptos de Mejoramiento Continuo.....	26
7.2 Marco Conceptual	31

7.3 Marco Legal	35
Documentos requeridos:.....	36
7.4 Marco Geográfico	39
7.5 Marco Histórico	39
8. DIAGNOSTICO	39
8.1 Matrices de Diagnostico (Efi, Efe)	44
Fuente: Elaboración Propia	44
Fuente: Elaboración Propia	45
8.2 Análisis de Mercado	45
8.2.1 Delimitación del cliente	45
8.2.2. Elementos del análisis de mercado:	50
8.2.2.1 Planteamiento de la investigación de mercados	50
8.2.2.2 Objetivo	50
8.2.2.3 Metodología	50
8.2.2.4 Ficha técnica	51
8.2.2.5 Perfil del cliente	51
8.2.2.6 Tamaño del mercado.....	54
8.2.2.7 Competencia	55
8.2.2.8 Estrategias de mercado	59
Elaboración Propia	67
9. PROPUESTAS DE SOLUCIÓN	67
Target de Human Dynamics	68
Plan de Marketing Human Dynamics S.A.S.....	68
Estrategias de servicio	69
Estrategia de distribución y cobertura	72
Estrategia de precio	72
Estrategia de promoción y publicidad.....	73
Tácticas de promoción:	73
Acciones de publicidad:	73
Estrategias de apoyo:.....	74
Integración del equipo de trabajo al plan de marketing	74
Comunicación del plan de mercadeo a los colaboradores.....	75

10. PLAN DE ACCIÓN	76
10.1 Cronograma	85
10.2 Costos.....	85
10.3. Indicadores	86
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	87
13. ANEXOS	88

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Empresas Creadas.....	8
Tabla 2 Proceso Metodológico	22
Tabla 3 Matriz de Evaluación de Factores Internos	44
<i>Tabla 4 Matriz de Evaluación de Factores Externos</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 5 Tamaño de Mercado</i>	<i>54</i>
<i>Tabla 6 Costo Paquete 1</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 7 Costo Paquete 2</i>	<i>61</i>
<i>Tabla 8 Costo Paquete 3</i>	<i>62</i>
<i>Tabla 9 Modelo de Encuesta de Satisfacción del Cliente</i>	<i>63</i>
<i>Tabla 10 Presupuesto de Mezcla del Mercadeo.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabla 11 Servicios</i>	<i>69</i>
<i>Tabla 12 Plan de Acción</i>	<i>76</i>
<i>Tabla 13 Cronograma</i>	<i>85</i>
<i>Tabla 14 Costos</i>	<i>85</i>

LISTADO DE FIGURAS

<i>Figura 1 Empresas por Tamaño.....</i>	<i>46</i>
<i>Figura 2 Empresas por Municipio</i>	<i>47</i>
<i>figura 3 Actividades Económicas</i>	<i>49</i>
<i>Figura 4 Contratación de RRHH</i>	<i>52</i>
<i>Figura 5 Identificación del Logo.....</i>	<i>53</i>
<i>Figura 6 Servicios que le Interesan.....</i>	<i>53</i>
<i>Figura 7 Fuentes de Servicios</i>	<i>54</i>
<i>figura 8 Diagrama de Flujos (Fuente: Elaboración Propia</i>	<i>68</i>

RESUMEN ANALITICO

Título:	Propuesta de Mejoramiento de la Gestión de Mercadeo en la Empresa Human Dynamics S.A.S.
Autores:	Adriana Margarita Mejía Laitano y William Adolfo Pinto Córdoba
Director:	Carlos Gerardo Lozano Rodríguez
Publicación:	Valledupar, 28 de Mayo del 2018 107 página
Facultad – Proyecto Curricular	Facultad de Ciencias y Tecnología
Palabras Claves	Mejoramiento, Gestión de Mercado, empresa, propuesta, servicios, planes, estrategias, producto, servicio, precio y promoción.
Descripción	Trabajo de grado que se realiza con el fin de realizar un plan de mejoramiento de la empresa Human Dynamics S.A.S como opción de grado de la especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial. Este proyecto tiene como principal objetivo desarrollar un plan de mercadeo que permita posicionar a Human Dynamics en el mercado del departamento del Cesar como empresa líder en gestión del Recurso Humano. Para esto se realizó un diagnóstico tanto interno como externo con el fin de identificar las necesidades del mercado y con base a esto crear estrategias basadas en el servicio, precio, plaza y promoción, que permita incrementar las ventas y mejorar el servicio al cliente.

	Todas esas estrategias apuntan a enriquecer la gestión comercial que viene desarrollando la empresa y dejar establecido cuales son los indicadores que medirán los resultados del plan de marketing en cuanto a rentabilidad, eficiencia y eficacia.
Fuentes de información	<i>Gobernacion del Cesar.</i> (7 de Junio de 2017). Obtenido de http://cesar.gov.co/d/index.php/es/menpre/menprenoti/863-artbp-0266-2017 <i>Camara de Comercio Valledupar.</i> (Octubre de 2017). Obtenido de http://ccvalledupar.org.co <i>Minivivienda.</i> (6 de junio de 2017). Obtenido de http://www.minvivienda.gov.co/sala-de-prensa/noticias/cesar <i>Dinero. Com.</i> (22 de Julio de 2015). Obtenido de http://www.dinero.com/edicion-impresatecnologia/articulo/outsourcing-colombia-claves-del-exito-del-sector/211384 <i>Dinero.Com.</i> (7 de Julio de 2014). Obtenido de http://www.dinero.com/especiales-comerciales/outsourcing/articulo/servicio-outsourcing-tercerizacion-colombia/199002 Perez, C. (6 de Enero de 2011). <i>Dinero.</i> Obtenido de http://www.dinero.com/actualidad/noticias/articulo/colombia-

	podria-generar-10000-empleos-ano-bpo/120549 Zambrano, T. (2015). <i>Efectos laborales de contratacion en el marco del outsourcing y/o subcontratacion en colombia</i>. Obtenido de http://repository.ucatolica.edu.co/jspui/bitstream/10983/1990/1/Efectos-laborales-contrataci%C3%B3n-en-marco-outsourcing-Colombia.pdf .
Contenidos	El plan de mejoramiento de la empresa Human Dynamics S.A.S se realizó en tres capítulos, el primer capítulo lo llamamos estructuración y planificación, en donde se dejó planteado como iba a realizarse el proyecto, los objetivos, el cuerpo teórico de trabajo y las fuentes a investigar; el segundo capítulo fue el de investigación en donde se realizó un análisis del mercado y por último el plan de acción en donde se plantean las estrategias que van a permitir lograr el objetivo general del trabajo.
Metodología	Para llevar a cabo esta propuesta de mejoramiento como proyecto de grado se utilizaron diversas fuentes de recolección de información dentro de las cuales están la recopilación documental y bibliográfica, entrevistas estructuradas y no estructuradas, encuestas y focus group.
Conclusiones	Hoy en día la mayoría de las empresas buscan generar o desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores, es por esto que para lograr dicha meta se estableció a través de este proyecto un plan de mejoramiento dirigido a realizar un análisis de mercado que nos

	permitiera contar con un diagnóstico de la empresa tanto interno como externo para detectar cuáles son esas necesidades del mercado, segmentar y diseñar unas estrategias orientadas a incrementar las ventas y mejorar la experiencia de los cliente para fidelizarlos.
Elaborado por	Adriana Margarita Mejía Laitano y William Adolfo Pinto Córdoba
Revisado por	Carlos Gerardo Lozano Rodríguez
Fecha de elaboración del resumen analítico	28 de mayo 2018

INTRODUCCIÓN

La gestión de mercadeo es uno de los ejes principales en la empresa, ya que es la clave para generar ingresos a través de la persuasión de clientes. En este proceso se pretende conocer y abarcar las oportunidades disponibles en el entorno, segmentar el mercado, formular los planes y estrategias y hacer el respectivo seguimiento o control. (Gobernación del Cesar, 2017).

La finalidad del proceso de mercadeo consiste en llevar a cabo intercambios mutuamente satisfactorios, tanto para la organización como para los clientes. En ese sentido, todos los esfuerzos se dirigen hacia la satisfacción de las necesidades de los consumidores.

La misión principal de la gestión de marketing es conquistar los mercados existentes por medio de acciones relacionadas con producto/servicio, precio, promoción y distribución.

Este trabajo de grado tiene como finalidad proponer un plan de mercadeo que enriquezca la gestión comercial que viene desarrollando la empresa HUMAN DINAMICS S.A.S. En este documento se analizará del sector de Outsourcing en Colombia, se diagnosticará la empresa objeto, se identificará el problema, se plantearán objetivos, se establecerán los alcances y restricciones, se realizará la propuesta de solución con su respectivo plan de acción.

1. DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO

Valledupar, oficialmente llamada Ciudad de los Santos Reyes del Valle de Upar, es la capital del departamento del Cesar, Colombia. Tiene una extensión de 4.493 km², 443.414 habitantes y junto a su área metropolitana reúne 662.941 habitantes, está conformado por 25 corregimientos y 102 veredas.

Su principal actividad económica se basa en la producción agrícola, agroindustrial y ganadera, sin embargo en los últimos diez años la ciudad ha tenido un crecimiento significativo expandiendo su económica a otras actividades y generando el aumento de pequeñas, medianas y grandes empresas. Existen un conjunto de factores significativo que han contribuido a este desarrollo, entre los cuales se encuentran:

Valledupar es la capital del área metropolitana donde está la influencia de los ejes mineros del sur de La guajira y del norte del Cesar, los trabajadores y empresarios que están explotando estas minas de carbón tienen sus inversiones en la capital del departamento, esta situación atrajo la necesidad de tener un mercado de productos y servicios más amplio para esos empresarios que se establecen en esta ciudad, este fenómeno ha hecho que inversionistas pongan sus ojos en Valledupar; es por esto que grandes almacenes de cadena, centros comerciales y marcas reconocidas a nivel mundial abrieran mercado en la capital del Cesar, empresas nacionales en todos tipo de sectores como Panamericana, Juan Valdez, OMA, Velez, Mario Hernández, Studio F, Popsy, Jon Sonen, Totto, Gef, Punto Blanco, empresas extranjeras como EPK, Tommy Hilfiger, Franquicias como Subway, Burger King, KFC que son cadenas de comida rápida con fuerte presencia a nivel mundial, Multinacionales como Sodimac con su marca Homecenter, Cencosud con Jumbo e Easy; la presencia de centros comerciales como el Guatapurí y

centro comercial Mayales, que cuentan con una amplia participación de empresarios cesarenses, el centro comercial Unicentro donde hace presencia Pedro Gómez, que es de los más importantes del país y otros en construcción como lo es Megamall de la constructora Grupo Grama.

La tradicional fiesta llamada Festival de la Leyenda Vallenata creada en 1968, es el evento económico más importante de la ciudad y del departamento, moviliza a compositores, músicos e intérpretes, el turismo, el comercio, los servicios, en magnitudes similares o mayores a las del Carnaval de Barranquilla. El último estudio de Movilización de Recursos e Impacto Económico del Festival Vallenato llevado a cabo en el 2012 por la Fundación Universitaria del Área Andina, la Cámara de Comercio de Valledupar y la Caja de Compensación Familiar del Cesar, Comfacesar, señala que durante ese año arribaron a la ciudad para gozarse la fiesta, 56 mil turistas, de los cuales el 95% lo hizo por carretera y el 5% por avión, en el 2013 la Fundación del Área Andina realizó un estudio sobre el impacto socio económico del Festival de la Leyenda Vallenata, no solo para la capital sino para todos los cesarenses, se pudo establecer que durante el evento de ese año se movieron cerca de 44 mil millones de pesos. Son alrededor de 56 mil visitantes los que ingresan a Valledupar y se generarán cerca de mil empleos directos. Si se desglosa este dinero por actividades, la oferta formal es lo que más ingresos le aporta a la ciudad se tienen datos relacionados con la hotelería, restaurantes y venta de artesanías, estas tres actividades pueden generar alrededor de 11 mil millones de pesos (El Pilon, 2014).

El número de visitantes que aumenta cada año ha visto obligado a los empresarios e inversionista a ampliar la oferta hotelera, a tener una variedad de restaurantes, incrementar y mejorar el transporte e inclusive beneficia al sector informal quien aumenta sus ventas

por esos días e inclusive hay familias que alquilan sus casas o habitaciones para albergar turistas.

Con el Gobierno de Juan Manuel Santos y su programa de vivienda gratis, el departamento del Cesar ha sido favorecido con 3.743 viviendas 100% subsidiadas para familias de escasos recursos con una inversión de \$149.466.000, 5.183 viviendas para ahorradores del VIPA seleccionadas para familias que ganen entre 1 y 2 salarios mínimos mensuales con una inversión de \$79.818.000 y \$43.303.000 para obras de acueducto y alcantarillado (Minivivienda, 2017), el 7 de junio del 2017 la ministra de vivienda Elsa Noguera informo mediante una mesa de trabajo en la ciudad de Valledupar que el programa de vivienda sigue en el departamento y su próxima inversión serán 2.000 soluciones de vivienda gratis para diferentes municipios (Gobernacion del Cesar, 2017).

Desde los planes de desarrollo llevados por las alcaldías desde el 2013 en adelante han trabajado por la transformación económica en el departamento, han estado dirigidos a fortalecer los factores de competitividad, es decir mejorar la plataforma competitiva del municipio e institucionalizar políticas para el desarrollo empresarial; la propuesta de atención va encaminada a fomentar empleo formal, promover clústeres, redes, emprendimientos, formalización empresarial, mejoramiento de la infraestructura técnica y tecnológica para la calidad de la producción y por supuesto el acceso a mercados y procesos comerciales, a desarrollar la identidad productiva, mediante la promoción, fortalecimiento y fomento de iniciativas empresariales innovadoras, competitivas y sostenibles; atención especial al sector de la microempresa, muchos de estos se han realizado a través de convenios y/o proyectos entre los más recientes están el convenio 319: Programa de alianza para la innovación, desarrollado entre noviembre del 2015 a junio del

2016, proyecto CII 029-13 Fortalecimiento productivo y desarrollo de productos innovadores para diez mil mipymes del cluster lácteo en el departamento del Cesar llevado a cabo entre diciembre de 2014 a abril de 2016, convenio 193 Brigadas de formalización durante todo el 2013, convenio de cooperación No. 25 suscrito entre el municipio de Valledupar y la cámara de comercio de Valledupar – VEMPRENDE llevado a cabo de marzo a diciembre del 2015 con el objetivo de aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros, para el apoyo, fortalecimiento y reconversión laboral al programa de transformación productiva del municipio y convenio de asociación No 0193 del 2016, entre el servicio nacional de aprendizaje SENA y la Cámara de comercio de la ciudad de Valledupar con el programa de reentrenamiento laboral y formación a lo largo de la vida. (<http://ccvalledupar.org.co/convenios-y-proyectos-2013/>)

Todos estos factores han generado un desarrollo en la ciudad, contribuyendo a la disminución del desempleo ya que estas empresas requieren de mano de obra ya sea directa o indirecta y necesitan proveedores de productos y/o servicios. Valledupar hoy en día se proyecta a nivel nacional e internacional como destino de inversión.

1.1 Entorno Misional

La tercerización u outsourcing ha empezado a cambiar de forma significativa las relaciones laborales, en el ámbito de la contratación, toda vez que establece condiciones contractuales distintas a las que el marco laboral clásico ofrecía, hasta hace apenas unos treinta años atrás. Dicha flexibilización ha comenzado a disparar el aparato productivo empresarial tanto en el ámbito de Colombia, en concreto, como del resto de América latina, donde el outsourcing ha empezado a hacer presencia con mayor énfasis, introduciendo en el mercado de nuestras naciones latinoamericanas un cambio lento pero progresivo en la

mentalidad y cultura tradicionales de la empresa contratante, para dar paso a la subcontrataste, con todo su cúmulo de ventajas, como también de drásticos cambios en la dependencia, tanto jerárquica como de manejo de los prestadores directos del servicio contratado. (*Efectos laborales de la contratación en el marco del outsourcing y/o subcontratación en Colombia*. Recuperado de. (Zambrano, 2015)

Pese a la complicada coyuntura económica, tanto empleados y empleadores han encontrado en este tipo de empresas una solución ágil para trabajar. (*El outsourcing en recursos humanos: selección de personal*. Recuperado de. (Mateus, 2013).

1,2 Entorno Estratégico

El servicio de outsourcing o tercerización consiste en transferir a terceros ciertas actividades complementarias que no hacen parte del giro principal del negocio permitiendo así la concentración de los esfuerzos esenciales a fin de obtener resultados más tangibles. (Dinero.Com, 2014).

Los servicios de Outsourcing tienen la capacidad de potencializar los resultados de las empresas que los contraten. Colombia en los últimos 5 años ha presentado un aumento en la contratación de estos, en 2013 el sector de tercerización tuvo una participación de 1,94% del PIB nacional y para 2014 ese porcentaje aumentó a 2,04%. Según el informe, en 2013 generó ingresos por tercerización por \$13,79 billones, mientras que en 2011 logró \$8,27 billones. En el año más reciente de referencia, la generación de puestos de trabajo alcanzó 368.262, de los cuales 275.000 fueron directos. Y, finalmente, las ventas externas de servicios alcanzaron \$2,68 billones. La categoría de Tercerización de Procesos de Negocios (BPO, por su sigla en inglés) es la de mayor tamaño en el mercado colombiano. Según el PTP, en 2013 obtuvo ingresos por \$7,40 billones, lo que significó un crecimiento de

22,37% respecto al año que le precedió. El mayor responsable de este rendimiento fue el subsector de Contact Center en español, con una participación de 48,2%, seguido de cobranzas con 14,1%, y recursos humanos con 9,2%. (Dinero. Com, 2015).

Cuando las empresas deciden tercerizar sus procesos cuentan con ventajas más competitivas, la gerencia puede plantearse retos estratégicos más altos creando un ambiente laboral propicio a la focalización, el emprendimiento y la generación de empleo calificado.

El Outsourcing o Tercerización implica también fomento para la apertura de nuevas empresas con oportunidades de oferta de mano de obra que tiene un impacto social. La característica más relevante de este fenómeno radica en otorgar mayor valor agregado a los clientes y productos mediante la agilidad y oportunidad en el manejo de los procesos transferidos a empresas especializadas en el tema, reducción de tiempos de procesamiento e inclusive la reducción de costos potencializando así, el nivel del talento humano.

Finalmente se puede decir que en Colombia existe una tendencia muy marcada a la práctica del Outsourcing, convirtiéndose en uno de los países líderes de la región en adoptar esta metodología con el fin de optimizar sus resultados. (Dinero.Com, 2014).

1.3 Micro Entorno

El auge en la construcción, la apertura de centros comerciales y los planes de apoyo a las iniciativas empresariales entre otros, ha generado creación de nuevas empresas, empleo directos, indirectos o requerimiento de proveedores ya sea de productos o servicios; contribuyendo al desarrollo del municipio y departamento incrementado la posibilidad de empleabilidad de las personas.

Tabla 1 Empresas Creadas

Empresas Creadas	Año
4.819	2016
2940	2015
3234	2014

Fuente: Cámara de Comercio de Valledupar

De acuerdo con los datos de Registros Públicos de la Cámara de Comercio de Valledupar, en el primer semestre del 2016 se crearon 4.819 nuevas unidades productivas en su jurisdicción. “La constitución de nuevas matrículas, durante el primer semestre del 2016, presentó un incremento de 39 por ciento, con respecto al primer semestre del 2015, que venía de disminuir 10 por ciento, frente al primer semestre del 2014”, precisó el presidente ejecutivo de la Cámara de Comercio de Valledupar, José Luis Urón Márquez, al explicar que el primer semestre del 2016 presentó la mayor cantidad de matrículas mercantiles registradas en un lapso igual en la historia de la Cámara de Comercio de Valledupar (desde el 2013 hasta el 2016). (Camara de Comercio Valledupar, 2017)

Aunque no hay registro de cuantos outsourcing operan en Valledupar, entre los más comunes están el outsourcing en manejo de nómina y personal, en transporte de carga y maquinaria de todo tipo, de sistemas, líneas de servicio corporativos, gestión documental, cobranza y servicios jurídicos, en sistemas eléctricos, telecomunicaciones y mantenimiento eléctrico, arreglos locativos, aseo especializado para empresas, vigilancia, contable, entre otros.

1.4 Macro Entorno

Business Process Outsourcing (Tercerización de los Procesos de Negocio) que de ahora en adelante se denominará como BPO, es la gestión de procesos por parte de una empresa subcontratada que vincula la responsabilidad no solo del desarrollo eficiente de las actividades entregadas, sino que es también encargado de realizar procesos de mejoramiento sobre la forma en que son llevadas a cabo.

“Hechos como los de estar al norte de Suramérica, contar un horario internacional intermedio, con un puesto destacado en disponibilidad tecnológica, 58 entre 138, y tener presencia de un alto número de jóvenes universitarios y con especializaciones, favorecen el entorno del BPO. Por su cultura y sus deseos de globalización ciudades como Bogotá, Medellín y Cali, son óptimas para el fortalecimiento de la oferta de Outsourcing. (Perez, 2011)

La imagen negativa del país de hace algunos años ha ido mejorando con el paso del tiempo, las medidas económicas de las naciones vecinas han contribuido a que las empresas multinacionales tengan a Colombia como punto de referencia potencial en BPO. Así mismo, se espera que con El TLC se fortalezca esta visión de las empresas sobre nuestro país, para así a futuro lograr un alcance de más de 10 mil empleos en un año con el BPO.

Aunque Colombia ha avanzado positivamente en la prestación de los servicios tercerizados, el objetivo está en desarrollar este sector al nivel que internacionalmente se vea como una decisión estratégica de inversión. A la fecha se podría considerar que se tiene una parte de este objetivo, ya que solo el segmento de contact centers copa el 60% del total de esta industria a nivel nacional (Felco Soluciones Ti, 2012)

Los procesos en los que más se implementa el BPO son:

- Tecnología de informática, la más subcontratada hasta ahora.
- Manejo de activos fijos y portafolio de inversiones.
- Educación, capacitación y formación.
- Investigaciones de mercado.
- Administración de nómina.
- Servicios de apoyo o garantía a clientes.
- Ventas.
- Manufactura, bajo la modalidad de proveedor de partes ensambladas.
- Mensajería y todo tipo de servicios generales de apoyo a la empresa.

Representantes de una de las compañías de BPO del mundo, StarTek, destacan a Colombia como uno de los destinos con mayor potencial en América Latina para la prestación de estos servicios a nivel global. América Latina está siendo observada como fuente de empleo de esta industria. Algunas de las razones por las cuales las empresas multinacionales están pensando en nuestro país como fuente potencial para desarrollar BPO son:

- Proximidad geográfica, rodeada de dos océanos.
- Afinidad cultural.
- Bajos costos de mano de obra inferiores entre 20% y 40% a los de regiones como Europa y Norte América.
- Capacidad de proveer servicios de diferente niveles de valor agregado para las compañías.
- La disponibilidad de Recurso Humano más alta de Latinoamérica

- Analistas financieros e ingenieros de sistemas un 78% más económico que los de la región Europea.

El crecimiento de esta industria ha presentado en los últimos años tasas de crecimiento superiores al 25% anual, por lo que el número de ciudades en capacidad de prestar los servicios tercerizados se ha casi que triplicado en los últimos años, y los países latinoamericanos han despertado su interés en atraer compañías globales con intenciones de expansión (Portafolio, 2012).

Sin embargo, Colombia ya ha venido siendo fuente de inversión extranjera en diversos proyectos de Call Centers, TI, Centros de Servicios Compartidos y Data Centers, por lo que el segmento de Outsourcing en nuestro país ha experimentado un crecimiento del 91% en los últimos tres años. Así mismo Colombia presenta oportunidades para explorar y desarrollar nichos más especializados de Outsourcing dado que cuenta con disponibilidad de recurso humano, costos competitivos, un régimen laboral flexible, infraestructura de telecomunicaciones, mercado local con amplio crecimiento e importantes incentivos para la industria de servicios.

Colombia ha generado protagonismo en el tema de Outsourcing y BPO, lo que se ha traducido en que países como España y Estados Unidos inviertan en Colombia, además del talento humano y universidades con una fuerte inclinación hacia el servicio, lo que hace que tenga mayor alcance brindando mayor impacto en el mercado. (Universidad ICESI. Proyecto de grado: *Análisis del estado actual de Business Process Outsourcing (BPO) y Outsourcing (tercerización) en Colombia*. Recuperado de. (Análisis del estado actual de business process outsourcing, 2012).

Factores Económicos.

Son muchos los factores que están haciendo que Valledupar sea una ciudad atractiva tanto para inversionistas extranjeros como nacionales, la influencia del sector minero en el norte de la Guajira y sur del Cesar, la apertura de centros comerciales, el festival de la leyenda Vallenata y el auge de la construcción, han disminuido con los índices de desempleo, creando empleos directos o indirectos y la necesidad de requerir proveedores de la zona, todo esto hace que el desarrollo de la capital del Cesar se mueva de forma más dinámica que hace 15 años.

En el 2012 la cámara de comercio de Valledupar realizó un Censo Industrial y Comercial de Empresarios 2012, realizado en los 14 municipios que conforman el área de influencia de la Cámara de Comercio de Valledupar, arrojó la presencia de 9,064 establecimientos comerciales, el 72% de ellos ubicados en la capital del departamento y el 28% restante en los otros 13 municipios. (Camara de Comercio Valledupar, 2017).

Todas estas pequeñas, medianas y grandes empresa que se han conformado ven cada día la necesidad de fijar sus ojos en su objetivo de negocio ya que deben ser competitivas e innovadoras en sus productos o servicios y buscan tercerizar las actividades que no se relacionan directamente con su objetivo, es ahí donde Human Dynamics S.A.S tiene oportunidades de negocio que le permiten ofertar sus servicio y ayudarle a los empresarios a través de soluciones integrales para ser más competitivos.

Político y legal.

Contratar una firma de outsourcing no es nada distinto a conseguir un contratista independiente, el cual, según el artículo 34 del Código Sustantivo del Trabajo modificado por el artículo 3.º del Decreto 2351 de 1965, agrupa personas naturales o jurídicas que se

obligan, mediante un contrato civil o mercantil, a ejecutar una obra o a prestar un servicio a favor de un contratante o beneficiario, quien también podrá ser una persona natural o jurídica, a cambio de un precio, y a asumir todos los riesgos, para realizarlos con sus propios medios y con libertad y autonomía técnica y directiva.

El contratista independiente tiene la obligación de tener resultados respecto al contratante, y en virtud de la autonomía técnica y directiva que le corresponde para ejecutar la obra o servicio tendrá que utilizar sus propios insumos y recursos, entre ellos el factor humano.

El artículo 34 del CST indica que el beneficiario de la obra o contratante será solidariamente responsable por las obligaciones laborales del contratista en el caso que las labores encomendadas a este último no sean extrañas a las actividades normales en su empresa o negocio.

El contratante podrá controlar este riesgo exigiendo pólizas de cumplimiento de obligaciones laborales a la firma contratista.

Al respecto, la Corte Suprema de Justicia ha identificado tres situaciones procesales diferentes:

- a) “El trabajador puede demandar sólo al contratista independiente, verdadero patrono del primero, sin pretender solidaridad de nadie y sin vincular a otra persona a la 13itis;
- b) El trabajador puede demandar conjuntamente al contratista patrono y al beneficiario o dueño de la obra como deudores. Se trata de un litisconsorcio prohijado por la ley, y existe la posibilidad que se controvierta en el proceso la doble relación entre el demandante y el empleador y éste con el beneficiario de la obra, como también la solidaridad del último y su responsabilidad frente a los trabajadores del contratista independiente, y

c) El trabajador puede demandar solamente al beneficiario de la obra, como deudor solidario si la obligación del verdadero patrono, entendiéndose como tal al contratista independiente “existe en forma clara, expresa y actualmente exigible, por reconocimiento incuestionable de éste o porque se le haya deducido en juicio anterior adelantado tan solo contra el mismo”. (Universidad Externado de Colombia. *Outsourcing y derecho laboral*. Recuperado de: (Suarez, 2013).

Factores Socioculturales.

Las condiciones demográficas hacen parte del entorno sociocultural, por ello el crecimiento de la población mayor de 40 años ha generado que se fomenten nuevas empresas generadoras de empleos.

Instituciones como el SENA, universidades, la alcaldía y la gobernación han implementado a través de programa, subsidios y unidades de emprendimiento para mejorar la plataforma competitiva del municipio e institucionalizar políticas para el desarrollo empresarial; la propuesta de atención va encaminada a fomentar empleo formal, promover clústeres, redes, emprendimientos, formalización empresarial, mejoramiento de la infraestructura técnica y tecnológica para la calidad de la producción y por supuesto el acceso a mercados y procesos comerciales, a desarrollar la identidad productiva, mediante la promoción, fortalecimiento y fomento de iniciativas empresariales innovadoras, competitivas y sostenibles; atención especial al sector de la microempresa.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA/NECESIDAD

2.1 Justificación

A raíz del desarrollo de la explotación de la minería del carbón, la llegada de centros comerciales, el auge de la construcción, los incentivos del Gobierno para crear y sostener

empresas, entre otras, han causado que la ciudad tenga nuevas necesidades de productos y servicios, lo que ha provocado la instalación de una creciente lista de empresas nacionales y/o internacionales que prestan servicios de salud, alimentación, vestuario, telecomunicaciones, bancarios, etc.

Muchas de estas organizaciones por su necesidad de dedicarse a su objeto de negocio para cubrir el mercado, olvidan organizarse al interior de su empresa y es cuando vienen los problemas, ya que no cuentan con reglamentos internos de trabajo, no hay perfiles definidos para los cargos lo que hace que no cuente con personal idóneo, no capacitan a sus empleados, no realizan inducción y tampoco cuentan con programas relacionados a la seguridad y salud en el trabajo, teniendo muchas veces en riesgos a sus colaboradores.

Observando el mercado la empresa Human Dynamics evidenció varios aspectos:

Que existe una conciencia por parte de los empresarios que reconocen que el recurso humano es lo más importante en cualquier organización ya que la conducta y rendimiento de los individuos influye directamente en la calidad y optimización de los servicios o productos que brindan.

Que las empresas que han surgido, que en su mayoría tienen poco tiempo de funcionamiento y pocos empleados, no les es viable económicamente contratar a un profesional con experiencia que se encargue de coordinar, ejecutar y hacer seguimiento a todas las actividades de Recursos Humanos.

Que algunas de las empresas tienen profesionales en el área de RRHH pero estos no pueden realizar todas las actividades del área porque se requiere de otras profesiones como Especialistas en Salud Ocupacional o Abogados para abarcar todos temas.

Que ninguna empresa en Valledupar ofrece todos los servicios de forma integral como los ofrece Human Dynamics S.A.S.

Que hay un amplio mercado sobre todo en pequeñas y medianas que manifestaron estar interesados en los servicios de Human Dynamics S.A.S.

Es por esto que nace Human Dynamics, para dar servicios integrales a un costo razonable que le permite a los empresarios organizar sus empresas desde el inicio y con todos los procesos de esta área; sin embargo también servimos de soportes a aquellas empresas que tienen el área conformada pero requieren de servicios específicos que son realizados por especialistas como por ejemplo el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST). Actualmente la empresa presta servicios de dos maneras, de forma modular es decir cuando el cliente sólo requiere de un servicio especializado puede ser: Selección de personal, Accesment Center, capacitaciones, realización del Sistema de Seguridad y salud en el trabajo, elaboración del Reglamento Interno de trabajo, elaboración de manuales de funciones o asesoramiento en contratación y a través de Outsourcing que se brinda todos los servicios anteriormente más otros como los son la realización de evaluaciones de desempeño, medición del clima laboral, elaboración de manuales de procesos y funciones, asesoría jurídicas entre otras. De forma modular el cliente paga por el servicio prestado una vez se entrega a conformidad y por Outsourcing el cliente paga una mensualidad por la duración del contrato que en su mayoría se manejan a seis meses.

Pese a que somos la única compañía en la ciudad que presta estos servicios de forma integral y que muchas empresas de diferentes sectores manifestaron estar interesados en nuestros servicios, no contamos con suficientes clientes ya que la labor comercial la realiza la Gerente quien también realiza parte de la operatividad de los procesos, por lo que no

cuenta con mucho tiempo para visitar clientes y no se cuenta con una estrategia de mercado.

Por eso se hace necesario conformar una estrategia de mercadeo para incrementar el número de clientes, abrir nuevos mercados y buscar alianzas estratégicas para prestar nuevos servicios. También es importante investigar las cambiantes necesidades y deseos de los empresarios, determinar el impacto de estos cambios sobre la satisfacción, aumentar la innovación de servicios y poner en marcha estrategias que construyan la ventaja competitiva de la organización y que permitan usar los canales de comunicación más convenientes.

2.2 Delimitación

Nuestro tamaño de mercado será la Ciudad de Valledupar y corredores mineros en el Cesar y la Guajira, identificando a todas aquellas grandes y pequeñas empresas que funcionan en estos departamentos, sin tener en cuenta el número de empleados, capital o razón social de las empresas, ya que los procesos de Gestión Humana son aplicables y necesarios, ya que todas ellas en algún momento requerirán de servicios como procesos de selección, valoración psicológica, asesoramiento en contratación, seguridad y salud en el trabajo, bienestar, capacitación, desarrollo, asesoramiento en procesos disciplinarios y otros como lo son elaboración de reglamentos internos de trabajo, elaboración de manuales de funciones, de perfiles y diseño de formatos para el desarrollo del área de Gestión Humana.

2.3 Problema

¿El diseño de un plan de mercadeo para la empresa Human Dynamics conseguirá una mayor rentabilidad, eficiencia y eficacia y además una mejor planeación, control, orientación, unificación de metas y objetivos?

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivos Generales

Desarrollar un plan de mercadeo dirigido a ampliar la cobertura e ingresos de la empresa.

3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico de la empresa tanto interno como externo para identificar las necesidades del mercado objeto.
- Segmentar el mercado a fin de adaptar mejor la oferta para satisfacer las necesidades de los clientes efectivamente.
- Diseñar una estrategia de mercadeo basada en el servicio, precio, plaza y promoción, que permita incrementar las ventas y mejorar el servicio al cliente.

4. ALCANCES Y RESTRICCIONES DEL PROYECTO

4.1 Económico

Human Dynamics S.A.S cuenta con 2 abogados especializados en Derecho Laboral, 2 psicólogas con experiencia de más de 6 años en Recursos Humanos, dos ingenieros Esp. En Salud Ocupacional y una practicante de Psicología; a parte de este recurso se cuenta con un técnico y profesional experto en trabajo en alturas que realizan capacitaciones. Contamos con una oficina y con los recursos tecnológicos necesarios para satisfacer las necesidades de la Gestión del Recurso Humano en Valledupar y en el Departamento, contamos con profesionales que pueden desplazarse a cualquier punto para realizar su labor.

A pesar de tener la capacidad para prestar todos los servicios a satisfacción existen unas restricciones, un ejemplo claro es que algunas empresas utilizan los servicios de la caja de

compensación quien hace procesos de selección gratis para las empresas que realicen aporte a esta entidad.

La cantidad de psicólogas que se encuentran desempleadas y trabajo bajo modalidad de freelance.

Otro de los indicadores que afecta es el alto porcentajes de empresas informales existentes, una de subsistencia y otras de acumulación simple en la Ciudad de Valledupar teniendo en cuenta los censos realizados por la cámara de comercio. Sin embargo el mercado objetivo ha crecido en esta ciudad por el aumento de empresas ha sido considerable cifras según la cámara de comercio de Valledupar por lo que incrementan las posibilidades de clientes que adquieran nuestros servicios.

4.2 Social

A medida que pasa el tiempo las empresas se ven presionadas por la innovación, la tecnología, la globalización y las exigencias del mercado, por lo cada día deben buscar más y mejores herramientas que les ayuden a mantenerse al margen de esas exigencias.

Los expertos afirman de manera clara que si los empresarios quieren lograr sus metas propuestas dependerá en gran medida de la forma en que administran su personal y para administrar efectivamente el personal de una organización se requiere de un programa que le permita a la administración tener la más completa selección de personas idóneas para los distintos puestos, contar con programa de capacitación, planes de desarrollo, mantener un buen clima laboral, entre otros y todas esas actividades se realizan en Recursos Humanos. Ninguna empresa funciona sin recursos humanos, es el área más importante y una de las más complejas de la empresa, es por esto que requiere de personas con experiencia para montar los macro y micro procesos que se desprenden de ella.

Es por eso que Human Dynamics S.A.S pone al servicio de las empresas su experiencia y personal capacitado lo que hacemos es diseñar, implementar, coordinar y ejecutar los procesos de esta área de acuerdo a la cultura y estrategia corporativa de las empresa con el fin de que esta se centre en el logro de su objetivo, convirtiéndonos en el aliado estratégico.

4.3 Empresarial

Human Dynamics S.A.S nació para dar soluciones integrales a las empresas del Cesar con el fin de que estas encuentren en una sola empresa todas las soluciones en el área de Gestión Humana, porque si bien es cierto en el mercado existen empresas de consultorías, de Salud Ocupacional y de selección de personal, nosotros integramos todos estos servicios en una sola.

El servicio prestado se concentra en la misión y visión de nuestros clientes ofreciendo agilidad y oportunidad en los manejos de los procesos, reducción en los tiempos de los procedimientos y en la mayoría de los casos una reducción de los costos en las áreas transferidas a proveedores especializados. Aumentar la rentabilidad de las empresas mediante un diseño exitoso de la estrategia de abastecimiento que consiste en aprovechar al máximo las ventajas y funciones principales de la organización.

Con los servicios que ofreceremos pretendemos posicionarnos en el mercado de Valledupar como la empresa líder en soluciones empresariales por nuestra calidad en el servicio, nuestros precios, nuestros profesionales y servicios agregados como lo es el seguimiento.

5. METODOLOGÍA

5.1 Recolección de la Información

La información fue recolectada mediante test de mercadotecnia a los miembros de la empresa. (Ver Anexo)

5.2 Análisis de la Información

Después de evaluar la gestión de mercadeo y ventas en la empresa Human Dynamics S.A.S se puede deducir que:

No existe en la empresa un plan de mercadeo, no hay una ruta y la persona encargada de las ventas hace parte de la ejecución de los procesos dentro de la empresa por lo que no dispone del tiempo necesario.

No hay presupuesto para contratar a una persona que se encargue de la parte comercial.

Los colaboradores saben que la tendencia de mercado empresarial es transferir a terceros ciertas actividades complementarias que no hacen parte del giro principal del negocio permitiendo así la concentración de los esfuerzos esenciales a fin de obtener resultados más tangibles, por ello trabajan para que su aporte sea valioso.

Las características de los clientes están claramente identificadas por las psicólogas y el gerente de la empresa, sin embargo el resto de los miembros de la empresa solo reconoce algunos perfiles de los clientes, en ese sentido se diseñan las soluciones ajustadas a estas condiciones.

Se tiene claridad en cuanto a que el segmento de clientes son empresas que requieren minimizar cargas y hacer más efectivas ciertas áreas para enfocarse en su actividad

principal, debido a esto se pone todo el empeño para contribuir efectivamente en el desarrollo exitoso de las operaciones de las mismas a través de aporte del recurso humano.

Se desconocen estrategias que conlleven a generar utilidades superiores a las del punto de equilibrio, sin embargo el gerente y el contador actualmente trabajan en ello siendo esta una de las razones de ser de este trabajo.

El personal es consciente de que el mercado prefiere a la empresa porque en ella se brindan soluciones integrales, generando sentido de pertenencia y entrega para trabajar cada día por ofrecer lo mejor. Lo anterior se puede catalogar como un factor diferenciador ante la competencia, ya que se crea una imagen positiva ante los clientes. Actualmente para promocionar los servicios se está diseñando una página web.

En lo referente a las metas de ventas el equipo de trabajo no tiene previsto proyecciones al respecto dificultando la realización de presupuestos y la toma de decisiones. Tampoco está definida la función de las ventas y su relación con el personal, por ende no hay empoderamiento para dar a conocer los servicios a través de medios personales.

5.3 Proceso Metodológico

Tabla 2 Proceso Metodológico

<i>Fase</i>	<i>Etapas del plan de mejoramiento</i>	<i>Actividades críticas</i>	<i>Metodología</i>
1	Introducción y contextualización	Hacer un preámbulo sobre la temática de la que tratará el documento	Investigación y búsqueda bibliográfica
2	Identificación y aplicación herramientas que permitan encontrar información primaria y secundaria	Diseñar o acudir a modelos de cuestionarios.	Investigación y búsqueda bibliográfica
3	Análisis información	Documentar el análisis	Sustentación de

	<i>recolectada</i>	<i>con fuentes bibliográficas o referencias virtuales</i>	<i>resultados para tener insumo para diagnóstico.</i>
4	<i>Diagnóstico funcionamiento del proceso de mercadotecnia de la empresa.</i>	<i>Utilizar matrices diagnóstico</i>	<i>Análisis de efectos de variables internas y externas.</i>
5	<i>Proposición de solución</i>	<i>Plantear solución a problemática encontrada</i>	<i>Presentación de plan de mercadeo</i>

Fuente: Elaboración Propia

6. PROPUESTA

6.1 Título de la Propuesta

Plan de Mercadeo para la Empresa Human Dynamics S.a.s

6.2 Objetivo de la Propuesta

6.2. 1 Objetivo General

Desarrollar un plan de mercadeo y ventas que permita posicionar a Human Dynamics en el mercado del departamento del Cesar como empresa líder en gestión del Recurso Humano.

6.2. 2 Objetivos Específicos

- Realizar el diagnóstico interno y externo de la empresa Human Dynamics S.A.S. que permita potencializar fortalezas y oportunidades y minimizar las debilidades y amenazas a fin de ofrecer un servicio de calidad.
- Incrementar la cuota de mercado de la empresa Human Dynamics S.A.S., tanto reteniendo a los clientes actuales como adquiriendo nuevos a través de estrategias poderosas y efectivas.
- Definir los indicadores que medirán los resultados del plan de marketing en cuanto a rentabilidad, eficiencia y eficacia.

6.3 Justificación y Antecedentes de la Propuesta

Human Dynamics S.A.S fue creada el 26 de febrero de 2013 por iniciativa de dos psicólogas con experiencia en el área de Recursos Humanos que luego de trabajar durante varios años en diferentes empresas en el departamento, tener conocimiento de los servicios ofertados y de las falencias en el medio, decidieron construir una empresa en la que se diera solución a todos los procesos que integra la Gestión Humana como lo son la selección, contratación, evaluación, capacitación y desarrollo, bienestar, seguridad y salud en el trabajo. Fue así como luego de organizar todos los servicios a ofertar se materializó esta iniciativa empresarial.

Desde su creación, debido al relacionamiento de las socias con empresarios de la zona, la empresa inició con clientes que fueron aumentando en número por el referido de los mismos; pero nunca se realizó una estrategia de mercadeo ni se ha realizado una verdadera gestión comercial y el ingreso de dinero correspondiente a los clientes que hay sólo permiten estar en punto de equilibrio sin generar utilidades.

Es por esto que a través de este plan de mejoramiento Human Dynamics S.A.S busca el incremento en la productividad y competitividad a través de la adopción de estrategias que le permitan crecer ordenadamente a través del control eficiente de sus operaciones administrativas, productivas, de mercadeo, contables y financieras, con el fin de que en un plazo de 3 años pueda convertirse en una empresa con presencia en las diferentes empresas de Valledupar y el Departamento del Cesar a partir de una diversificación de servicios integrales para el adecuado funcionamiento de las empresas.

Algunos de los beneficios de implementar dicho plan son:

- Analizar los factores que influyen en el mercado para satisfacer las necesidades que el cliente quiere, desea y necesita distribuyéndolo en forma tal que esté a su disposición en el momento oportuno, en el lugar preciso y al precio más adecuado.
 - Formular y desarrollar métodos adecuados para la elaboración de los servicios al suministrar y coordinar la mano de obra, equipo, instalaciones, materiales y herramientas requeridos.
 - Conseguir y conservar un grupo humano de trabajo cuyas características vayan de acuerdo con los objetivos de la empresa a través de programas adecuados de reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo.
 - Realizar un adecuado seguimiento de todas las transacciones efectuadas por la empresa.

Logrando lo anterior, la empresa podrá crear nuevos puestos de trabajo y generar empleos directos e indirectos que posibilitarán mejorar la calidad de vida de los colaboradores y sus familias.

7. MARCO DE REFERENCIA

7.1 Marco Teórico

Mediante la aplicación de la teoría de la Administración total de Mejoramiento Continuo, los conceptos del Proceso Administrativo y Planeación Estratégica, se pretende hallar las explicaciones a situaciones internas y externas que no han permitido el posicionamiento de Human Dynamics S.A.S en el mercado de la prestación de servicios de selección, valoración psicológica, asesoramiento en contratación, seguridad y salud en el trabajo, bienestar, capacitación, desarrollo, asesoramiento en procesos disciplinarios, elaboración de reglamentos internos de trabajo, elaboración de manuales de funciones .

Conceptos de Mejoramiento Continuo

Fadi Kabboul (1994), define el Mejoramiento Continuo como una conversión en el mecanismo viable y accesible al que las empresas de los países en vías de desarrollo cierran la brecha tecnológica que mantienen con respecto al mundo desarrollado.

James Harrington (1993), para él mejorar un proceso, significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable, qué cambiar y cómo cambiar depende del enfoque específico del empresario y del proceso.

Actividades Básicas de Mejoramiento

De acuerdo a un estudio en los procesos de mejoramiento puestos en práctica en diversas compañías en Estados Unidos, Según Harrington (1987), existen diez actividades de mejoramiento que deberían formar parte de toda empresa, sea grande o pequeña:

1. Obtener el compromiso de la alta dirección.
2. Establecer un consejo directivo de mejoramiento.
3. Conseguir la participación total de la administración.
4. Asegurar la participación en equipos de los empleados.
5. Conseguir la participación individual.
6. Establecer equipos de mejoramiento de los sistemas (equipos de control de los procesos).
7. Desarrollar actividades con la participación de los proveedores.
8. Establecer actividades que aseguren la calidad de los sistemas.
9. Desarrollar e implantar planes de mejoramiento a corto plazo y una estrategia de mejoramiento a largo plazo.
10. Establecer un sistema de reconocimientos.

1. Compromiso de la Alta Dirección:

El proceso de mejoramiento debe comenzarse desde los principales directivos y progresa en la medida al grado de compromiso que éstos adquieran, es decir, en el interés que pongan por superarse y por ser cada día mejor.

2. Consejo Directivo del Mejoramiento:

Está constituido por un grupo de ejecutivos de primer nivel, quienes estudiarán el proceso de mejoramiento productivo y buscarán adaptarlo a las necesidades de la compañía.

3. Participación Total de la Administración:

El equipo de administración es un conjunto de responsables de la implantación del proceso de mejoramiento. Eso implica la participación activa de todos los ejecutivos y supervisores de la organización. Cada ejecutivo debe participar en un curso de capacitación que le permita conocer nuevos estándares de la compañía y las técnicas de mejoramiento respectivas.

4. Participación de los Empleados:

Una vez que el equipo de administradores esté capacitado en el proceso, se darán las condiciones para involucrar a los empleados. Esto lo lleva a cabo el gerente o supervisor de primera línea de cada departamento, quien es responsable de adiestrar a sus subordinados, empleando las técnicas que él aprendió.

5. Participación Individual:

Es importante desarrollar sistemas que brinden a todos los individuos los medios para que contribuyan, sean medidos y se les reconozcan sus aportaciones personales en beneficio del mejoramiento.

6. Equipos de Mejoramiento de los Sistemas (equipos de control de los procesos):

Toda actividad que se repite es un proceso que puede controlarse. Para ello se elaboran diagramas de flujo de los procesos, después se le incluyen mediciones, controles y bucles de retroalimentación. Para la aplicación de este proceso se debe contar con un solo individuo responsable del funcionamiento completo de dicho proceso.

7. Actividades con Participación de los Proveedores:

Todo proceso exitoso de mejoramiento debe tomar en cuenta a las contribuciones de los proveedores.

8. Aseguramiento de la Calidad:

Los recursos para el aseguramiento de la calidad, que se dedican a la solución de problemas relacionados con los productos, deben reorientarse hacia el control de los sistemas que ayudan a mejorar las operaciones y así evitar que se presenten problemas

9. Planes de Calidad a Corto Plazo y Estrategias de Calidad a Largo Plazo:

Cada compañía debe desarrollar una estrategia de calidad a largo plazo. Después debe asegurarse de que todo el grupo administrativo comprenda la estrategia de manera que sus integrantes puedan elaborar planes a corto plazo detallados, que aseguren que las actividades de los grupos coincidan y respalden la estrategia a largo plazo.

10. Sistema de Reconocimientos:

El proceso de mejoramiento pretende cambiar la forma de pensar de las personas acerca de los errores. Para ello existen dos maneras de reforzar la aplicación de los cambios deseados: castigar a todos los que no logren hacer bien su trabajo todo el tiempo, o premiar a todos los individuos y grupos cuando alcancen una meta con realicen una importante aportación al proceso de mejoramiento.

Necesidades de Mejoramiento

Los directivos de las empresas son los principales responsables de un avanzado éxito en la organización o por el contrario del fracaso de la misma, es por ello que los socios dirigen toda la responsabilidad y confianza al presidente, teniendo en cuenta su capacidad y un buen desempeño como administrador, capaz de resolver cualquier tipo de inconveniente que se pueda presentar y lograr satisfactoriamente el éxito de la empresa. Hoy en día, para muchas empresas la palabra calidad representa un factor importante para el logro de los objetivos trazados. Es necesario llevar a cabo un análisis global y detallado de la organización, para tomar la decisión de implantar un estudio de necesidades, si así la empresa lo requiere.

Resulta importante mencionar, que para el éxito del proceso de mejoramiento, va a depender del alto grado de respaldo aportado por el equipo que conforma la dirección de la empresa, por ello el presidente está en el deber de solicitar las opiniones de cada uno de los miembros del equipo de la administración y los jefes de departamentos que conforman la empresa.

Los ejecutivos deben comprender que el presidente tiene pensado llevar a cabo la implantación de un proceso que beneficie a toda la empresa y además, pueda proporcionar a los empleados con los mejores elementos para el buen desempeño de sus trabajos. Se debe estar claro, que cuales quiera sea el caso la responsabilidad es de la directiva.

Antes de la decisión final de implantar un plan de mejoramiento, es necesario calcular un estimado de los ahorros potenciales. Se inician realizando un examen detallado de las cifras correspondientes a los costos de mala calidad, además, de los ahorros en costos, el proceso de mejoramiento implica un incremento en la productividad, reducción del

ausentismo y mejoramiento de la moral. Es importante destacar que una producción de mejor calidad va a reflejar la captura de una mayor proporción en el mercado.

Para el logro de estos ahorros, durante los primeros años, la empresa tendrá que invertir un mínimo de porcentaje del costo del producto, para realizar el proceso de mejoramiento.

Por otro lado, para percibir el funcionamiento eficaz del proceso de mejoramiento, no solo es necesario contar con el respaldo de la presidencia, sino con la participación activa de ella. El presidente debe medir personalmente el grado de avance y premiar a todas aquellas personas que de una u otra forma contribuyan notablemente y realizar observaciones a quienes no contribuyan con el éxito del proceso.

Una manera muy eficaz de determinar si el equipo general de administradores considera la necesidad de mejorar, consiste en llevar a cabo un sondeo de opiniones entre ellos. La elaboración del sondeo va a ayudar a detectar cómo el grupo gerencial considera a la empresa y cuánto piensan que debe mejorar. Se pueden realizar interrogantes.

¿Qué tan buena es la colaboración de las personas?

¿Qué tan buena es la colaboración de los departamentos?

¿Qué tanto preocupa a la dirección la calidad del trabajo?

De lo anteriormente mencionado cabe resaltar que para lograr que las empresas alcancen calidad en cuanto a los diferentes procesos que se realizan dentro de la misma, es importante el compromiso de la gerencia, ya que este será el motor para que los clientes tanto internos como externos sean agentes activos y participes en los planes de mejoramiento y estrategias que la empresa desee implementar.

7.2 Marco Conceptual

En el marco de este proceso de mejoramiento existen términos que se implican en las variables a tratar, por ello para ser comprendidos claramente la mejor manera es a través de su definición.

Política: Es el criterio o directriz de acción elegida como guía en el proceso de toma de decisiones al poner en práctica o ejecutar las estrategias, programas y proyectos específicos en el nivel institucional.

Pro actividad: La capacidad que tiene una persona de decidir cómo quiere que le afecten las cosas y que hacer frente a ellas, tomando una actitud que lo anticipa y lo lleva a la acción, no dejando que los eventos pasen sino haciendo que estos ocurran.

Toma de decisiones: Es el proceso mediante el cual la persona puede escoger entre dos o más alternativas. En una organización se circunscribe a una serie de personas que están apoyando un proyecto. A menudo se dice que tomar decisiones es el motor de los negocios. Los administradores consideran que la toma de decisiones es su trabajo principal, Sin embargo, la toma de decisiones solo es un paso de la planeación.

Análisis externo de la empresa – se trata de ir indicando los diferentes elementos del entorno (macro y micro entorno) que influyen a la empresa.

Análisis interno de la empresa – consiste en el estudio o análisis de los diferentes factores o elementos que puedan existir dentro de una empresa.

Análisis del entorno de la empresa – el análisis que incluye la exploración de los factores, que forman el entorno en el cual actúa la empresa.

Efectividad: es la relación entre los resultados logrados y los que se pro-pusieron previamente, y da cuenta del grado de logro de los objetivos planificados.

Eficiencia: es la relación entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de recursos que se había estimado o programado utilizar.

Eficacia: valora el impacto de lo que hacemos, del producto que entregamos o del servicio que prestamos. No es suficiente producir con 100% de efectividad, sino que los productos o servicios deben ser los adecuados para satisfacer las necesidades de los clientes. Por lo tanto, la eficacia es un criterio relacionado con la calidad (adecuación al uso, satisfacción del cliente).

Estrategia de la empresa - un programa de actuación a largo plazo, que determina los objetivos estratégicos de desarrollo de la empresa y que muestra cómo lograrlos en forma de objetivos operacionales y tareas a realizar específicas

Organigrama es la representación gráfica y esquematizada de la estructura de una empresa con el objeto de identificar las relaciones entre los diferentes elementos.

Organización. Utilización racional y coordinada de las diversas partes de una empresa para conseguir la máxima eficacia de los medios utilizados.

Productividad: es la relación entre los productos totales obtenidos y los recursos totales consumidos.

Presupuesto: Expresión contable del plan económico para un ejercicio económico, generalmente de un año de duración

Competencia: La información sobre la competencia que tiene mayor interés para la empresa es el número de competidores, su cuota de mercado, su tamaño, sus precios, los productos que ofrece, etc.

Manual de Procedimientos: Es un instrumento administrativo que apoya el quehacer cotidiano de las diferentes áreas de una empresa por cada uno de los empleados.

El manual de procedimientos es un componente del sistema de control interno, el cual se crea para obtener una información detallada, ordenada, sistemática e integral que contiene todas las instrucciones, responsabilidades e información sobre políticas, funciones, sistemas y procedimientos de las distintas operaciones o actividades que se realizan en una organización.

Planta de Personal: Es la indicación exacta del cargo, el número de cargos y el sueldo o remuneración para cada cargo, un análisis exhaustivo de la misma, servirá también para señalar las relaciones y las jerarquías que en ese momento existan en la organización, estas relaciones las podemos observar de manera gráfica las podemos observar en el organigrama de la entidad.

Estrategias: La estrategia es el patrón de los objetivos, propósitos o metas y las políticas y planes esenciales para conseguir dichas metas, establecidas de tal modo que definan en qué clase de negocio la empresa esta y en cuales quiere estar y qué clase de empresa es o quiere ser. (andrews).

Manual de funciones: Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia

e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa.

Mejora Continua: Puede definirse como pequeños cambios incrementales en los procesos productivos o en las prácticas de trabajo que permiten mejorar algún indicador de rendimiento, que no necesitan grandes inversiones para realizarse y que cuentan con la implicación de todos los componentes de la empresa. Los temas que con más frecuencia son analizados son la mejora de la calidad o costes de fabricación, aunque también son habituales los asuntos de seguridad e higiene en el trabajo

Sistema de Gestión: Sistema para establecer la política y los objetivos y para el logro de dichos objetivos.

Proceso: Una actividad u operación que recibe entradas y las convierte en salidas puede ser considerado proceso. Casi todas las actividades y operaciones relacionadas con un servicio o productos son procesos.

Dirección: Esta etapa del proceso administrativo llamada también ejecución, comando o liderazgo, es una función de tal transcendencia que algunos autores consideran que la administración y la dirección son la misma cosa, debido a que al dirigir es cuando se ejercen más representativamente las funciones administrativas, de manera que todos los dirigentes pueden considerarse administradores.

Evaluación: Proceso que tiene como finalidad determinar el grado de eficiencia y eficacia con que han sido empleados los recursos destinados a alcanzar los objetivos previstos, posibilitando la determinación de las desviaciones y la adopción de las medidas correctivas que garanticen el cumplimiento adecuado de las metas presupuestadas. Se

explica ex ante (antes de) concomitante (durante) y ex post (después de) de las actividades determinadas.

Revisión: Actividad emprendida para asegurar la convivencia, la adecuación y eficacia del tema objeto de la revisión, para alcanzar unos objetivos establecidos.

Calidad: Es el grado de acercamiento a las necesidades y expectativas de los consumidores. Cumpliendo las necesidades y expectativas de los consumidores, se consigue satisfacción en el consumidor, que esta trasmite a su entorno, generando más satisfacción.

Objetivo: es hacia donde se quiere llega, que identifica la finalidad hacia la cual deben dirigirse los recursos y esfuerzos para dar cumplimiento a la misión, tratándose de una organización. Expresión cualitativa de un propósito en un tiempo determinado, el objetivo debe responder a la pregunta “que” y “para que”

Competitividad: Es la capacidad de una organización pública o privada. Lucrativa o no de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

7.3 Marco Legal

Para la creación y funcionamiento de una empresa S.A.S Ley 1258 de 2008 se constituye mediante documento privado registrado ante Cámara de Comercio, en la cual uno o más accionistas quienes responden hasta por el monto del capital que han suministrado a la sociedad.

Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

La estructura orgánica de la sociedad, su administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía.

Normas aplicable a la Sociedades por Acciones Simplificadas:**Documentos requeridos:**

1. Certificado de existencia y representación legal de la sociedad inversionista, expedido por el funcionario competente del domicilio de la sociedad. En caso de tratarse de una persona natural, deberá hacerse llegar una copia del pasaporte o cédula de extranjería.
2. Poder autorizando a un abogado o persona natural para actuar en nombre del inversionista.
3. Definir los estatutos de la sociedad que va a ser constituida.

Obtención del NIT o RUT para los accionistas extranjeros:

1. Certificado de existencia y representación legal de la sociedad inversionista, expedido por el funcionario competente del domicilio de la sociedad. En caso de tratarse de una persona natural, deberá hacerse llegar una copia del pasaporte.

2. Poder autorizando a un abogado o persona natural para actuar en nombre del inversionista.

Protocolizar el contrato en documento privado:

Estatutos de la Sociedad:

1. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
2. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.;
3. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
4. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
6. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
7. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.

Efectuar el Registro Único Tributario (RUT)

Este trámite se puede hacer personalmente o a través de apoderado, ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales para así obtener el NIT de la sociedad. El documento privado de constitución, las cartas de aceptación, el NIT de los inversionistas extranjeros, y el formulario adicional para fines tributarios (RUT y NIT si es el caso) diligenciado indicando los impuestos a los que la compañía estará sujeta, deberán inscribirse en la Cámara de Comercio del domicilio de la compañía. Para ello debe diligenciarse el formulario de matrícula mercantil. Dicha entidad expedirá un certificado de existencia y representación legal de la compañía.

La inscripción en la Cámara de Comercio está sujeta al pago del impuesto de registro equivalente al 0,7% del monto del capital de la compañía, y al pago de derechos de matrícula mercantil por un valor dependiendo del capital.

Obtener las cartas de aceptación de los cargos de la sociedad:

Deberán obtenerse cartas de aceptación al cargo de las personas nombradas en los estatutos de la compañía, cuando haya lugar a cada nombramiento. Dichas cartas deben incluir el nombre completo de la persona que acepta el cargo, el cargo, el tipo documento y número de identificación de la persona y su firma.

7.4 Marco Geográfico

El plan de mejoramiento continuo se desarrollara en el Departamento del Cesar, específicamente en el Municipio de Valledupar.

7.5 Marco Histórico

Inicialmente, el Outsourcing es una herramienta que tiene sus orígenes en el inicio de la edad moderna. Tiempo atrás, en Colombia se utilizaba en muchas compañías competitivas como estrategia de negocios, lo cual tiene su auge en el inicio de la era post-industrial donde se inicia la competencia en los mercados globales. Tiempo después de la segunda guerra mundial, las organizaciones buscan centrar la mayor cantidad de actividades en sí mismas con el fin de no crear dependencia hacia los proveedores, sin embargo, esta estrategia que al parecer resultaba efectiva fue decayendo hasta quedar obsoleta con la incursión del desarrollo tecnológico, debido a la imposibilidad de las diversas áreas de las empresas por mantenerse actualizados y competitivos, lo cual si se evidenciaba en las agencias independientes especializadas en una sola actividad o área, sumándole a esto la capacidad de servicio para acompañar la estrategia de crecimiento no daba abasto.

(Universidad ICESI. Proyecto de grado: Análisis del estado actual de Business Process Outsourcing (BPO) y Outsourcing (tercerización) en Colombia. Recuperado de. (Análisis del estado actual de busines process outsourcing, 2012).

8. DIAGNOSTICO

Human Dynamics es una Sociedad por Acción Simplificada, constituida el 26 de febrero del 2013 y clasificada como pequeña empresa; es un Outsourcing que propone la idea de un departamento de Gestión Humana, en donde se diseñan, implementan, coordinan y ejecutan

procesos de esta área de acuerdo a la cultura y estrategia corporativa de las empresas clientes, con el fin de que estas se centre en el logro de su objetivo.

Realizamos procesos de selección, valoración psicológica, aplicación de baterías de pruebas psicotécnicas, asesoramiento en contratación, gestión de seguridad y salud en el trabajo, programas de bienestar, capacitación y desarrollo, asesoramiento en procesos disciplinarios y otros como lo son elaboración de reglamentos internos de trabajo, elaboración de manuales de funciones, de perfiles y diseño de formatos para el desarrollo del área de Gestión Humana.

Human Dynamics S.A.S cuenta con un equipo interdisciplinario compuesto por 2 Abogados Esp. En Derecho laboral, 2 Psicólogos Esp. En Gestión Humana, 2 Ingenieros y un Tecnólogo especializados en Salud Ocupacional. El personal está capacitado para brindar servicios confiables que permiten potenciar el desarrollo de las empresas.

El montaje de los programas es ejecutado por profesionales quienes laboran de forma externa. Se parte de un diagnóstico inicial, con base a esto se plantea un cronograma de actividades con fechas y se fijan las visitas durante los meses de ejecución del contrato para hacer seguimientos, solucionar requerimientos, inquietudes o para analizar cambios en las actividades si es necesario.

Human Dynamics S.A.S nació de la necesidad de que las empresas se centre en su objeto de negocio y en el desarrollo efectivo de los procesos en el área del Recurso Humano además de ser una propuesta integral al enfocarse en las etapas de selección y contratación, bienestar, capacitación y desarrollo, gestión de la seguridad y salud en el trabajo y asesoría jurídica entre otras, que por tratarse de diferentes ramas y profesiones no las podría hacer un solo profesional en este caso los jefes de RRHH, sin embargo en las empresas que ya

tienen contratado personal para esta área le brindamos un apoyo en los otras temáticas en los que ellos no tengan el conocimiento y/o licencia o certificación para realizarlo.

Actualmente la empresa le presta servicios a tres constructoras, tres distribuidoras, una bolsa de empleo y un almacén de venta de repuestos.

Como principal apoyo se tiene a un equipo de trabajo compuesto por dos abogados Esp. En Derecho laboral, dos Ingenieros y un Tecnólogo Especializados en Salud Ocupacional y dos Psicólogas Esp. En diferentes áreas de la Gestión Humana, un contadora y una practicante de Psicología. La mensajería se maneja a través de la empresa MR Soluciones Confiables quienes también realizan pagos, consignaciones, transcripciones de incapacidades, entrega y cobro de facturas, entre otras y contamos con un outsourcing de tecnología.

En la observación directa del mercado en la ciudad de Valledupar, se evidencio que no hay un Outsourcing que brinde la tercerización de todas las áreas de Gestión Humana como la propone Human Dynamics S.A.S; existen empresas que brindan los servicios de forma independiente, como lo son las empresas dedicadas a la seguridad y salud en el trabajo y psicólogas que trabajan bajo la modalidad freelance quienes realizan procesos de selección y capacitaciones de forma independiente.

La empresa actualmente se encuentra acogida a la ley 1429 de 2010 por lo que cuenta con importantes beneficios económicos y tributarios, como son cero por ciento (0%) del total de la tarifa establecida para la obtención de la matrícula mercantil en el primer año de desarrollo de la actividad económica principal, cincuenta por ciento (50%) en el segundo año y del tercer año en adelante el setenta y cinco por ciento (75%) estos si se realizan antes de 31 de marzo de los años respectivos. Otro incentivo de esta ley es por los cinco primeros

años las facturas entregadas a las empresas no deben ser sujetas de ningún tipo de retención, gracias a estos incentivos del Gobierno se mantiene un flujo de caja que se puede utilizar para los gastos que genera la oficina.

La organización está generando 9 empleos directos, trabajando bajo distinta modalidades como prestación de servicio y contrato de aprendizaje. Tenemos convenios con una empresa que nos proveen servicios de mensajería, outsourcing de tecnología y otras personas naturales que realizan logística de eventos en caso de requerirlos.

Teniendo en cuenta que el factor tecnológico es muy importante tenemos una alianza con un outsourcing tecnológico llamado FQ tecnología quienes nos están elaborando el portal web empresarial, realizando los correos corporativos, diseñando un software que permita llevar indicadores para los diferentes procesos y nos suministran todo lo que tiene que ver con soporte tecnológico. Estas herramientas nos van a permitir aumentar los cliente y que todas las empresas pueden tener información de Human Dynamics a cualquier hora, a través de la página web todas las personas van a poder inscribir sus hojas de vida en un link llamado trabaje con nosotros, esto nos va a permitir tener una base de datos por profesiones ayudándonos a ser más sencilla la labor de reclutamiento a la hora de realizar procesos de selección.

La empresa cuenta con 3 computadores, una impresora multipropósito y una línea de celular corporativa que facilitan la labor operativa dentro de la empresa.

HUMAN DYNAMICS S.A.S es una empresa legalmente constituida con domicilio en la ciudad de Valledupar, con NIT. 900596660-3, inscrita en la Cámara de Comercio de Valledupar el veinte seis (26) de Febrero de 2013 bajo el No. 00113101, del libro IX, con

Nit 900596660- 3, se encuentra representada legalmente por Adriana Mejía Laitano quien actúa también como calidad de Gerente.

Nuestra figura es de Outsourcing que es una tercerización de servicios o externalización de procesos que busca generar beneficios en costos para las empresas, también busca potenciar las mejores capacidades de la organización y servir de apoyo externo para hacer algunas operaciones de otra compañía, desahogando valioso tiempo, aumentando la productividad y con ello las ganancias.

Para la creación de esta empresa fue esencial acogerse a la Ley 1429 de 2010 Ley de Formalización y generación de empleo, que es una iniciativa del gobierno nacional que busca generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas, para aumentar los beneficios y disminuir los costos de formalizarse; al igual que proyecta crear cultura empresarial en los colombianos, apoyando a los emprendedores que preparan el sostenimiento de sus unidades productivas a mediano y largo plazo.

Los factores ecológicos y ambientales son tema del día a día, es por esto que ninguna empresa puede darse el lujo de ignorarlo y pasar por alto su responsabilidad ambiental.

Human Dynamics S.A.S busca ser una compañía con conciencia frente a aquellas acciones que pueden significar un gran aporte para el planeta en un futuro no muy lejano, algunas de estas son:

Reutilizar el papel y vender el papel que ya no se puede utilizar para el proceso de reciclaje de papel.

- Apagar los equipos durante las horas de receso o programarlos en modo ahorrador durante los descansos autorizados.
- Se encuentran dispuestas canecas de reciclaje identificadas con los colores e implementos que deben arrojar en cada una de ellas.

8.1 Matrices de Diagnostico (Efi, Efe)

Tabla 3 Matriz de Evaluación de Factores Internos**MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS**

Factores críticos de éxito	Peso	Calificación	Total ponderado
Fortalezas			
Conocimiento de las tendencias de mercado	0,2	4	0,8
Se cuenta con una imagen diferencial	0,1	3	0,3
La segmentación de mercado es adecuada para los servicios que presta la empresa	0,2	4	0,8
Clientes actuales satisfechos	0,1	3	0,3
Debilidades			
No hay estrategias de ventas definidas	0,1	1	0,1
No se tiene definida la función de ventas entre el personal de la empresa	0,1	1	0,1
Se desconoce la mezcla de ingresos y utilidades de los servicios	0,1	2	0,2
Las ventas en los últimos dos años se han mantenido sin cambio	0,1	2	0,2
Total	1	-	2,8

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4 Matriz de Evaluación de Factores Externos

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS			
Factores críticos de éxito	Peso	Calificación	Total ponderado
Oportunidades			
Crecimiento de los clientes potenciales	0,3	4	1,2
Globalización y exigencias del mercado	0,2	4	0,8
Amenazas			
Servicios de las cajas de compensación	0,3	3	0,9
Alto porcentaje de empresas similares informales	0,2	3	0,6
Total	1	-	3,5

Fuente: Elaboración Propia

8.2 Análisis de Mercado

8.2.1 Delimitación del cliente: (características y aspectos de las empresas pequeñas y grandes).

El Cesar cuenta con 46.728 establecimientos inscritos en la Cámara de Comercio, el 97,6% son microempresas, el 1,90% son pequeñas empresas, el 0,37% son medianas y el 0,065% son grandes empresas.

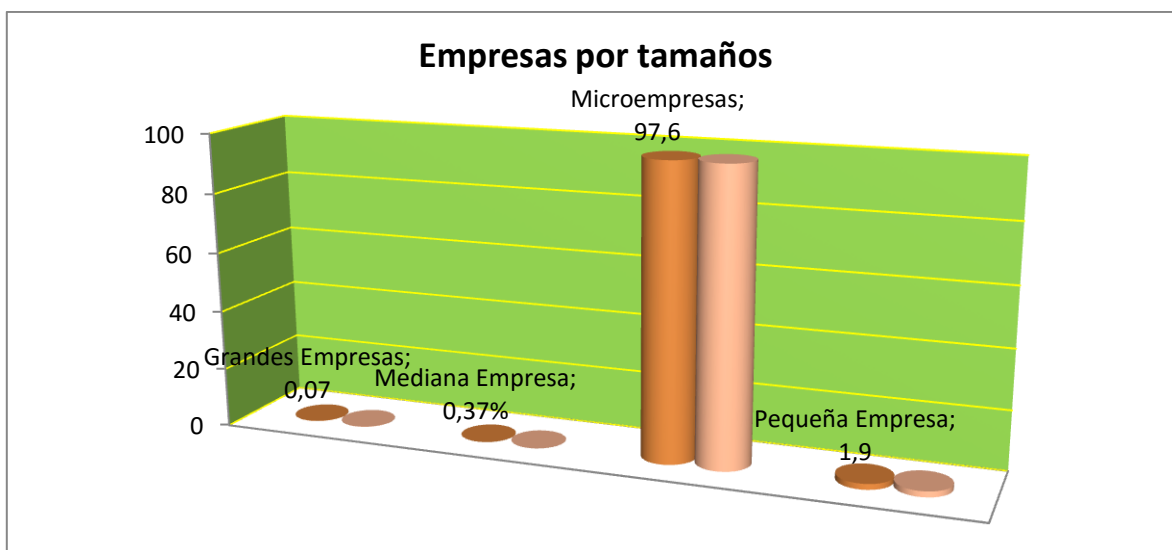


Figura 1 Empresas por Tamaño

Elaboración: Propia

De las 46.728 empresas en el Cesar, el 68,60% es decir 32.050 empresas se encuentran ubicadas en la ciudad de Valledupar, el 97% son microempresas, el 2,39% son pequeñas empresas, el 0,48% son medianas empresas y el 0,09% son grandes empresas; le sigue La Jagua de Ibirico con 2.198 empresas equivalente a 4,70%, de las cuales el 98,7% son microempresas, el 1,04% son pequeñas empresas y el 1,18% es mediana empresa, Agustín Codazzi tiene 2.064 empresas con un 4,40% el 99,2% son microempresas, el 2,8% son empresas pequeñas y el 0,09 son empresas medianas, Bosconia tiene 1.892 empresas es decir 4,04% de las cuales el 99% son microempresas, el 0,89% son empresas pequeñas y el 0,05% son empresas medianas, El paso tiene 1.580 empresas es decir un 3,38%, el 98,9% son microempresas, el 1,01 son pequeñas empresas y el 0,06 son medianas empresas, La Paz tiene 1.421 empresas con un 3,04%, el 99,3% son microempresas, el 0,49% son empresas pequeñas, el 0,07% es decir 1 empresa es mediana y el 0,07% equivalente a una es una empresa grande, Chiriguaná tiene 1.397 empresas es decir 3% de las cuales el 99%

son microempresas, el 0,28 son empresas pequeñas y el 0,21 son medianas empresas, El Copey tiene 965 empresas es decir un 2,06%, el 98,4% son microempresas y el 1,55% son empresas pequeñas, Becerril tiene 716 empresas es decir 1,53% el 99,3% son microempresas, el 0,55% son empresas pequeñas y el 0,13% son medianas empresas, Chimichagua tiene 707 empresas es decir 1,51% y el 100% son microempresas, Astrea tiene 1,26 % es decir 592 microempresas, San Diego con el 1,06% tiene 479 microempresas, Pueblo Bello con 0,92% tiene 429 microempresas, Manaure con 0,50% tiene 234 microempresas y Curumaní que registra solo una empresa.

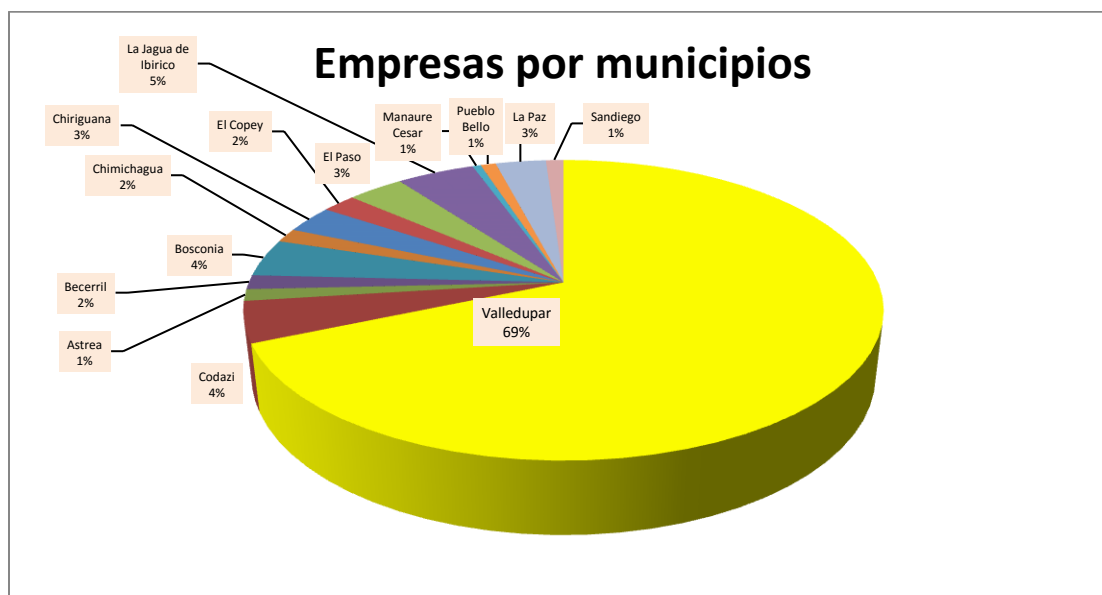


Figura 2 Empresas por Municipio

Elaboración Propia

De las 22 actividades económicas registradas, la principal es el Comercio quien ocupa un 43% con 20.416 empresas, de las cuales el 23% de ese total pertenecen al comercio al por menor y por mayor en establecimientos especializados y no especializados con surtido compuesto principalmente por productos de alimentos, bebidas o tabaco, el 11% lo ocupa el

comercio relacionado con la venta, mantenimiento, reparación de vehículos automotores y motocicletas, el 9,53% es el comercio al por menor y por mayor de prendas de vestir y sus accesorios en puestos de venta móviles y en establecimientos especializados, con el 7,47% es el comercio al por menor de carnes (incluye aves de corral) productos cárnicos, pescado y productos, también el comercio de leche, productos lácteos, huevos, productos alimenticios en establecimientos especializados. Las otras actividades varían desde comercio de productos farmacéuticos, comercio de productos agrícolas, comercio de combustibles, entre otros.

Con un 11% es decir 5.509 se dedican al alojamiento y servicios de comida, la tercera actividad económica ocupa un 7,7% con 3.594 empresas dedicadas a la industria manufacturera, la cuarta ocupa un 6,93% con 3.239 empresas dedicadas a otras actividades de servicios en las que se encuentran las peluquerías y otras actividades de belleza, mantenimiento y reparación de computadores, de equipos domésticos, muebles y accesorios del hogar, etc. La quinta actividad constituye un 5 % con 2.343 empresas dedicadas a la construcción, la sexta con un 4,8% equivalente a 2.243 empresas son actividades profesionales, científicas y técnicas, la séptima con un 3,29% son 1.537 empresas de atención de salud humana y de asistencia social, la octava con 3,14 son 1.467 empresas dedicadas al transporte y almacenamiento, la novena con el 2,61 % son 1.219 empresas dedicadas a los servicios administrativos y de apoyo dentro de las cuales se encuentran agencias de viajes, organización de convenciones y eventos sociales, otros servicios de reserva y actividades relacionadas, alquiler y arrendamiento de efectos personales, actividad de seguridad privada, actividades de operadores turísticos, entre otros. La décima

son las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación con 2,4% con 1.129 empresas.

El 8,61% de las empresas restantes están dedicadas a información y comunicación (2,39%), agricultura, ganadería, caza y actividades de servicios conexas (2,21%), actividades financieras y de seguros (1,16%), actividades inmobiliarias (0,77%), distribución de agua; evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental (0,63%), educación (0,62%), explotación de minas y canteras (0,39%), administración pública y defensa, planes de seguridad social de afiliación obligatoria (0,21%), suministros de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado (0,16%), actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores (0,026%), actividades de organizaciones y entidades extraterritoriales (0,008%) y actividades sin clasificar (0,04%).

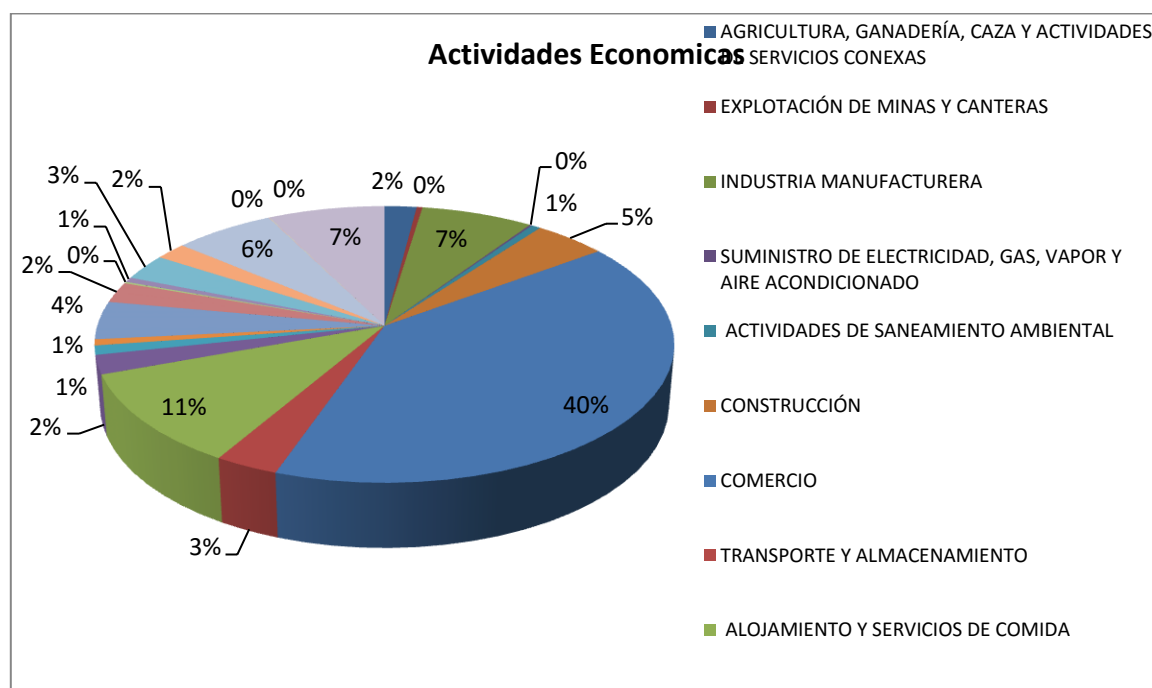


figura 3 Actividades Económicas

Elaboración Propia

8.2.2. Elementos del análisis de mercado:**8.2.2.1 Planteamiento de la investigación de mercados****8.2.2.2 Objetivo**

Identificar las necesidades y expectativas de los empresarios de la ciudad de Valledupar y El paso.

8.2.2.3 Metodología

La recolección de la información fue mediante Focus Group o Grupo Focal, esta técnica en el comportamiento del consumidor es utilizada para enfocarse o explorar un producto o una categoría de productos en particular (o cualquier otro tema de interés para la investigación). Durante una sesión de un grupo de discusión se alienta a los participantes a discutir acerca de sus reacciones ante conceptos de productos y servicios, o ante nuevas campañas de comunicación de marketing o publicidad. Los participantes de estos grupos se reclutan de acuerdo con un perfil del consumidor, cuidadosamente elaborado en forma de cuestionario y que se conoce como cuestionario de selección.

En el mundo del marketing, las sesiones de grupo son una herramienta muy importante para recibir retroalimentación de diversos temas concernientes a la mezcla de mercadotecnia. En particular se utiliza para detectar deseos y necesidades en cuanto a envasado, nombres de marcas o test de conceptos. Esta herramienta puede dar información valiosa acerca del potencial de un concepto, un eslogan o un producto en el mercado.

Con el grupo focal se indaga en las actitudes y reacciones de un grupo social específico frente a un asunto social o político, o bien un tema de interés comercial como un producto, servicio, concepto, publicidad, idea o embalaje. (Wikipedia)

8.2.2.4 Ficha técnica

Objetivo Identificar las necesidades y expectativas de los empresarios de la ciudad de Valledupar y El Paso.

Muestra 6 entrevistas

Dirigido a: Gerentes y Representantes legal de empresas de diferente actividad económica.

Ubicación Ciudad de Valledupar y municipio de El Paso.

Forma de Contacto El contacto se desarrolla a través de sondeo.

Selección de la muestra: **No probabilística,**

Error Muestreo por cuotas

Trabajo de campo Del 25 al 31 de enero del 2018

Cuestionario (anexo)

8.2.2.5 Perfil del cliente

Las empresas a tener en cuenta para el análisis de mercado están ubicadas en el departamento del Cesar; de las empresas encuestadas el 83,3% de la muestra está ubicada en la ciudad de Valledupar y el 16,6 en el municipio de El Paso. El 66,4% son pequeñas empresas es decir que tienen entre 11 y 50 trabajadores, el 33,2% son microempresas con menos de 10 empleados.

Para efectos del análisis de mercado se tuvieron en cuenta los sectores que más aportan en la ciudad como lo son las actividades de comercio, construcción (2 empresas), empresa de venta al por mayor carnes (incluye aves de corral) productos cárnicos, pescado y productos alimenticios en establecimiento especializado, educación y actividades de atención de la salud humana, sin desconocer el aporte comercial de los demás sectores.

Según la muestra arrojada el 100% de las empresas conocen a empresas dedicadas a la consultoría del talento humano y que están ubicadas en Valledupar, pero solo el 83,3% ha contratado alguna empresa.

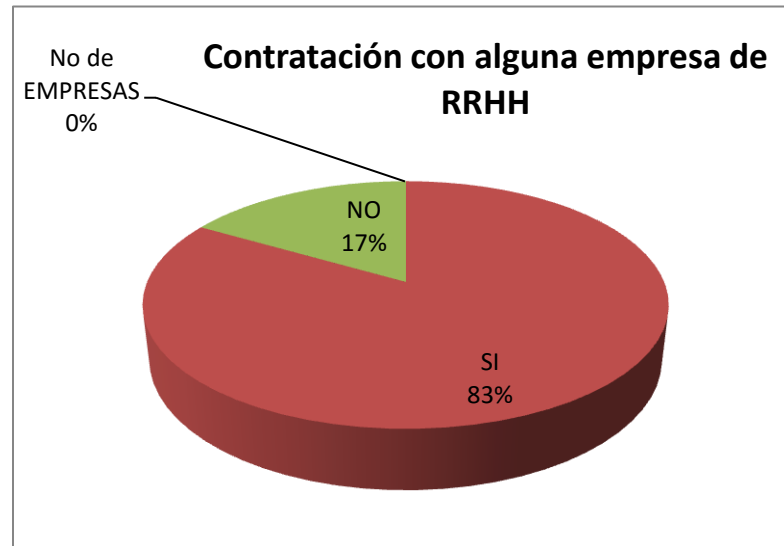


Figura 4 Contratación de RRHH

Elaboración Propia

El 64,4% estaría interesado en contar con algunos de los servicios en el área de Recursos Humanos, el 33,3% corresponden a dos empresas de construcción que no se encuentran encuentra interesado ya que manifiestan que los contratos son muy cortos y no se justifica hacer una inversión cuando los empleados rotan con mucha rapidez.

El 50% de los encuestados conoce la empresa Human Dynamics S.A.S y reconoce su logo.

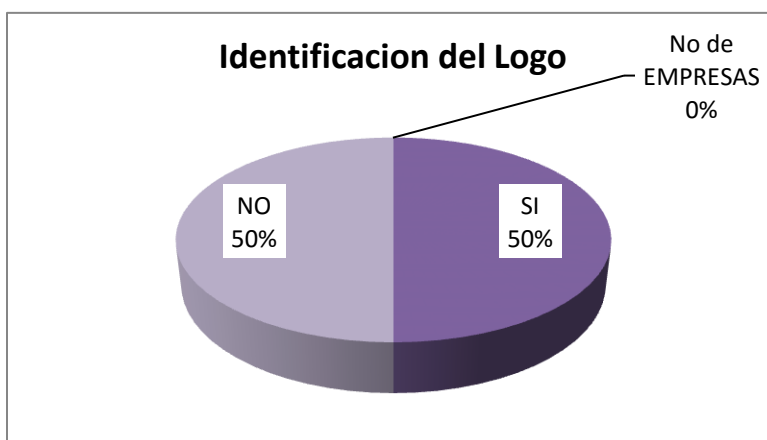


Figura 5 Identificación del Logo

Elaboración Propia

El 83% de las empresas estaría interesado en algunos de los servicios que se prestan, el 66,4% muestran preferencia por el servicio de selección de personal, el 33,2% por las visitas domiciliarias y por las capacitaciones, el 16,6% por el Sistema de Gestión de seguridad y Salud en el Trabajo y el 16,6% no está interesado en ningún servicio.

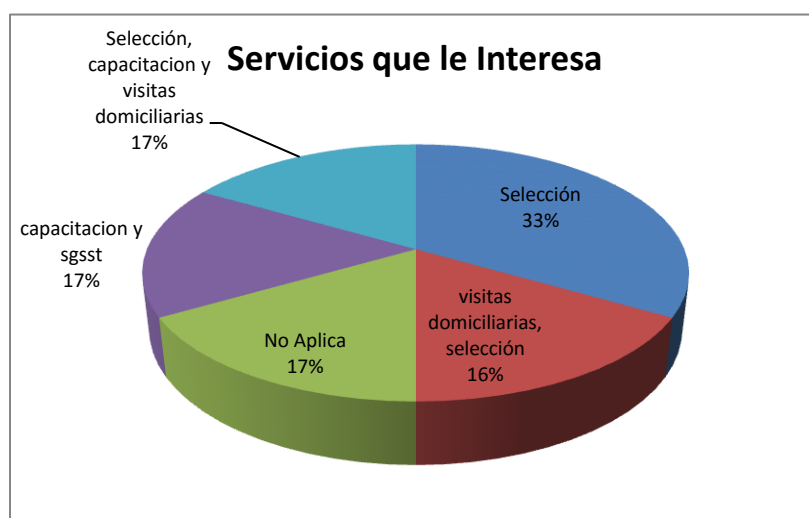


Figura 6 Servicios que le Interesan

Elaboración Propia

El 66,4% estaría los servicios de la empresa de forma mensual, el 33,3% anual y 16,6% no estaría interesado.

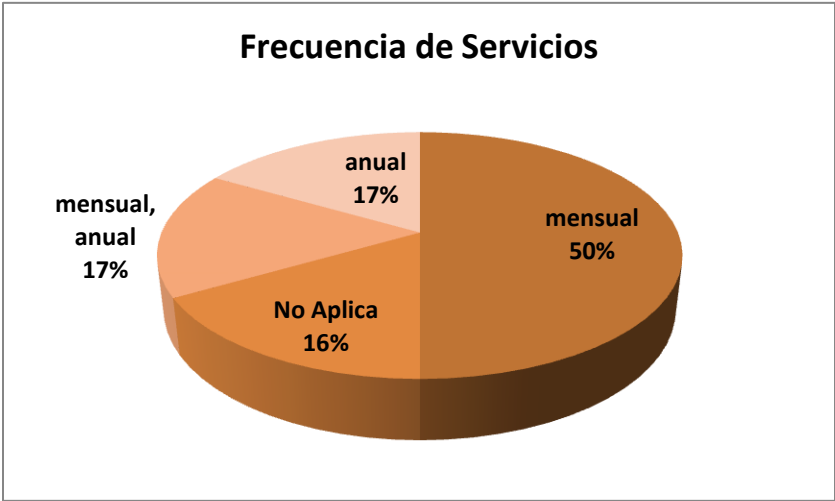


Figura 7 Fuentes de Servicios

Elaboración Propia

Con relación a los precios de los servicios el 100% de las empresas están dispuestos a pagar entre \$30.000 a \$50.000 por un servicio de selección de personal, en cuanto al servicio de capacitación el 83% estaría dispuesto a pagar entre \$50.000 y \$70.000 y el 16,6% estaría dispuesto a pagar entre \$71.000 y \$100.000, por el servicio de visitas domiciliarias el 100% estaría dispuesto a pagar entre \$50.000 y \$70.000 y por un estudio de clima organizacional el 66,4% pagaría entre \$500.000 y \$800.000 y el 33,2 pagaría entre \$801.000 y \$1.100.000.

8.2.2.6 Tamaño del mercado

Tabla 5 Tamaño de Mercado

Segmento de mercado (1)	Tamaño (2)	Frecuencia de compra (3)	(anual)	Número de competidores (4)	Nivel de aceptación (%) (5)	Demanda Potencial (anual) (6)	% Participación en el mercado
-------------------------	------------	--------------------------	---------	----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-------------------------------

		1	2	3	4			1	2	3	4	(7)
Empresas ubicadas en la ciudad de Valledupar	32.050 empresas	25	24	24	1	5	83,33%	133309	128456	128456	5352	396074
Empresas ubicadas en El Paso	1.580 empresas	0				0						

Elaboración Propia

$$6 = ((2) * (3) * (5)) / (4)$$

7=Ventas totales servicios/total columna (6)

8.2.2.7 Competencia

Tipo de competencia	Servicio que ofrece	Tipo de cliente	Precio	Debilidades competencia	Fortalezas competencia	Oportunidades para mi negocio	Empresas más representativas
Directa	De las cinco empresas que se identificaron como competencia que se encuentran ubicadas en la ciudad de Valledupar, sólo dos ofrecen los mismos servicios que ofrece Human Dynamics es decir selección, capacitación, evaluación de clima organizacional, elaboración del SGSST, las otras tres sólo ofrecen servicios relacionados con salud ocupacional.	Grandes y medianas empresas.	Las dos empresas que ofrecen los mismos servicios, los procesos de selección oscilan entre \$70.0000 y \$160.0000, las capacitaciones entre \$100.000 y \$200.000, el valor del montaje del SGSST depende del número de empleados y los requerimientos de las empresas y ningún de las empresas competidoras tiene el servicios de visitas domiciliarias.	Dentro de las principales debilidades de las empresas competidoras son los tiempos de esperas, ya los clientes deben esperar mínimo tres días para cumplir con los requerimientos en procesos de selección.	Dos de las empresas competidoras cuentan con una amplia infraestructura y una de las empresas cuenta con más de 10 años de experiencia en el sector de Recursos Humanos en la ciudad.	Human Dynamics en los procesos de selección ofrece un informe completo en validación de los datos, de certificación es de estudios y de certificación es laborales, por un poco más del valor del proceso de selección se realiza un estudio de seguridad incluyendo visitas domiciliarias. Con Human Dynamics	Las empresas más representativas son Servicios y Asesorías y Couching Consulting.

						los clientes se comunican directamente con las personas encargadas de la realización de los procesos. Tener una amplia evaluación constante de candidatos y una gran base de datos que nos permite tener candidatos disponibles para los diferentes cargos.	
Indirecta	Dentro de la competencia indirecta tenemos las empresas de servicios temporales, Fenalco (federación nacional de comerciantes), Comfacesar (caja de compensación del Cesar), psicólogas e ingenieros freelance, head hunter, entre otras, que ofrecen realizar procesos de selección, en el caso de Fenalco ofrece asesoramiento para realización de los SGSST.	Para el caso de Fenalco cualquier empresa que tenga más de un año de antigüedad pero en general la competencia indirecta abarca las pequeñas, las micro y medianas empresas.	Los precios de los psicólogos e ingenieros son muy variables porque pueden cobrar de acuerdo a su experiencia, necesidades del cliente o complejidad de la tarea. Las cajas de compensación realizan los procesos de manera gratuita y Fenalco cobra un valor que oscilan entre	Los procesos de selección que son realizados en las cajas de compensación y en Fenalco son muy genéricos, las pruebas que utilizan son muy antiguas y son procesos masivos sin garantías del proceso. Los head hunter cobran el 10% del valor del salario a devengar del candidato y usualmente lo hacen para cargos de altos	Manejan precios por debajo de los ofertados en las empresas. Fenalco tiene como afiliados en el Cesar a un gran número de empresas a quienes por hacer parte del gremio le hace descuentos en los procesos. Comfacesar tiene el servicio gratuito de búsqueda de	Ofrecer servicios o pruebas psicotécnicas complementarias	Empresas de servicios temporales, Fenalco (federación nacional de comerciantes), Comfacesar (caja de compensación del Cesar), psicólogas e ingenieros freelance, head hunter, entre otras, que ofrecen realizar procesos de selección

			\$50.000 y \$100.000.	mandos.	candidatos a las empresas lo que hace que este servicio algo innecesario en muchas empresas que coticen con este servicio.		
--	--	--	-----------------------	---------	--	--	--

Human Dynamics S.A.S cuenta con una competencia directa e indirecta, de las principales competencia directa tenemos a empresas como Servicios y Asesorías que es una empresa de servicios temporales que ofrece servicios de selección de personal, aplicación de pruebas y capacitaciones, tiene más de diez años de estar en el mercado pero su principal objeto de negocio es la administración de nóminas y por esto es que es más reconocida, Couching Consulting tiene un año y medio de estar constituida su principal servicios apunta a temas de salud y seguridad en el trabajo y tiene una IPS para realización de exámenes a los candidatos pero también realiza procesos de selección, capacitaciones y evaluaciones de clima organizacional, las otras empresas como Aprehsi, Dipresalud IPS y A-prueba aunque tienen servicios de selección están categorizadas como IPS y sus servicios apuntan más a la realización de pruebas y exámenes de ingreso, periódicos y de retiros para empresas.

Los precios que manejan en cuanto a procesos de selección oscilan entre \$70.000 y \$100.000 el mismo rango que maneja la empresa en dicho servicio, en cuanto al servicio de capacitación Human Dynamics maneja valores por debajo del precio que estas empresas manejan, los otros servicios como levantamiento del SGSST depende de varios factores como número de empleados, levantamiento de la información que no tenga disponible la

empresa entre otros y ninguna de las empresas de la competencia ofrece el servicio de vivistas domiciliarias.

Como nuestra competencia indirecta podemos incluir a todos los profesionales en psicología que presten sus servicios de modo freelance, a los ingenieros ambientales especialistas en Salud Ocupacional que realizan de forma independiente procesos a las diferentes empresas a la ciudad.

De las principales desventajas que tenemos frente a la competencia directa, es que estas cuentan con unas infraestructuras grandes, en el caso de Servicios y Asesorías tiene más de 10 años de experiencia y aunque sus servicios se enfoquen en el manejo de nómina también prestan servicio de selección. Frente a la competencia indirecta también tenemos varias desventajas como lo son la modalidad freelance de los profesionales en psicología e ingeniería que tienen flexibilidad de los servicios y pueden llegar a negociar precios por debajo de cómo se manejan en el mercado, Fenalco cuenta con una gran base de datos de empresas afiliadas que pueden requerir los servicios de selección y capacitación a través de ellos y con descuentos, de igual forma todas las empresas que hagan sus aportes parafiscales en los que incluyen la caja de compensación por obligación del estado estas tienen que tener una unidad del servicio público de empleo quien tiene como función seleccionar personal para las vacantes que las empresas afiliadas le reporten. Pero a pesar de todas estas ventajas que tiene la competencia frente a Human Dynamics, la empresa también posee unas oportunidades frente a la competencia, una de ellas es que nuestro proceso de selección que cuenta con un enfoque por competencias, las pruebas que utilizamos miden las competencias de acuerdo al perfil por lo que podemos cuantificar el porcentaje de ajuste al cargo de cada candidato, además realizamos una validación de

títulos académicos y laborales y ofrecemos una garantía en el proceso, es decir, si el cliente no se encuentra a satisfacción con la persona seleccionada en un tiempo menor a 15 días le enviamos nuevamente una terna de candidatos; otra ventaja son los tiempos de espera, nuestra empresa tarda menos de tres días en solucionar un requerimiento ya que estamos en constantes procesos de selección que nos permiten contar con una base de datos de candidatos disponibles, tenemos una relación directa con los clientes esto nos permite reconocer las necesidades o características específicas o aspectos a tener en cuenta a fin de que los candidatos a seleccionar se ajustan lo más que pueda a lo que la empresa cliente requiera.

8.2.2.8 Estrategias de mercado

Teniendo en cuenta el análisis realizado y conocer las características de los clientes y de la competencia, con el fin de aprovechar las oportunidades que presenta el mercado se realizaran las siguientes estrategias.

Estrategia de Servicio

Objetivo: Diferenciar los servicios de Human Dynamics S.A.S. en comparación con los de la competencia ofreciendo atributos únicos en los mismos y paquetes de acuerdo a las necesidades y el perfil del cliente. Y lograr un posicionamiento privilegiado en el mercado y se atenderá satisfactoriamente a la demanda.

Actividades:

- Aumentar la calidad actual de los servicios a través de la presentación de paquetes de servicios ajustados a las exigencias específicas del cliente.
- Capacitar al personal como fuerza de ventas y en proyección de los servicios.
- servicios gratuitos como muestras a clientes potenciales.

Paquete 1

Este paquete consta de realizarle a las empresas la Gestión del sistema de seguridad y salud en el trabajo, Matriz de identificación de peligros y evaluación de riesgos, Reglamento de Higiene y Seguridad Industrial,

Elaboración de las diferentes políticas, Conformación, capacitación e implementación del COPASS o vigía ocupacional según aplique, del equipo investigador de accidentes laborales,

Conformación, capacitación e implementación del Comité de convivencia laboral, Elaboración del plan de emergencias, Conformación y capacitación básica a las brigadas de emergencias,

Elaboración y socialización del mapa de riesgos, rutas de evacuación y puntos de encuentros,

Elaboración del presupuesto para el sistema de seguridad y salud en el trabajo según las necesidades de la empresa,

Elaboración del cronograma anual de actividades del sistema, Matriz de requisitos legales,

Taller de capacitación para los encargados de sistema en las empresas, Socialización del SGSST a todos los colaboradores de la organización. De igual forma se realiza el programa de bienestar laboral que se programa junto al cronograma de actividades de seguridad y salud en el trabajo y se le realizara los perfiles a las empresas y se harán los procesos de selección de acuerdo a las necesidades de la empresa.

Los servicios del Paquete 1 tiene un valor para la empresa que se le realice de \$1.000.000 Mensual se prestara el servicio a 12 empresas 8 veces al año

Tabla 6 Costo Paquete 1

Descripción	Mensual	Anual
Profesional	\$1.500.000	\$12.000.000
Tecnólogo en Salud Ocupacional	\$360.000	\$2.880.000
Psicólogo	\$1.320.000	\$10.560.000
Papelería	\$1.200.000	\$9.600.000
Total	\$4.380.000	\$35.040.000

Elaboración Propia**Paquete 2**

Con este paquete se busca que ofrecerle a las empresas un plan de bienestar y unas capacitaciones de acuerdo a las necesidades de la empresa.

Los servicios de este paquete 2 para la empresa que se le realice es de \$350.000

Mensual se le realizara a 12 empresas 12 veces al año

Tabla 7 Costo Paquete 2

Descripción	Mensual	Anual
Capacitación	\$840.000	\$10.080.000
Transporte	\$360.000	\$4.320.000
Total	\$1.200.000	\$14.400.000

Elaboración Propia**Paquete 3**

Este paquete costa de la Elaboración de perfiles, realización de procesos de selección, aplicación de pruebas o valoraciones psicotécnicas, visitas domiciliarias, elaboración de manual de funciones y responsabilidades, estudios de clima laboral, estudio de desempeño

laboral y bienestar laboral, se realiza asesoría jurídica para contrataciones, realización de procesos disciplinarios y despidos

Los servicios de este paquete 3 tiene un valor para la empresa que se le realice de \$ 500.000 Mensual, se realizara a 12 empresas 12 meses al año.

Tabla 8 Costo Paquete 3

Descripción	Mensual	Anual
Psicólogo	\$1.320.000	\$15.840.000
Transporte	\$960.000	\$11.520.000
Total	\$2.280.000	\$27.360.000

Elaboración Propia

Estrategia de distribución

Objetivo: Mejorar la calidad de la prestación del servicio a través de la aplicación de las técnicas de planeación y logística en lo que se refiere al desplazamiento de los profesionales.

Actividades:

Planificar. Hacer una lista de los compromisos junto con nombre de la empresa, ubicación y demás datos de referencia.

Priorizar. Establecer un orden para la atención de clientes.

Agendar. Plasmar el orden anterior en un medio físico o electrónico seguido de fechas y horas.

- Evaluar el medio de transporte a utilizar para el desplazamiento.
- Hacer seguimiento. Verificar lo planeado con lo realizado

Parámetro de Medición:

Se utilizara una Encuesta de satisfacción del cliente escrita o por teléfono

ENCUESTA SE SERVICIO AL CLIENTE

A continuación encontrará una serie de preguntas, que deberá responder de acuerdo a su experiencia con el servicio.

Como considera usted los siguientes ítem

Tabla 9 Modelo de Encuesta de Satisfacción del Cliente

Ítem	Excelente	buena	regular	mala
Capacidad de respuesta	☐	☐	☐	☐
Calidad en el servicio	☐	☐	☐	☐
Satisfacción en las necesidades	☐	☐	☐	☐
Profesionalismo de nuestros colaboradores	☐	☐	☐	☐
La entrega a tiempo del servicio	☐	☐	☐	☐

Elaboración Propia**Estrategia de precio**

Objetivo: Establecer un precio adecuado que marque la diferencia con la competencia y que sea justo y razonable y lograr el posicionarlos servicios de Human Dynamics S.A.S a un precio considerable ofreciendo valor agregado junto con calidad, logrando superar el punto de equilibrio y un retorno de la inversión favorable.

Actividades:

Determinar los gastos de los servicios en que se incurre y colocarle un margen de contribución.

Tener en cuenta los costos que cobra la competencia y ponerle el precio al servicio que sea competitivo y llene las expectativas del cliente.

Costo por paquetes de servicio teniendo en cuenta la necesidad del cliente.

Parámetro de Medición

El parámetro de medición que se utilizara son el margen de contribución y el punto de equilibrio

Margen de Contribución: Es la diferencia entre el precio de venta menos los costos variables

$$\text{Margen de Contribución es} = \frac{\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable}}{\text{Precio de Venta}} \times 100$$

Paquete 1

$$\text{M D C} = \frac{1.000.000 - 365.000}{1.000.000} = 63,5\%$$

Punto de Equilibrio. Es aquel punto donde las ventas son iguales a los costos totales haciendo que la utilidad sea cero o sea donde la empresa no gana ni pierde.

$$\text{P.E} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo de Venta Unitario}}$$

$$\text{P.E} = \frac{4.380.000}{1.000.000 - 365.000} = \frac{4.380.000}{635.000} = 7 \text{ Veces}$$

El punto de equilibrio mensual del paquete 1 es 7 Veces

Esto significa que la empresa para obtener utilidad debe de prestar los servicio del paquete 1 a más 7 empresas en un mes.

$$\text{P.E} = \frac{35.040.000}{1.000.000 - 365.000} = \frac{35.040.000}{635.000} = 55 \text{ Veces}$$

El punto de equilibrio del paquete 1 anual es 55 se debe prestar el servicio del paquete 1 más de 55 veces al año para obtener utilidad.

Paquete 2

$$M D C = \frac{350.000-100.000}{350.000} = 71,5\%$$

$$P.E = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo de Venta Unitario}}$$

$$P.E = \frac{1.2000.000}{350.000 - 100.000} = \frac{1.200.000}{250.000} = 5 \text{ Veces}$$

El punto de equilibrio mensual del paquete 2 es 5 Veces

Esto significa que la empresa para obtener utilidad debe de prestar los servicio del paquete 2 a más 5 empresas en un mes.

$$P.E = \frac{14.400.000}{350.000 - 1000.000} = \frac{14.400.000}{250.000} = 57.6$$

El punto de equilibrio del paquete 1 anual es 57.6 se debe prestar el servicio del paquete 2 más de 57.6 veces al año para obtener utilidad.

Paquete 3

$$M D C = \frac{500.000-190.000}{500.000} = 54\%$$

$$P.E = \frac{2.280.000}{500.000 - 190.000} = \frac{2.280.000}{310.000} = 7 \text{ Veces}$$

El punto de equilibrio mensual del paquete 3 es 7 Veces

Esto significa que la empresa para obtener utilidad debe de prestar los servicio del paquete 3 a más 7 empresas en un mes.

$$P.E = \frac{27.360.000}{500.000 - 190.000} = \frac{27.360.000}{310.000} = 88 \text{ Veces}$$

El punto de equilibrio del paquete 1 anual es 88 se debe prestar el servicio del paquete 3 más de 88 veces al año para obtener utilidad.

Estrategia de promoción y publicidad

Objetivo: Divulgar a través de diferentes medios de comunicación los servicios que presta la empresa Human Dynamics S.A.S. Resaltando las cualidades, ventajas y beneficios a fin de influir en la psicología del consumidor y se contraten los servicios.

Actividades de la promoción:

Diseño de página web con portafolio de servicios.

Participación en eventos de la cámara de comercio de Valledupar.

Muestras gratuitas de los servicios utilizando los correos corporativos de las empresas potenciales como medio de transacción.

Participación en eventos para empresarios con el fin de a provechar el espacio para promocionar los servicios de la empresa ante las diferentes empresas.

Actividades de publicidad:

Diseñar el contenido de la página web de acuerdo con las tendencias de mercado y acudiendo a técnicas relacionadas con la psicología del consumidor, ir a ferias empresariales y de empleo, ofrecer el servicio gratis a empresas según nuestro objetivo de mercado.

Parámetro de Medición

Esta medido por los gasto en la estrategia/ ventas de servicios que son \$840.000 y la gasto de la página web de \$2.000.000

Estrategia de Servicio: como fidelizar al cliente, cumplir con sus expectativas

Objetivo: Fidelizar a los clientes con el servicio prestado y garantizar un servicio de calidad que cumpla con todas las expectativas de los clientes

Actividades:

Brindar una buena gestión en todos los servicios que brinde la empresa a sus clientes.

Parámetro de Medición

Este se da por el crecimiento en clientes y crecimiento de las ventas

Porcentaje de crecimiento = $\frac{\text{Valor final} - \text{Valor anterior}}{\text{Valor anterior}}$

Presupuesto de la Mezcla del Mercadeo

Tabla 10 Presupuesto de Mezcla del Mercadeo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Diseño de Pagina web	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Pendón	2	\$30.000	\$60.000
Portafolios de Servicios	1000	\$700	\$700.000
Tarjetas de Presentación	1000	\$80	\$80.000
TOTAL			\$2.840.000

Elaboración Propia

9. PROPUESTAS DE SOLUCIÓN

La propuesta de mejoramiento para Human Dynamics S.A.S busca el posicionamiento privilegiado de la empresa dentro del mercado de la ciudad, a través de la adopción de

estrategias que le permitan una diversificación de los servicios integrales para el adecuado funcionamiento de las empresas de acuerdo a los perfiles de los clientes y siguiendo los parámetros de un plan de mercadeo:

Target de Human Dynamics S.A.S.: Empresas que requieren minimizar cargas y hacer más efectivas el área de Recursos Humanos para enfocarse en su actividad principal.

Plan de Marketing Human Dynamics S.A.S



figura 8 Diagrama de Flujos (Fuente: Elaboración Propia)

Diseño de las Estrategias del Marketing

Estrategias de servicio

Objetivo: Diferenciar los servicios de Human Dynamics S.A.S. en comparación con los de la competencia ofreciendo atributos únicos en los mismos y paquetes de acuerdo a las necesidades y el perfil del cliente.

Alcance: Se logrará un posicionamiento privilegiado en el mercado y se atenderá satisfactoriamente a la demanda.

Acciones:

- Aumentar la calidad actual de los servicios a través de la presentación de paquetes de servicios ajustados a las exigencias específicas del cliente.
- Capacitar al personal como fuerza de ventas y en proyección de los servicios.
- Ofrecer servicios gratuitos como muestras a clientes potenciales.

Tabla 11 Servicios

Nombre de paquete	Descripción	Valor	Perfil de cliente
Paquete 1:	Este paquete consta de realizarle a las	\$1.000.0	Clientes
Outsourcing en	empresas la Gestión del sistema de	00 por ocho	ocasionales y
Gestión de	seguridad y salud en el trabajo, Matriz	meses.	pequeña,
seguridad y salud	de identificación de peligros y		mediana y
en el trabajo,	evaluación de riesgos, Reglamento de		gran empresa
elaboración de	Higiene y Seguridad Industrial,		

perfiles, selección y	Elaboración de las diferentes políticas,
bienestar laboral.	Conformación, capacitación e
	implementación del COPASS o vigía
	ocupacional según aplique, del equipo
	investigador de accidentes laborales,
	Conformación, capacitación e
	implementación del Comité de
	convivencia laboral, Elaboración del
	plan de emergencias, Conformación y
	capacitación básica a las brigadas de
	emergencias, Elaboración y
	socialización del mapa de riesgos, rutas
	de evacuación y puntos de encuentros,
	Elaboración del presupuesto para el
	sistema de seguridad y salud en el
	trabajo según las necesidades de la
	empresa, Elaboración del cronograma
	anual de actividades del sistema, Matriz
	de requisitos legales, Taller de
	capacitación para los encargados de
	sistema en las empresas, Socialización
	del SGSST a todos los colaboradores
	de la organización. De igual forma se

	realiza el programa de bienestar laboral que se programa junto al cronograma de actividades de seguridad y salud en el trabajo y se le realizara los perfiles a las empresas y se harán los procesos de selección de acuerdo a las necesidades de la empresa.		
Paquete 2:	Con este paquete se busca que ofrecerle	\$350.000	Clientes
Bienestar, capacitación y desarrollo	a las empresas un plan de bienestar y unas capacitaciones de acuerdo a las necesidades de la empresa.	mensuales por un año.	ocasionales y micro empresas
Paquete 3.	Elaboración de perfiles, realización de procesos de selección, aplicación de pruebas o valoraciones psicotécnicas, visitas domiciliarias, elaboración de manual de funciones y responsabilidades, estudios de clima laboral, estudio de desempeño laboral y bienestar laboral, se realiza asesoría jurídica para contrataciones, realización de procesos disciplinarios y despidos.	\$500.000 por un año.	Clientes ocasionales y todo tamaño de empresa.

*En el caso de los clientes ocasionales se cobra de acuerdo al trabajo realizado.

Estrategia de distribución y cobertura

Objetivo: Mejorar la calidad de la prestación del servicio a través de la aplicación de las técnicas de planeación y logística en lo que se refiere al desplazamiento de los profesionales.

Alcance: Se incrementará la efectividad de los actuales métodos para el traslado de los profesionales hacia las empresas con el fin de prestar un servicio oportuno.

Acciones:

- **Planificar.** Hacer una lista de los compromisos junto con nombre de la empresa, ubicación y demás datos de referencia.
- **Priorizar.** Establecer un orden para la atención de clientes.
- **Agendar.** Plasmar el orden anterior en un medio físico o electrónico seguido de fechas y horas.
- Evaluar el medio de transporte a utilizar para el desplazamiento.
- **Hacer seguimiento.** Verificar lo planeado con lo realizado.

Estrategia de precio

Objetivo: Establecer un precio adecuado que marque la diferencia con la competencia y que sea justo y razonable.

Alcance: Posicionar los servicios de Human Dynamics S.A.S a un precio considerable ofreciendo valor agregado junto con calidad, logrando superar el punto de equilibrio y un retorno de la inversión favorable.

Acciones:

- Reducir los costos de operación
- Controlar gastos y minimizar el desperdicio

Tácticas:

- Mejorar las negociaciones con proveedores
- Realizar alianzas estratégicas que permitan bajar los costos
- Vincular pasantes o aprendices como mano de obra más barata

Estrategia de promoción y publicidad

Objetivo: Divulgar a través de diferentes medios de comunicación los servicios que presta la empresa Human Dynamics S.A.S. resaltando las cualidades, ventajas y beneficios a fin de influir en la psicología del consumidor.

Alcance: Comunicación eficaz de las bondades de los servicios que presta la empresa utilizando canales de comunicación idóneos.

Acciones de la promoción:

- Diseño de página web con portafolio de servicios.
- Participación en eventos de la cámara de comercio de Valledupar.
- Muestras gratuitas de los servicios utilizando los correos corporativos de las empresas potenciales como medio de transacción.

Tácticas de promoción:

- Participación en eventos para empresarios con el fin de aprovechar el espacio para promocionar los servicios de la empresa ante las diferentes empresas.

Acciones de publicidad:

Diseñar el contenido de las pagina web de acuerdo con las tendencias de mercado y acudiendo a técnicas relacionadas con la psicología del consumidor.

Estrategias de apoyo:

- Realizar alianzas estratégicas con empresas, instituciones y otras que se dediquen a ofrecer bienestar u otros para hacer atractivo los servicios.
- Contratar un aprendiz para evitar la operatividad de parte de la gerencia.
- Tener aliados estratégicos como los asesores de las ARL y EPS que nos suministren una base de datos de empresas interesadas y con capacidad económica para adquirir nuestros servicios.
- Dividir el trabajo de las personas de la oficina para que la persona que se encarga del tema comercial centre sus actividades en esta.
- Tener aliados estratégicos como empresas dedicadas a la gestión de seguridad y salud en el trabajo abogados, que a la vez podemos intercambiar clientes.
- Hacer un mejor seguimiento a los clientes.
- Hacer encuestas de satisfacción a los clientes.
- Hacer una propuesta de seguimiento y ejecución del contrato inicial para tener que proponer.
- La certificación y su acompañamiento.
- Proveedor de las mina en temas de selección.
- Entrar a las IPS.
- Fidelización de clientes.

Integración del equipo de trabajo al plan de marketing

Objetivo: Vincular al personal de la empresa con el fin de implementar exitosamente el plan de marketing.

Comunicación del plan de mercadeo a los colaboradores

Objetivo: Divulgar el plan de marketing y sus beneficios a los miembros de la empresa

Human Dynamics S.A.S.

Metodología:

- Realizar una reunión para comunicar los detalles y efectos del plan de marketing.
- Permitir la participación del personal con el fin de lograr una aplicación efectiva.
- Evaluar el desarrollo de la implementación en reuniones periódicas con los colaboradores.

10. PLAN DE ACCIÓN**Tabla 12 Plan de Acción**

ESTRATEGIAS	ACCION	ALCANCE	FECHA			RESPONSABLEES	INDICADOR
			INICIA	CONTROL	TERMINA		
Estrategia de servicio	Aumentar la	Se logrará un	11/12/	08/01/201	22/01/201	Gerente y profesionales	Grado de
	calidad actual	posicionamiento	2017	8	8		satisfacción
	de los	privilegiado en					de los
	servicios a	el mercado y se					clientes
	través de la	atenderá					
	presentación	satisfactoriamente					
	de paquetes de	te a la demanda.					
	servicios						
	ajustados a las						
	exigencias						
	específicas del						

ESTRATEGIAS	ACCION	ALCANCE	FECHA			RESPONSABLEES	INDICADOR
			INICIA	CONTROL	TERMINA		
	cliente.						
	Capacitar al						
	personal como						
	fuerza de						
	ventas y en						
	proyección de						
	los servicios.						
	Ofrecer						
	servicios						
	gratuitos como						
	muestras a						
	clientes						
	potenciales.						

ESTRATEGIAS	ACCION	ALCANCE	FECHA			RESPONSABLEES	INDICADOR
			INICIA	CONTROL	TERMINA		
Estrategia de distribución y cobertura	Planificar.	Se	11/12/2	15/12/	18/12/	Gerente y	Participa
	Hacer una	incrementará la	017	2017	2017	profesionales	ción en el
	lista de los	efectividad de					mercado.
	compromisos	los actuales					Cobertur
	junto con	métodos para el					a
	nombre de la	traslado de los					Geográfica
	empresa,	profesionales					
	ubicación y	hacia las					
	demás datos	empresas con el					
	de referencia.	fin de prestar un					
	Priorizar.	servicio					
	Establecer un	oportuno.					
	orden para la						

ESTRATEGIAS	ACCION	ALCANCE	FECHA			RESPONSABLEES	INDICADOR
			INICIA	CONTROL	TERMINA		
	atención de						
	clientes.						
	Agendar.						
	Plasmar el						
	orden anterior						
	en un medio						
	físico o						
	electrónico						
	seguido de						
	fechas y horas.						
	Evaluar el						
	medio de						
	transporte a						

ESTRATEGIAS	ACCION	ALCANCE	FECHA			RESPONSABLEES	INDICADOR
			INICIA	CONTROL	TERMINA		
	utilizar para el desplazamient o.						
	Hacer seguimiento. Verificar lo planeado con lo realizado.						
Estrategia de precio	Reducir los costos de operación Controlar gastos y	Posicionamie nto los servicios de Human Dynamics S.A.S a un precio	11/12/2 017	15/12/ 2017	18/12/ 2017	Gerente y contador	Utilidades en el periodo

ESTRATEGIAS	ACCION	ALCANCE	FECHA			RESPONSABLEES	INDICADOR
			INICIA	CONTROL	TERMINA		
	minimizar el desperdicio	considerable ofreciendo valor agregado junto con calidad, logrando superar el punto de equilibrio y un retorno de la inversión favorable.					
Estrategia de promoción y	Diseño de página web	Comunicación eficaz de las	11/01/2	25/01/	11/02/	Gerente y	Porcentaje de ventas

ESTRATEGIAS	ACCION	ALCANCE	FECHA			RESPONSABLEES	INDICADOR
			INICIA	CONTROL	TERMINA		
publicidad	con portafolio	bondades de los	018	2018	2018	profesionales	antes de la
	de servicios	servicios que					promoción/
	Participación	presta la					% de ventas
	en eventos de	empresa					durante la
	la cámara de	utilizando					promoción
	comercio de	canales de					
	Valledupar	comunicación					
	Muestras	idóneos.					
	gratuitas de						
	los servicios						
	utilizando los						
	correos						
	corporativos						

ESTRATEGIAS	ACCION	ALCANCE	FECHA			RESPONSABLEES	INDICADOR
			INICIA	CONTROL	TERMINA		
	de las						
	empresas						
	potenciales						
	como medio						
	de						
	transacción.						
	Participación						
	en eventos						
	para						
	empresarios						
	con el fin de a						
	provechar el						
	espacio para						

ESTRATEGIAS	ACCION	ALCANCE	FECHA			RESPONSABLEES	INDICADOR
			INICIA	CONTROL	TERMINA		
	promocionar						
	los servicios						
	de la empresa.						

10.1 Cronograma

Tabla 13 Cronograma

Tareas	Meses					
Presentación de paquetes de servicios ajustados a las exigencias específicas del cliente.						
Capacitar al personal como fuerza de ventas						
Ofrecer servicios gratuitos						
Planificación y logística para el desplazamiento						
Reducir los costos de operación y controlar gastos y minimizar el desperdicio						
Diseño de página web con portafolio de servicios						
Participación en eventos para empresarios						

Elaboración Propia

10.2 Costos

Tabla 14 Costos

Tareas	Costo
Seminarios. Capacitar al personal como fuerza de ventas.	\$ 300.000
Ofrecer servicios gratuitos	Máximo

	\$ 100.000 por cliente
Diseño de página web con portafolio de servicios	\$ 2.000.000
Total	\$ 2.300.000 + servicios gratis

10.3. Indicadores

Grado de satisfacción de los clientes =

$$\frac{(\text{Clientes que han consumido en el periodo} - \text{clientes que se han mostrado insatisfechos})}{\text{Clientes totales en el periodo}}$$

$$\text{Participación en el mercado} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Ventas del mercado}}$$

$$\text{Cobertura Geográfica} = \frac{\text{Clientes atendidos en la zona}}{\text{clientes potenciales de la zona}}$$

/

$$\text{Utilidades en el periodo} = \frac{\text{Ventas netas ultimo año}}{\text{Ventas neta año anterior}} - 1 * 100$$

Porcentaje de ventas antes de la promoción/% de ventas durante la promoción

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La competitividad de las empresas aumentará gradualmente a nivel local y regional producto de la optimización en los procesos relacionados con el manejo del capital humano, ya que son ellos uno de los pilares en cualquier empresa sin distinguir tamaño.

Con base en los resultados del trabajo de campo, se puede mencionar que existe un mercado potencial importante para Human Dynamics S.A.S., esto no implica que exista una

aceptación inmediata de sus servicios en el mercado, por tanto, la propuesta de solución pretende buscar el posicionamiento privilegiado de la empresa dentro del mercado de la ciudad, a través de la adopción de estrategias que le permitan una diversificación de los servicios integrales para el adecuado funcionamiento de las empresas de acuerdo a los perfiles de los clientes y siguiendo los parámetros de un plan de mercadeo.

Considerando los análisis realizados, se recomienda invertir en estrategias de publicidad y promoción para la empresa y darle seguimiento al plan de mercadotecnia sugerido con el fin de conocer muy bien el proceso de marketing, obtener buenos resultados en la aplicación del mismo e integrar a cada miembro de la compañía.

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Análisis del estado actual de busines process outsourcing. (28 de Mayo de 2012). Obtenido de https://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/68607/1/analisis_estado_business.pdf

andrews, K. (s.f.). *El concepto de la estrategia empresarial.* Obtenido de <http://www.regent.edu/acad/global/publications/real/vol1no3/3-narciso.pdf>

Camara de Comercio Valledupar. (Octubre de 2017). Obtenido de <http://ccvalledupar.org.co>

Dinero. Com. (22 de Julio de 2015). Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/tecnologia/articulo/outsourcing-colombia-claves-del-exito-del-sector/211384>

Dinero.Com. (7 de Julio de 2014). Obtenido de <http://www.dinero.com/especiales-comerciales/outsourcing/articulo/servicio-outsourcing-tercerizacion-colombia/199002>

El Pilon. (1 de abril de 2014). Obtenido de <http://elpilon.com.co/lo-que-mueve-el-festival-vallenato/>

Felco Soluciones Ti. (23 de Mayo de 2012). Obtenido de <http://www.felco.com.co/noticias-sobre-tics/gestion-tics-operacion-tecnologica/item/154-colombia-perfila-su-liderazgo-en-bpo.html>

Gobernacion del Cesar. (7 de Junio de 2017). Obtenido de <http://cesar.gov.co/d/index.php/es/menpre/menprenoti/863-artbp-0266-2017>

Mateus, D. M. (2013). Obtenido de <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/3419/2/MontoyaMateusDianaM-aritza2010>.

Minivivienda. (6 de junio de 2017). Obtenido de <http://www.minvivienda.gov.co/sala-de-prensa/noticias/cesar>

Perez, C. (6 de Enero de 2011). *Dinero*. Obtenido de <http://www.dinero.com/actualidad/noticias/articulo/colombia-podria-generar-10000-empleos-ano-bpo/120549>

Suarez. (2013). *Portal Universidad Externado*. Obtenido de <http://portal.uexternado.edu.co/pdf/Derecho/derechoLaboral/DiscursoLab2.pdf>

Wikipedia. (s.f.). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Valledupar>

Zambrano, T. (2015). *Efectos laborales de contratacion en el marco del outsourcing y/o subcontratacion en colombia*. Obtenido de <http://repository.ucatolica.edu.co/jspui/bitstream/10983/1990/1/Efectos-laborales-contrataci%C3%B3n-en-marco-outsourcing-Colombia.pdf>

13. ANEXOS

Test de mercadotecnia

Objetivo: Diagnosticar los procesos de mercadotecnia que se desarrollan en Human Dynamics S.A.S. para conocer las fortalezas y debilidades de esta área en la empresa.

Metodología: Cada pregunta con una A le da 2 puntos de calificación a su negocio. Una letra B le proporciona 1 punto, y una C no suma nada. El total de puntos para obtener en este test de mercadotecnia de su empresa es de 32 puntos. A parte de conocer como esta su

negocio en esta área, usted conocerá que aspectos debe fortalecer para que su negocio crezca.

TEST APLICADO EN HUMAN DYNAMICS S.A.S	Cantidad de respuestas de colaboradores		
	A	B	C
1. Conocimiento de la tendencia del mercado			
A) Conoce la tendencia de su mercado	9		
B) Tiene una idea de la tendencia de mercado			
C) Desconoce la tendencia del mercado			
2. Características del cliente			
A) Tiene identificada las características de sus clientes	3		
B) Tiene identificada algunas características de sus clientes		6	
C) Desconoce las características de sus clientes			
3. Segmentación de mercado			
A) El segmento de mercado es el adecuado para los	9		

servicios de la empresa			
B) El segmento de mercado es el adecuado para algunos servicios de la empresa			
C) El segmento de mercado no es el adecuado para los servicios de la empresa			
4. Negocio principal			
A) Conoce la mezcla de ingresos y utilidades de sus servicios	2		
B) Conoce la mezcla de ingresos y utilidades de algunos servicios			
C) Desconoce la mezcla de ingresos y utilidades de sus servicios		7	
5. Preferencia de los clientes por el producto y/o servicio			
A) Conoce las razones por las que prefieren sus productos y/o servicios	9		
B) Tiene idea de por qué prefieren sus productos o			

servicios			
C) Desconoce la razón por lo que prefieren sus productos y/o servicios			
6. Metas de venta			
A) La empresa tiene metas claramente definidas sobre las ventas que espera realizar en un período determinado			
B) La empresa tiene una idea aproximada de las ventas que espera realizar en un período determinado		9	
C) La empresa no tiene metas de ventas			
7. Estrategias de venta			
A) Cuenta con estrategias de venta bien definidas			
B) Las estrategias de venta se dan de manera situacional		3	
C) No cuenta con estrategias de venta			6
8. Función de ventas			
A) Se tiene definida de forma clara y específica la			

función de ventas entre el personal de la empresa			
B) No se tiene definida de forma clara y específica la función de ventas entre el personal de la empresa		9	
C) No cuenta con personal que tenga la función de ventas			
9. Promoción del producto y/o servicio			
A) Emplea medios personales y no personales para dar a conocer su producto y/o servicio			
B) Utiliza algún medio para dar a conocer sus productos y/o servicios		9	
C) No utiliza medio alguno para dar a conocer su producto y/o servicio			
10. Imagen de la empresa			
A) Se cuenta con una imagen que diferencie a la empresa de la competencia	9		
B) Se cuenta con una imagen pero no lo diferencia de la competencia			
C) Carece de una imagen que diferencie a la empresa			

11. Dependencia de clientes			
A) Las actividades de la empresa dependen de varios clientes definidos	9		
B) Las actividades de la empresa dependen de un cliente principal y varios clientes menores			
C) Las actividades de la empresa dependen de un único cliente			
12. Registro de clientes			
A) La empresa lleva un registro de todos sus clientes	9		
B) La empresa lleva un registro de algunos de sus clientes			
C) La empresa no lleva registro de sus clientes			
13. Temporalidad de las ventas			
A) Las ventas en los dos últimos años han crecido			
B) Las ventas en los dos últimos años se han mantenido sin cambio		9	

C) Las ventas en los dos últimos años han disminuido			
14. Competencia			
A) Conoce las fortalezas y debilidades de sus competidores			
B) Identifica quien es su competencia		9	
C) Desconoce quién es su competencia			
15. Precios			
A) Fija los precios con base a costos y competencia	2		
B) Fija los precios con base a la competencia		7	
C) Fija los precios con base a un margen de utilidad			
16. Control de ventas			
A) Se lleva de manera regular un control histórico de las ventas	3		
B) Se lleva un control histórico de las ventas de manera esporádica		6	

C) Carece de un control histórico de las ventas			
---	--	--	--