

**Informe final de práctica empresarial en Centro de Consultoría Empresarial de la
Universidad Santo Tomás**

Emerson Santiago Céspedes Vargas

Trabajo de grado para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales

Director

Carolina Barrios

Magister en administración

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Negocios Internacionales

2025

Contenido

Introducción	10
1. Informe final de práctica empresarial en el centro de consultoría empresarial	12
1.1 Justificación.....	12
1.2 Objetivos	13
2. Perfil de la empresa.....	14
2.1 Razón social de la empresa	14
2.2 Objeto social de la empresa.....	14
2.3 Dirección, teléfono y jefe inmediato de la empresa	14
2.4 Estructura organizacional.....	14
3. Misión de la empresa	15
4. Visión de la empresa.....	15
5. Organigrama de la empresa	16
6. Aspectos económicos.....	16
7. Entorno macroeconómico	17
7.1 Factores políticos.....	18
7.2 Factores económicos	18
7.3 Factores sociales.....	19
7.4 Factores tecnológicos	20
7.5 Factores ecológicos	20
7.6 Factores legales	21
8. Entorno microeconómico.....	22
9. Portafolio de productos y servicios de la empresa.....	22
9.1 Asesorías y consultorías	23
9.2 Entrenamiento empresarial.....	23

9.3 Proyectos de cofinanciación.....	23
9.4 Emprendimiento, creatividad e innovación empresarial	24
10. Aspectos del mercado que atiende el centro de consultoría empresarial	24
11. Cargo y funciones desempeñadas	25
11.1 Funciones asignadas	25
12. Procesos, procedimientos y herramientas	26
13. Marco conceptual.....	29
13.1 Análisis de mercado	29
13.2 Consultoría empresarial.....	29
13.3 Cultura organizacional	30
13.4 Estrategia de contenidos.....	30
13.5 Estrategia empresarial	30
13.6 Marketing Digital	31
13.7 Planificación Estratégica	31
14. Marco legal	31
15. Aportes.....	32
16. Propuesta de valor agregado	33
17. Identificación de la situación problemática	34
18. Contribución de conocimientos a la empresa	35
19. Impacto desde los resultados/logros	35
19.1 Alcance de la propuesta de valor.....	35
19.2 Compromiso con la innovación y apoyo empresarial	36
19.3 Uso efectivo de redes sociales.....	36
19.4 Resultados positivos para las empresas.....	36
19.5 Impacto integral para el CCE	37

19.6 Importancia de la evaluación y mejora continua.....	37
20. Aportes de la empresa al proceso formativo.....	37
21. Plan de mejora para el centro de consultoría empresarial.....	38
21.1 Contextualización del plan de mejora	38
21.2 Objetivos del plan de mejora.....	39
21.3 Aspectos para mejorar.....	39
22. Metas del plan de mejora	44
22.1 Gestión documental.....	44
22.2 Desarrollo de capacidades en asesorías.....	44
22.3 Planificación y logística de eventos	45
22.4 Gestión estratégica de redes sociales (instagram)	45
22.5 Acompañamiento en procesos externos de creación e identidad de marca.....	46
23. Acciones del plan de mejora	46
23.1 Revisión y estandarización de actas de reuniones.....	47
23.2 Desarrollo de capacidades en asesorías a empresarios.....	47
23.3 Planificación y logística de eventos	48
23.4 Gestión estratégica de redes sociales (instagram)	48
23.5 Acompañamiento en procesos externos de creación e identidad de marca.....	49
24. Indicadores / verificación.....	50
25. Responsables.....	52
26. Recursos.....	54
26.1 Recursos tecnológicos	54
26.2 Recursos humanos.....	55
26.3 Recursos financieros	55
27. Cronograma.....	55

27.1 Cronograma de acciones para la implementación del plan de mejora	56
28. Conclusiones	588
Referencias.....	644

Lista de figuras

Figura 1. <i>Estructura corporativa del centro de consultoría empresarial de la Universidad Santo Tomas.</i>	16
Figura 2. <i>Análisis del tiempo semanal requerido por función.</i>	26
Figura 3. <i>Cronograma de acciones para implementar el Plan de Mejora</i>	56

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Procesos, procedimientos y herramientas empleadas durante la practica en el centro de consultoría empresarias</i>	27
Tabla 2. <i>Indicadores " Alcance de la Propuesta de Valor"</i>	50
Tabla 3. <i>Indicadores " Compromiso con la Innovación y Apoyo Empresarial"</i>	51
Tabla 4. <i>Indicadores " Uso Efectivo de Redes Sociales (Instagram)"</i>	51
Tabla 5. <i>Indicador " Resultados Positivos para las Empresas"</i>	51
Tabla 6. <i>Indicador " Evaluación y Mejora Continua"</i>	52
Tabla 7. <i>Indicador " Impacto Integral para el CCE"</i>	52
Tabla 8. <i>Responsables y sus responsabilidades</i>	52

Resumen

El presente informe sintetiza la experiencia de práctica empresarial realizada por el estudiante Emerson Santiago Céspedes Vargas en el Centro de Consultoría Empresarial (CCE) de la Universidad Santo Tomás, sede Bucaramanga, durante cuatro meses. El objetivo principal fue brindar acompañamiento a empresarios regionales en sus procesos de expansión e internacionalización, aplicando de forma práctica los conocimientos adquiridos en la carrera de Negocios Internacionales.

Durante el proceso, el practicante participó en asesorías estratégicas, elaboración de análisis de mercado, desarrollo de catálogos de productos y rediseño de identidad visual para marcas del sector alimentario. Además, lideró la creación de una estrategia de contenidos para Instagram, logrando reactivar la presencia digital del CCE y mejorar su comunicación con empresarios y la comunidad académica.

El informe contextualiza la labor del CCE mediante un análisis macro y microeconómico, y presenta una caracterización detallada de sus procesos, servicios, público objetivo y áreas de intervención. Se propone también un plan de mejora enfocado en estandarización de procesos, capacitación del equipo, planificación estratégica de eventos y fortalecimiento de marca.

Entre los logros más destacados se encuentran el aumento de más del 300% en la interacción digital, la creación de herramientas técnicas para la toma de decisiones y la participación en eventos estratégicos como Futurexpo. Esta experiencia no solo fortaleció al CCE como actor clave en el desarrollo económico local, sino que representó un valioso proceso de crecimiento profesional y aporte institucional por parte del estudiante.

Palabras clave: practica empresarial, seguimiento, funciones

Abstract

This report summarizes the business internship experience carried out by student Emerson Santiago Céspedes Vargas at the Business Consulting Center (CCE) of the Universidad Santo Tomás, Bucaramanga campus, over a period of four months. The main objective was to provide support to regional entrepreneurs in their expansion and internationalization processes, while practically applying the knowledge acquired in the International Business program.

Throughout the internship, the student participated in strategic consulting sessions, market analysis development, product catalog creation, and visual identity redesign for food sector brands. Additionally, he led the creation of a content strategy for Instagram, successfully reactivating the CCE's digital presence and improving communication with entrepreneurs and the academic community.

The report contextualizes the CCE's work through macroeconomic and microeconomic analysis and provides a detailed characterization of its internal processes, service portfolio, target audience, and areas of intervention. It also includes an improvement plan focused on standardizing procedures, training the consulting team, strategic event planning, and strengthening the brand identity.

Among the most notable achievements are a more than 300% increase in digital engagement, the creation of technical tools for business decision-making, and active participation in strategic events such as Futurexpo. This internship not only reinforced the CCE's role as a key player in local economic development but also represented a valuable process of professional growth and institutional contribution by the student.

Keywords: practica empresarial, seguimiento, funciones

Introducción

El presente informe tiene como propósito documentar y analizar la experiencia de práctica empresarial desarrollada por el estudiante Emerson Santiago Céspedes Vargas en el Centro de Consultoría Empresarial (CCE) de la Universidad Santo Tomás, sede Bucaramanga, durante un periodo de cuatro meses. Esta práctica, realizada como requisito para optar al título de Profesional en Negocios Internacionales, representó una valiosa oportunidad para aplicar los conocimientos teóricos adquiridos a lo largo de la carrera en un entorno real de consultoría empresarial.

Durante el proceso, el practicante asumió el rol de Consultor Junior, participando activamente en diversas áreas del (Centro de Consultoría Empresarial [CCE]). Entre las funciones desarrolladas se destacan el acompañamiento a empresarios en procesos de internacionalización, la elaboración de instrumentos de análisis de mercado, la gestión de contenido digital en redes sociales y el diseño de materiales corporativos orientados a mejorar la imagen de las empresas atendidas. Además, brindó apoyo logístico en eventos institucionales y externos, fortaleciendo así la presencia del centro en el ecosistema empresarial local y regional.

El informe no solo detalla las funciones y actividades realizadas, sino que también presenta un análisis contextual del entorno macroeconómico y microeconómico que influye en la labor del centro. En este sentido, se identifica el papel estratégico del (Centro de Consultoría Empresarial [CCE]) como articulador entre la academia y el sector productivo, así como su impacto en la competitividad de las micro y macroempresas de la región.

Como parte de los aportes generados, el practicante diseñó una propuesta de valor enfocada en la innovación comunicacional y operativa del (Centro de Consultoría Empresarial [CCE]), e implementó un plan de mejora que abarca acciones como la estandarización de procesos, la capacitación del personal, la planificación estratégica de eventos y el

fortalecimiento de la identidad digital del centro. Estas iniciativas permitieron evidenciar un impacto positivo tanto en el desarrollo profesional del estudiante como en los resultados institucionales del centro.

En suma, este documento constituye una memoria detallada de una experiencia formativa integral, que contribuyó de manera significativa al cumplimiento de los objetivos académicos y, al mismo tiempo, generó beneficios tangibles para el Centro de Consultoría Empresarial y los empresarios que recibieron su acompañamiento.

1. Informe final de práctica empresarial en el centro de consultoría empresarial

Este informe de práctica empresarial tiene como objetivo proponer un plan integral de mejora para las estrategias del Centro de Consultoría. La propuesta busca optimizar la presencia de la empresa en el mercado, fortalecer las relaciones con los clientes y promover el crecimiento sostenible.

1.1 Justificación

Si bien es cierto, el comercio entre los diferentes países del mundo ha tenido un impacto bastante significativo y gracias a esto se ha podido disfrutar de beneficios como la eficiencia en el uso y aprovechamiento de recursos de cada país, la reducción de costos de producción que genera la fabricación de los productos, se ha podido disfrutar de una variedad de bienes y servicios provenientes de otros países, el crecimiento económico, la comunicación y armonización de las naciones del mundo y la misma riqueza global; lo que nos lleva a determinar que el comercio y la expansión de productos o servicios, no solo beneficia a las empresas, también a las economías nacionales y bienestar global.

Para llevar a cabo operaciones de expansión que impacten de manera significativa al país es fundamental que las empresas sigan una serie de pasos clave que los llevarán a cumplir con ese fin de exportar los productos o servicios a otros lugares del planeta, esto ayudará a posicionar las marcas de las empresas en el mercado, generar que un flujo diversificado de ingresos y a su vez se aprovecharán las economías de escala. Debido a lo anteriormente mencionado, las empresas se ven en la obligación de tomar medidas que hagan que ellas mismas estén al nivel de la competencia para no quedar obsoletas frente a la evolución global, es por esto que buscan apoyo en las Centros de Consultoría prestadores de diversos servicios para la expansión de las empresas.

Por lo cual se concluye que, la universidad Santo Tomás, por medio del Centro de Consultoría Empresarial, juega un papel importante en el desarrollo de la expansión de las

empresas a las cuales se les brinda este apoyo en los diferentes sectores y de la misma manera ha logrado impactar positivamente a todos los empresarios que buscan una manera eficiente y eficaz internacionalizar o la dilatar el alcance de sus empresas.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Desarrollar la práctica empresarial enfocada en el apoyo a los micro y macro empresarios de la región para todos los procesos de expansión e internacionalización de sus respectivas empresas optimizando recursos y maximizando resultados.

1.2.2 Objetivos específicos

Desarrollar de manera eficiente un plan de apoyo al coordinador del Centro de Consultoría las actividades de apoyo requeridas.

Apoyar a los empresarios, en el desarrollo de los diferentes instrumentos para su proceso de internacionalización.

Participar en las actividades relacionadas con las funciones desarrolladas por el centro de consultoría empresarial.

Implementar una estrategia en la red social instagram para el conocimiento de las actividades y servicios del centro de consultoría de una manera más innovadora para el mundo actual.

2. Perfil de la empresa

2.1 Razón social de la empresa

El centro de consultoría empresarial es una unidad de proyección social adscrita a la facultad de Negocios Internacionales, que articula, gestiona y genera soluciones a partir de la relación academia – empresa orientada a la generación de ventajas competitivas sostenibles para el desarrollo de las organizaciones.

2.2 Objeto social de la empresa

Una unidad estratégica de servicio orientada al fortalecimiento económico y la competitividad de los sectores productivos estratégicos de la región, mediante la oferta de servicios especializados en temas gerenciales para la internacionalización, dirigidos a la comunidad empresarial y a las instituciones que propenden por lograr estándares superiores de competitividad a nivel internacional y nacional.

2.3 Dirección, teléfono y jefe inmediato de la empresa

- *Dirección:* Zona Franca Km 4, Anillo Vial, Bucaramanga, Santander
- *Teléfono:* (+57) 607 698 58 58 Extensión: 6548
- *Correo Electrónico:* ccemp@ustabuca.edu.co
- *Jefe Inmediato:* Carolina Barrios Mendoza

2.4 Estructura organizacional

El Centro de Consultoría Empresarial atiende diversas áreas y varios sectores representativos como sistema moda, metalmecánico, agroindustrial, entre otros, especialmente se encarga de asistir y guiar a las empresas, micro y macro, en la expansión de estas, teniendo presente las áreas logísticas, financieras y la investigación de los mercados a incursionar. El

centro de consultoría también participa en las diferentes ruedas de negocios de Bucaramanga, capacitaciones y charlas dirigidas por empresarios de alto valor a nivel mundial y apoya a la universidad Santo Tomás en sus actividades.

3. Misión de la empresa

El CCE tiene por misión ofrecer servicios especializados soportados en la articulación de la oferta institucional - multidisciplinaria, por medio de diversas modalidades, como: investigación - estudios, educación continuada, formulación y desarrollo de proyectos de cofinanciación, cooperación internacional, como también asesorías y consultorías pendientes a solucionar problemas o necesidades, y al aprovechamiento de las oportunidades del tejido empresarial santandereano y de las diferentes regiones del país, oferentes de bienes y servicios para el mercado nacional o internacional, propiciando la dinámica entre el sector académico y productivo, para ser copartícipes del desarrollo económico regional.

4. Visión de la empresa

Para el año 2021 el Centro de Consultoría Empresarial – CCE, apoyado en alianzas estratégicas con diversas entidades de carácter público y privado, se habrá posicionado a nivel regional y nacional como una alternativa de atención directa al sector empresarial - Mipymes, quienes, a su vez, habrán mejorado su productividad y competitividad, gracias a los servicios especializados multidisciplinarios recibidos con la finalidad de acceder o mejorar su participación en los mercados regionales, nacionales e internacionales, fortaleciéndose a la par los sectores económicos, para la construcción del país.

5. Organigrama de la empresa

A continuación, se presenta el organigrama en la Figura 1, se debe aclarar que el CCE no cuenta con un organigrama previamente establecido, por lo tanto, el que se muestra a continuación es una propuesta por parte del practicante.

Figura 1. Estructura corporativa del centro de consultoría empresarial de la Universidad Santo Tomas.



6. Aspectos económicos

Santander, el área metropolitana de Bucaramanga y ciudades aledañas, se ha consolidado como un centro industrial y comercial, con destacada presencia en las industrias manufacturera, tecnológica y de servicios, apoyado en la infraestructura de transporte y el auge de la tecnología. La Zona Franca de Santander ofrece tarifas y aranceles para favorecer las importaciones y exportaciones de diversas industrias, que resultan atractivas para las empresas extranjeras, especialmente en los sectores manufacturero, TI y BPO, enfrentando problemas de competitividad, pero buenas formas de incrementar las inversiones ya realizadas e impulsar la economía local.

Después de realizar un análisis profundo de todos los factores que abarcan el entorno económico del centro de consultoría, se puede decir que se encuentra estable económicamente, sin embargo, es recomendable innovar en cuanto a los servicios que se ofrecen a los

empresarios, para que de esta manera se tenga un alcance más amplio de todos los campos a la hora de asesorar a una empresa, no solo nacional, sino también internacionalmente, de esta manera se generarán nuevas fuentes de ingreso y más lucrativas para que se pueda reinvertir en las instalaciones del CCE, en los recursos humanos, tanto en contrataciones de personas en diversos campos que, por supuesto, ayudarán al avance e innovación de los servicios requeridos por las empresas, adicionalmente se podrán realizar capacitaciones al personal de trabajo con el que cuenta el CCE para poder estar en constante mejora de sus capacidades. También se pueden realizar eventos para que los empresarios cuenten con la oportunidad de conocer a otros empresarios que pueden fortalecer su crecimiento, como las ruedas de negocios, pero financiadas directamente por el Centro de Consultoría de la Universidad Santo Tomás.

Por último, pero menos importante, es de gran importancia la participación de la zona franca en actividades como capacitaciones para adquirir nuevos conocimientos y nuevas prácticas de implementación como empresa para que se pueda innovar día a día, teniendo presente el avance continuo del mundo empresarial.

7. Entorno macroeconómico

Para entender el contexto en el que opera el Centro de Consultoría Empresarial., es crucial analizar los factores externos que pueden influir en su desempeño y crecimiento. Utilizando el marco de análisis PESTEL, se examinan los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales. Este análisis proporciona una visión integral de las oportunidades y desafíos que enfrenta la empresa en su entorno macroeconómico.

El análisis PESTEL ayuda a identificar cómo las políticas gubernamentales, las condiciones económicas, los cambios sociales, los avances tecnológicos, las consideraciones ecológicas y el marco legal afectan las operaciones del Centro de Consultoría. Entender estos factores es esencial para tomar decisiones estratégicas informadas y asegurar el crecimiento sostenible de la empresa en el competitivo sector tecnológico.

A continuación, se detallan cada uno de estos factores y su impacto en el CCE., proporcionando un contexto claro y completo para entender el entorno macroeconómico de la empresa.

7.1 Factores políticos

La estabilidad política en Colombia ha mejorado en los últimos años, lo que genera un entorno más confiable para las empresas y fomenta la inversión extranjera, beneficiando al Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás al crear un ambiente propicio para la prestación de sus servicios. No obstante, las decisiones del gobierno en curso siempre influyen en el panorama empresarial. Los cambios en las políticas fiscales pueden afectar los costos operativos del centro y la demanda de sus servicios, ya que las empresas ajustan sus estrategias según el entorno económico. Asimismo, la participación de Colombia en acuerdos comerciales internacionales abre nuevas oportunidades de negocio para las empresas, incrementando la necesidad de asesoría especializada que el centro puede ofrecer. Por otro lado, el nivel de corrupción en el país puede afectar la transparencia de los negocios y la percepción de las empresas sobre la ética y la calidad de los servicios de consultoría, lo que representa un desafío para mantener la confianza y la integridad en sus operaciones.

7.2 Factores económicos

La volatilidad en la tasa de cambio puede afectar la rentabilidad del Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás si desarrolla operaciones internacionales, ya que las fluctuaciones monetarias inciden en los costos y los ingresos. Un mayor crecimiento del PIB en Colombia puede impulsar la demanda de servicios de consultoría, ya que las empresas buscan asesoría para optimizar sus procesos y expandirse en un entorno económico favorable. Sin embargo, la tasa de desempleo, que actualmente es del 9.6% en Santander y del 10.6% a nivel nacional (abril de 2024), puede limitar la capacidad de

las empresas para contratar servicios especializados debido a restricciones presupuestarias. Además, las condiciones de acceso al financiamiento juegan un papel crucial, ya que facilitan a las empresas la inversión en consultoría para fortalecer áreas estratégicas y mejorar su competitividad, lo que representa una oportunidad para el centro en la prestación de soluciones especializadas.

7.3 Factores sociales

El nivel de educación y formación de la fuerza laboral en Colombia influye directamente en la demanda de los servicios del Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás, ya que a medida que surgen más profesionales especializados, las empresas requieren asesoría en áreas específicas para satisfacer sus necesidades. Los cambios demográficos, como el envejecimiento de la población, también impactan en las necesidades de consultoría, ya que la experiencia de las personas mayores puede complementarse con las ideas innovadoras de las generaciones más jóvenes, generando un entorno ideal para ofrecer soluciones integrales. La cultura empresarial colombiana, marcada por un creciente enfoque en la innovación y el emprendimiento, favorece la aceptación de nuevos enfoques de consultoría, lo que representa una oportunidad para que el centro se adapte a las demandas cambiantes del mercado. Por otro lado, la inequidad social impulsa la demanda de servicios relacionados con la responsabilidad social empresarial (RSE), ya que las empresas enfrentan una mayor presión para abordar problemas sociales y, al implementar prácticas de la (responsabilidad social empresarial [RSE]), no solo mejoran su reputación, sino que también fortalecen la lealtad de sus clientes, lo que crea un espacio para que el centro ofrezca asesoría en estas áreas estratégicas.

7.4 Factores tecnológicos

La rápida evolución tecnológica impulsa la necesidad de que el Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás ofrezca servicios especializados en transformación digital y adopción de nuevas tecnologías, ayudando a las empresas a optimizar procesos, reducir costos y expandirse de manera más eficiente. La automatización de procesos, cada vez más implementada en grandes empresas a nivel global, genera una creciente demanda de asesoramiento para adaptarse a estos cambios, mejorando la productividad y reduciendo el tiempo y los gastos operativos, especialmente en áreas como el servicio al cliente. Asimismo, el crecimiento del big data y la analítica representa una oportunidad para el centro al ofrecer consultoría en el análisis avanzado de datos e inteligencia artificial, facilitando la recolección, organización y segmentación de información de manera eficiente para que las empresas alcancen sus objetivos estratégicos. Por otro lado, la creciente amenaza de ciberataques subraya la importancia de contar con servicios de consultoría en ciberseguridad, ya que proteger la información sensible es esencial para evitar consecuencias graves que puedan afectar la operatividad y la reputación de las empresas, creando así una oportunidad para que el centro brinde asesoría especializada en este campo crítico.

7.5 Factores ecológicos

Las regulaciones medioambientales influyen directamente en la forma en que las empresas operan, lo que crea una oportunidad para que el Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás ofrezca servicios especializados en sostenibilidad y gestión ambiental, ayudando a las organizaciones a adaptarse a los cambios normativos y a mitigar su impacto ambiental. La reputación corporativa también está ligada al desempeño ambiental de las empresas, lo que aumenta la demanda de consultoría en responsabilidad social empresarial (RSE), ya que las compañías deben cumplir con ciertas responsabilidades ambientales para

mantener una imagen positiva y fortalecer la confianza de sus clientes. Además, la creciente preocupación por el cambio climático impulsa la necesidad de asesoría en estrategias de mitigación y adaptación, permitiendo a las empresas implementar prácticas sostenibles que reduzcan su huella ambiental. Por último, las tendencias consumistas hacia productos sostenibles generan una mayor demanda de consultoría en prácticas empresariales responsables, ya que el cambio de mentalidad y la conciencia ambiental de los consumidores obligan a las empresas a adoptar procesos más sostenibles para mantenerse competitivas y alineadas con las expectativas del mercado actual.

7.6 Factores legales

Los cambios en las normativas laborales pueden afectar las prácticas de contratación de las empresas, lo que crea una oportunidad para que el Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás ofrezca servicios especializados en recursos humanos y gestión del talento, ayudando a las organizaciones a cumplir con las nuevas disposiciones legales. Las regulaciones comerciales también tienen un impacto significativo en las operaciones empresariales, lo que incrementa la necesidad de asesoramiento legal especializado para garantizar el cumplimiento normativo y la correcta gestión de los procesos comerciales. Además, las leyes de protección de datos exigen que las empresas consultoras implementen medidas estrictas para salvaguardar la privacidad de la información de sus clientes, lo que representa una oportunidad para ofrecer servicios de consultoría en cumplimiento de normativas de seguridad de la información. Por otro lado, la protección de la propiedad intelectual es fundamental para muchas organizaciones, lo que genera una demanda creciente de asesoría legal en este ámbito para proteger innovaciones, marcas y patentes. Considerar estos factores legales dentro de la matriz PESTEL proporciona una visión integral del entorno operativo del centro de consultoría, lo que permite anticipar cambios, identificar oportunidades

y amenazas, y desarrollar estrategias adaptativas para mantener una ventaja competitiva sostenible a lo largo del tiempo.

8. Entorno microeconómico

Podemos determinar que el centro de consultoría empresarial de la Universidad Santo Tomás, cuenta con un equipo altamente capacitado de consultores, adicionalmente con una extensa red de contactos con los cuales se pueden llegar a realizar diversos tipos de colaboraciones y/o trabajos en los cuales pueden seguir acompañando a los micro y macro empresarios de la región para su ampliación tanto local como global gracias a los procesos tan eficaces y eficientes del CCE; sin embargo, se debe prever una atención urgente en sectores como su innovación de servicios, ya que desde hace varios años tienen el mismo catálogo donde se ofrecen los mismos servicios, mientras las necesidades de los empresarios tienden a ampliar y a variar a medida de que su empresa va creciendo, es importante tener en cuenta que el equipo de consultores junior del centro de consultoría, también debe recibir capacitaciones que promuevan su capacidad funcional dentro del centro de consultoría, ampliar el uso de los medios digitales, de las redes sociales para que de esta manera el centro pueda tener un acercamiento presencial para que el cliente pueda expresarse de mejor manera y de esta forma se pueda lograr una comunicación más asertiva para lograr las metas deseadas, por ultimo y no menos importante, prever una retención de sus trabajadores, por medio de incentivos o reconocimientos personales debido a su desempeño.

9. Portafolio de productos y servicios de la empresa

El portafolio de servicios del Centro de Consultoría Empresarial de la Universidad Santo Tomás refleja su compromiso con el fortalecimiento y desarrollo del sector empresarial a través de soluciones integrales y especializadas. Con una sólida trayectoria respaldada por el conocimiento académico y la experiencia en el campo, el centro ofrece asesorías personalizadas

para empresas de diversos sectores, adaptándose a las necesidades específicas del entorno empresarial actual. Esta sección presenta una visión detallada de los servicios que brinda el Centro de Consultoría, destacando cómo cada uno de ellos está diseñado para optimizar procesos, mejorar la competitividad, impulsar la innovación y contribuir al crecimiento sostenible de las organizaciones.

9.1 Asesorías y consultorías

A través de su línea de servicios de consultoría el CCE busca convertirse en el mejor aliado de los empresarios interesados en fortalecer su oferta para competir en mercados globales y optimizar sus operaciones para hacerlas más rentables, gracias a un equipo multidisciplinar de expertos que le guían en la búsqueda de mejores oportunidades y la toma de excelentes decisiones.

9.2 Entrenamiento empresarial

Buscamos ofrecer programas abiertos, dirigidos a la comunidad en general y a la medida de las necesidades de las organizaciones en diferentes temas gerenciales, marketing, fortalecimiento empresarial e internacionalización.

9.3 Proyectos de cofinanciación

El CCE gestionará recursos de cofinanciación del orden internacional, nacional y regional; tanto en el sector público como privado, en beneficio de los sectores económicos y sociales de la región, como proponente (ejecutor) de los proyectos, o aliado en la ejecución de estos, a través de las capacidades técnicas, administrativas y financieras de que dispone la Universidad.

9.4 Emprendimiento, creatividad e innovación empresarial

El CCE se convierte en un aliado estratégico para incursionar en nuevos mercados internacionales con acompañamiento permanente a emprendedores, empleando metodologías como:

- Lego's serious play
- The canvas business model
- Lean startup
- Empathy map
- Design thinking

Y contribuyendo a la creación y fortalecimiento de nuevos emprendimientos, y modelo de negocios orientados a atender las necesidades del mercado internacional.

10. Aspectos del mercado que atiende el centro de consultoría empresarial

Por medio del Centro de Consultoría Empresarial y de los diferentes convenios, especialmente de Procolombia, se le brinda a las diferentes empresas una asesoría personalizada donde se aclaran todas las dudas que tengan los representantes de las mismas y también donde se guían para poder solventar sus necesidades de expansión, adicionalmente se les brinda la oportunidad de hacer parte de las diversas actividades que se realizan junto a las entidades gubernamentales que incentivan al comercio en la región y a nivel global; lo anterior para las empresas que ya cuentan con una estructura capacitada para la exportación de sus productos.

11. Cargo y funciones desempeñadas

El centro de consultoría le da al practicante el cargo de Consultor Junior, para que este desempeñe diversas funciones y asista a los consultores con mayor experiencia en sus actividades requeridas.

11.1 Funciones asignadas

Registro y seguimiento de compromisos empresariales. Apoyar en el diligenciamiento de las actas respectivas de las más de 15 reuniones que se realizaban con los empresarios, donde se evidenciaban los compromisos, los avances y las responsabilidades del CCE para con la empresa.

Asesoría colaborativa y aportes estratégicos. Aportar en las asesorías mencionadas anteriormente con los empresarios, brindando puntos de vista, consejos e ideas basadas en su experiencia intelectual y práctica.

Apoyo logístico y acompañamiento empresarial. Asistir de forma directa en las diversas actividades que se realizaban en la universidad Santo Tomás y en las actividades propuestas por Procolombia, participando de manera constante en todo lo que se requería con logística y en especial con las necesidades de los empresarios.

Gestión de redes sociales y comunicación digital. Apoyar en la red social Instagram del centro de consultoría, devolviéndole a esta la interacción con el público potencial y clientes directos, donde se exponían las diversas actividades del CCE y también información relevante relacionada con el mundo global-económico.

Acompañamiento en desarrollo de marca y material corporativo. Acompañar los procesos externos al centro de consultoría como lo son la creación de marca, identidad de marca, catálogos de servicios, entre otros a las diferentes microempresas que hacen parte del convenio Procolombia.; A continuación presentamos la Figura 2.

Figura 2. *Análisis del tiempo semanal requerido por función.*

NOMBRE DE LA FUNCIÓN	FRECUENCIA DIARIA	HORAS DIARIAS	HORAS SEMANALES
Registro y Seguimiento de Compromisos	3 DÍAS	2 HORAS	6 HORAS
Asesoría Colaborativa y Aportes Estratégicos	4 DÍAS	1 HORA	4 HORAS
Apoyo Logístico y Acompañamiento Empresarial	5 DÍAS	1 HORA	5 HORAS
Gestión de Redes Sociales y Comunicación Digital	5 DÍAS	3 HORAS	15 HORAS
Acompañamiento en Desarrollo de Marca y Material Corporativo	5 DÍAS	3 HORAS	15 HORAS

12. Procesos, procedimientos y herramientas

Durante la práctica en el Centro de Consultoría Empresarial, se emplearon diversos procesos, procedimientos y herramientas para llevar a cabo las tareas asignadas en el área asignada. Estas herramientas facilitaron la gestión eficiente de las actividades diarias, la organización de la información y la comunicación efectiva tanto dentro del CCE como con los clientes.

A continuación, se presenta en la tabla 1. que organiza los procesos, procedimientos y herramientas empleadas durante la práctica en el Centro de Consultoría Empresarial., destacando su objetivo y cómo contribuyen a las operaciones diarias de la empresa.

Tabla 1. *Procesos, procedimientos y herramientas empleadas durante la practica en el centro de consultoría empresarias*

AREA	PROCESO	PROCEDIMIENTO	HERRAMIENTAS	OBJETIVO
<i>Documentación</i>	Elaboración de actas	Llenar un formato en Word con datos de las reuniones: participantes, motivos, acuerdos y evidencia (foto o pantallazo).	Microsoft Word	Registrar y documentar formalmente las reuniones realizadas.
<i>Relaciones empresariales</i>	Visitas empresariales	Entrevistar a personas encargadas de los procesos, gerentes y CEO de empresas como Biocress.	Entrevistas, Notas escritas, Grabadoras	Recopilar información clave sobre procesos empresariales para fortalecer la relación con las empresas.
<i>Gestión de egresados</i>	Diligenciamiento de plantillas	Completar plantillas con datos de egresados de la Universidad Santo Tomás.	Microsoft Excel, Formatos digitales	Mantener contacto con los egresados para futuras actividades académicas y profesionales.
<i>Eventos empresariales</i>	Participación en ruedas de negocios	Apoyar la organización del evento, asistir a empresarios, gestionar la distribución de entradas.	Planillas, Listados de asistencia	Facilitar la logística y el desarrollo exitoso de las ruedas de negocios.
<i>Marketing digital</i>	Creación de banners	Diseñar banners promocionando actividades de la universidad.	Canva	Promocionar las actividades de la universidad en redes sociales.
<i>Marketing digital</i>	Publicación de contenido informativo	Crear publicaciones con consejos para empresarios, estudiantes y público interesado en negocios	Adobe Illustrator	Divulgar información relevante y útil para la comunidad interesada en negocios y economía global.

AREA	PROCESO	PROCEDIMIENTO	HERRAMIENTAS	OBJETIVO
		internacionales y economía global.		
<i>Investigación de mercados</i>	Desarrollo de instrumentos de investigación	Crear herramientas para identificar mercados potenciales para la exportación o expansión.	Global Trade, Trade Map, Legiscomex, Internet	Apoyar a las empresas en la búsqueda de mercados potenciales.
<i>Internacionalización</i>	Desarrollo de matrices de preselección de mercados	Elaborar matrices para identificar los 3 mejores países para la expansión de productos.	Global Trade, Trade Map, Legiscomex, Internet	Facilitar la selección de mercados óptimos para la internacionalización de productos.
<i>Comercio internacional</i>	Elaboración de ofertas de inversión	Redactar y presentar ofertas de inversión en inglés y español para más de cinco empresas.	Microsoft Word, Microsoft PowerPoint	Presentar propuestas comerciales atractivas en mercados internacionales.

13. Marco conceptual

Con el fin de proporcionar un entendimiento profundo y fundamentado de los diversos factores que influyen en este informe final, para alcanzar este objetivo, es fundamental establecer un marco conceptual y normativo que sirva de base para la investigación y permita contextualizar los términos de manera coherente y rigurosa.

13.1 Análisis de mercado

El análisis de mercado es el proceso de recopilar, examinar e interpretar información sobre un mercado específico, incluidos los datos sobre los consumidores, competidores y el entorno económico. Este análisis ayuda a las empresas a identificar oportunidades de negocio, comprender las necesidades y preferencias de los clientes, evaluar la competencia y anticipar tendencias del mercado. En el contexto de un centro de consultoría empresarial, el análisis de mercado es fundamental para ofrecer recomendaciones estratégicas basadas en datos y para ayudar a los clientes a posicionarse mejor en su industria (Kotler y Keller, 2016).

13.2 Consultoría empresarial

La consultoría empresarial se define como la prestación de servicios profesionales que ayudan a las organizaciones a mejorar su desempeño mediante el análisis de problemas existentes y el desarrollo de planes de mejora. Los consultores empresariales aportan una perspectiva externa y objetiva, ofreciendo soluciones basadas en su experiencia y conocimientos especializados. Estos servicios pueden abarcar áreas como estrategia, operaciones, recursos humanos, tecnología, marketing y finanzas, entre otros. La consultoría empresarial es crucial para las empresas que buscan adaptarse a cambios del mercado, optimizar procesos y alcanzar objetivos estratégicos (Greiner y Metzger 2009).

13.3 Cultura organizacional

La cultura organizacional se refiere al conjunto de valores, creencias, comportamientos y normas compartidas que definen el ambiente de trabajo de una organización. Esta cultura influye en la forma en que los empleados interactúan entre sí y con las partes interesadas externas, y afecta el rendimiento organizacional y la satisfacción laboral. Los centros de consultoría empresarial ayudan a las organizaciones a diagnosticar su cultura actual, identificar áreas de mejora y desarrollar iniciativas para fomentar una cultura positiva y alineada con los objetivos estratégicos de la empresa. (Schein, 2010).

13.4 Estrategia de contenidos

La estrategia de contenidos es un componente crítico del marketing digital que se centra en la creación, publicación y gestión de contenido relevante y valioso para atraer y retener a una audiencia claramente definida. Incluye el desarrollo de blogs, videos, infografías, y publicaciones en redes sociales que no solo promocionan productos o servicios, sino que también educan e informan a los clientes potenciales. En un centro de consultoría empresarial, una estrategia de contenidos efectiva puede posicionar al centro como un líder de pensamiento en la industria, proporcionando insights valiosos y soluciones a los desafíos comunes que enfrentan las empresas. (Pulizzi, 2014).

13.5 Estrategia empresarial

La estrategia empresarial es un plan de acción a largo plazo diseñado para alcanzar objetivos específicos, maximizar ventajas competitivas y asegurar el crecimiento sostenible de una organización. Este plan incluye la definición de la visión, misión, valores y objetivos estratégicos de la empresa, así como la identificación de las acciones necesarias para lograrlos. Los consultores empresariales ayudan a las empresas a desarrollar y ejecutar estrategias efectivas mediante el análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (DOFA), y

la implementación de metodologías como el MEFI, MEFE y el Análisis PESTEL. (Porter, 1996).

13.6 Marketing Digital

El marketing digital se refiere al conjunto de estrategias y tácticas que utilizan medios y plataformas digitales para promocionar productos o servicios, interactuar con clientes y analizar el comportamiento del mercado. Este campo abarca diversas disciplinas y herramientas, incluyendo SEO, SEM, marketing en redes sociales, marketing de contenido, correo electrónico, y análisis de datos. En el contexto de un centro de consultoría empresarial, el marketing digital se emplea para atraer y retener clientes, mejorar la visibilidad en línea y establecer una presencia de marca sólida. (Chaffey y Ellis-Chadwick, 2019).

13.7 Planificación Estratégica

La planificación estratégica es un proceso sistemático para definir la dirección futura de una organización mediante el establecimiento de metas y objetivos a largo plazo y la formulación de estrategias para alcanzarlos. Este proceso incluye el análisis del entorno interno y externo, la identificación de oportunidades y amenazas, y la asignación de recursos para implementar las estrategias seleccionadas. Los centros de consultoría empresarial asisten a las empresas en la creación de planes estratégicos que les permitan adaptarse a los cambios del mercado, aprovechar oportunidades emergentes y superar desafíos competitivos. (David y David 2017).

14. Marco legal

La gestión de la información y la seguridad de los datos en el Centro de Consultoría Empresarial se basa en un conjunto de regulaciones y normas fundamentales que aseguran la protección adecuada de los datos personales y la integridad de la información. Este informe

revisa las principales leyes colombianas, como el Decreto 1074 de 2015, Decreto 2260 de 2019, Ley 2181 de 2021. Estas regulaciones y estándares permiten a la organización cumplir con sus obligaciones, gestionar eficazmente los riesgos de seguridad, y fortalecer la confianza de sus clientes.

- *Decreto 1074 de 2015.* Este decreto es el marco normativo para el sector comercio, industria y turismo en Colombia, y establece las condiciones para la prestación de servicios de consultoría.
- *Decreto 2260 de 2019.* Modifica y actualiza ciertos aspectos del Decreto 1074 de 2015, incluyendo aspectos relevantes para los centros de consultoría empresarial.
- *Ley 2181 de 2021.* Tiene como objetivo garantizar la seguridad de la cadena logística y prevenir delitos transaccionales, así como adoptar buenas prácticas promovidas por la OCDE.
- *Decreto 258 de 2024.* Este decreto modifica la organización y funcionamiento de la Comisión Regional de Competitividad e Innovación del Departamento de Santander (CRCI), lo cual puede tener implicaciones directas en los centros de consultoría empresarial, ya que la CRCI juega un papel importante en la promoción de la competitividad y la innovación en la región.
- *Decreto 450 de 2024.* Por medio de este decreto se declaran unos días hábiles para efectos contractuales, lo que puede afectar los plazos y términos legales en los que operan los centros de consultoría.

15. Aportes

Gracias al conocimiento adquirido en el transcurso de la carrera universitaria, tanto intelectual como práctico, se pudo realizar diversos aportes de manera eficiente, la mayoría enfocados en el área de marketing digital, aportes como; cronogramas de publicidad, aplicación

de las diferentes herramientas digitales para las piezas publicitarias de la universidad y del centro de consultoría. Adicionalmente se realizó un gran apoyo en todo el ámbito de las consultorías para los empresarios, se apoyó de manera proactiva en eventos institucionales y en eventos que realizaban organizaciones como Procolombia, se realizaron dos catálogos de productos a dos empresas de alimentos que están en proceso de expansión, también una mejora en su logo para la presentación internacional; También es importante destacar que se realizaron trabajos en los cuales se desarrolla la habilidad de marketing digital para el apoyo proactivo del centro de consultoría y gracias a esto se logró un alcance significativo para el mismo, brindándome una experiencia práctica valiosa y relevante.

16. Propuesta de valor agregado

Durante el período de prácticas en el Centro de Consultoría de la Universidad Santo Tomás, se tuvo la oportunidad de participar en diversos proyectos con más de 5 empresas entre las cuales se encontraban ejemplares como Biocress, Econe, ABC Tropical, Systemico, que contribuyeron significativamente al valor del centro de consultoría y a su vez; a la misma empresa. En primer lugar, se trabajó en un proyecto de análisis de mercado para los clientes del centro de consultoría, de diferentes sectores tales como el sector calzado y marroquinería, el sector de aseo y cuidado capilar, entre otros, donde se desarrollaron informes detallados de sus actividades, del avance que ha tenido la empresa desde que empezaron a adquirir los servicios del centro de consultoría y las estrategias que se usó en cada caso para cada empresa que recibió el respaldo del centro, así mismo permitieron a las empresas clientes identificar nuevas oportunidades de negocio, para que de esta manera pudieran escoger las mejores opciones para expandir el alcance de las mismas.

Adicionalmente, se propuso y se implementó una estrategia de contenidos, la cual se basaba en la publicación de contenido de valor en la red social Instagram que permitió generar

engagement e interacción, no solamente con los empresarios que solicitaban los servicios del centro, sino que también fue proyectado a los estudiantes de la universidad como llamado a realizar sus prácticas empresariales en el mismo centro de consultoría, esto permitió al CCE reincorporarse de manera significativa y con gran impacto a la red social, lo que mejoró la interacción con los cibernautas en un 300%, reactivándola de forma creativa y llegando a más empresarios, estudiantes y personas interesadas en el contenido que se brindaba en esta plataforma digital.

La participación en las diferentes reuniones con los empresarios, donde, como se menciona anteriormente en este informe, se llevó registro de todos los movimientos estratégicos que realiza la empresa consultante, también resultó efectiva ya que, gracias a esta, se pudo tener informes detallados del avance de los empresarios para llevar un control ordenado de cada progreso y proceso que se deben tener presentes para la óptima expansión de sus empresas, permitiendo a los consultores a cargo proponer estrategias nuevas y funcionales para las distintas necesidades que disponían los empresarios.

17. Identificación de la situación problemática

Las micro y macro empresas colombianas mantienen en constante evolución y expansión, es por esto requieren de apoyo por parte de centros de consultoría empresariales, es por esto que se busca implementar estrategias innovadoras las cuales se encuentren a fin con las expectativas del empresario, de esta manera se opta por implementar una estrategia digital en la cual se busca la interacción de manera efectiva, eficiente y practica con todos aquellos que requieran seguimiento en sus procesos de expansión, adicional a esto para brindarles un mejor apoyo por medio de las consultas que se realizan en compañía de los expertos del centro y de la misma manera brindando un servicio completo por medio de matrices de preselección

de mercado en las cuales las empresas pueden, de manera objetiva y racional, escoger la mejor opción para la dilatación del alcance de su negocio.

18. Contribución de conocimientos a la empresa

Gracias al apoyo realizado por medio del practicante, hubo un aumento del más del 700% en la red social Instagram, una interacción más amena y practica para todas aquellas personas que deseaban ser asistidos por el centro de consultoría, aumentaron las publicaciones en sus redes sociales, debido a que estas no estaban siendo implementadas de la manera más optima, dirigiéndose hacia los empresarios con un enfoque global económico, por medio de banners informativos, noticias que pueden apoyar y afectar al mercado actual, estrategias y consejos para los empresarios y su forma de implementar los recursos en sus empresas.

Se realizó apoyo en los diferentes eventos realizados como futurexpo, donde empresarios de todo el mundo llegan a nuestra ciudad con el único fin de promover el comercio, exponiendo sus productos y así mismo comprando o llegando a acuerdos con empresarios locales.

Se realizaron matrices en las cuales se les desglosa al empresario la manera más eficiente de expandir su empresa para que este alcance su punto máximo en la economía y pueda hallar las mejores opciones en las cuales participar y aprovechar.

19. Impacto desde los resultados/logros

19.1 Alcance de la propuesta de valor

La implementación de la propuesta de valor permitió al centro de consultoría llegar a un gran número de personas, expandiendo significativamente su audiencia. Este alcance no

solo benefició al centro en términos de visibilidad, sino que también fortaleció su posición como referente en el apoyo a empresarios y en la innovación de prácticas consultivas.

19.2 Compromiso con la innovación y apoyo empresarial

El centro demostró un sólido compromiso tanto en el respaldo a los empresarios como en la adopción de nuevas prácticas y tecnologías para la interacción digital. Este enfoque innovador incluyó la utilización estratégica de redes sociales para comunicar en tiempo real las actividades, estrategias y recomendaciones, generando un impacto positivo en la percepción de los servicios ofrecidos.

19.3 Uso efectivo de redes sociales

Se implementaron campañas y estrategias en diversas plataformas digitales, lo que permitió mostrar el día a día del centro de consultoría. Esta comunicación transparente y constante no solo atrajo a empresarios, sino que también captó la atención de estudiantes universitarios y del público general, creando una comunidad comprometida y fortaleciendo la imagen del centro en el ámbito del comercio local.

19.4 Resultados positivos para las empresas

Con el acompañamiento y asesoramiento continuo del centro, las empresas que buscaron apoyo lograron alcanzar sus metas a corto plazo. Este éxito evidencia la efectividad de la propuesta de valor, ya que las empresas pudieron mejorar sus procesos y estrategias comerciales, lo que se tradujo en un crecimiento tangible y en el fortalecimiento de sus operaciones.

19.5 Impacto integral para el CCE

Los resultados obtenidos no solo beneficiaron a las empresas, sino que también tuvieron un impacto positivo a gran escala en el propio Centro de Consultoría Empresarial. El éxito en la implementación de la propuesta de valor fortaleció la reputación del centro, consolidándolo como un aliado estratégico confiable para el comercio local y regional.

19.6 Importancia de la evaluación y mejora continua

Se reconoce la necesidad de mantener un monitoreo constante de los resultados derivados de la propuesta de valor. Esta evaluación continua permitirá identificar áreas de mejora, optimizar la estrategia implementada y asegurar que el enfoque innovador se mantenga alineado con las necesidades del mercado y las expectativas de los clientes, garantizando así una evolución permanente en la calidad del servicio.

20. Aportes de la empresa al proceso formativo

De una manera muy amplia, el centro de consultoría aportó en el proceso formativo del practicante, puesto que no solo le brindó las herramientas necesarias para cumplir con sus funciones, también se asesoró de manera paciente y explícita para poder cumplir con sus responsabilidades de la mejor manera, ya que asignar un mentor que guíe al practicante en su desarrollo profesional, comparta conocimientos y responda dudas sirve para facilitar su crecimiento dentro de la organización.

Se le brindó la oportunidad al practicante de poder estar en un entorno rodeado de empresarios en el cual se evidencia un gran aprendizaje por parte de ellos, tanto prácticos como intelectuales, de esta manera se recopila una gran cantidad de información y estrategias para desarrollar en su vida personal y profesional, de esta manera pudo aplicar sus habilidades teóricas en situaciones del mundo laboral y adquirir experiencia práctica de alto valor.

Facilitó la interacción con profesionales del sector, clientes y colegas dentro del centro de consultoría, ampliando su red de contactos y posibilitando oportunidades futuras de empleo o colaboración.

Proporcionó oportunidades para mejorar habilidades como trabajo en equipo, comunicación efectiva, gestión del tiempo y resolución de problemas, fundamentales para el éxito en el ámbito laboral, se le da el espacio para poder aprovechar todos los recursos que posee el centro de consultoría para que de esta manera desarrolle sus habilidades y pueda llevarlas al máximo con una gran libertad.

Brinda una enorme experiencia en cuanto a investigación de mercados, normativas legales para la implementación y expansión de una empresa, procesos logísticos y aduaneros, estrategias de mercadeo digital, brinda formación en áreas específicas de consultoría empresarial, permitiéndole al practicante adquirir conocimientos prácticos y habilidades relevantes para el campo.

21. Plan de mejora para el centro de consultoría empresarial

21.1 Contextualización del plan de mejora

La formulación de este plan de mejora se fundamenta en la identificación de áreas críticas para optimizar la calidad del servicio ofrecido por el Centro de Consultoría Empresarial (CCE). Se parte de la premisa de que, para garantizar a las empresas independientemente de su tamaño la seguridad de que cualquier necesidad o inconveniente derivado de su proceso de expansión será atendido de forma oportuna y profesional, es imprescindible trabajar en la mejora continua de los procesos internos. En este contexto, el plan se orienta a fortalecer aspectos fundamentales como la gestión documental, el desarrollo de capacidades en asesorías, la planificación y logística de eventos, la gestión estratégica de redes sociales y el

acompañamiento en procesos de creación de marca. Estas acciones permitirán no solo aumentar la eficiencia operativa, sino también mejorar la comunicación interna, la interacción con clientes y la imagen institucional del CCE.

21.2 Objetivos del plan de mejora

Estandarizar las actas de reuniones garantizando una organización clara y un seguimiento oportuno de compromisos y avances.

Digitalizar las actas de reuniones garantizando una organización clara y un seguimiento oportuno de compromisos y avances.

Desarrollar capacidades a través de cursos y talleres, y documentar casos de éxito para que las recomendaciones ofrecidas sean actualizadas y replicables en futuras intervenciones.

Planificar de manera anticipada y capacitar en gestión de eventos para asegurar una ejecución fluida, reducir contratiempos y mejorar la experiencia de los participantes.

Desarrollar una estrategia de contenidos con un calendario de publicaciones que aumente la visibilidad, interacción y notoriedad del CCE en el entorno digital.

Proporcionar a las microempresas las herramientas necesarias para construir una identidad de marca sólida mediante talleres, guías y un sistema de seguimiento que garantice la consistencia y profesionalismo.

21.3 Aspectos para mejorar

A continuación, se desglosan los aspectos críticos a mejorar, junto con la justificación y cómo cada uno contribuirá al fortalecimiento de la empresa

21.3.1 Estandarización y digitalización de actas de reuniones.

La gestión documental es un pilar fundamental en cualquier organización que aspire a mantener una comunicación interna efectiva y un seguimiento riguroso de sus compromisos. En el CCE, las actas de reuniones representan la evidencia formal de acuerdos, compromisos y avances alcanzados en cada sesión con los empresarios. Sin embargo, la existencia de formatos dispares y la dependencia de documentos físicos pueden derivar en ineficiencias como la pérdida de información, dificultades en la revisión y seguimiento, y una comunicación interna fragmentada.

Cómo ayudará a la empresa

- *Estandarización de formatos:* al crear un formato estándar, se asegurará que todas las actas contengan secciones específicas y consistentes para la descripción de compromisos, avances y responsabilidades. Esto facilitará la revisión, el análisis y el seguimiento de cada reunión, permitiendo a los equipos identificar rápidamente los puntos críticos y priorizar acciones.
- *Digitalización y gestión documental:* implementar un sistema en línea para el almacenamiento y acceso de las actas eliminará la dependencia de documentos físicos, asegurando que la información esté disponible en tiempo real y sea accesible desde cualquier ubicación. Esto redundará en una mayor eficiencia operativa, reducción de tiempos de búsqueda y, en general, una comunicación interna más efectiva.
- *Capacitación continua:* realizar talleres periódicos sobre redacción y manejo de actas garantizará que el personal encargado desarrolle habilidades para documentar de forma clara, precisa y profesional, lo cual es esencial para mantener la integridad de la información y el seguimiento adecuado de los compromisos.

21.3.2 Desarrollo de capacidades en asesoría.

El éxito de las asesorías empresariales depende en gran medida de la actualización y capacidad técnica del equipo consultor. En un entorno dinámico y altamente competitivo, es esencial que los consultores dispongan de conocimientos actualizados sobre tendencias, metodologías y mejores prácticas en el ámbito de la consultoría. Además, la documentación de casos de éxito y la implementación de un sistema de retroalimentación estructurado son herramientas clave para mejorar la calidad del servicio ofrecido.

Cómo ayudará a la empresa:

- *Formación continua:* la participación en cursos, talleres y seminarios sobre las últimas tendencias en consultoría empresarial garantizará que los consultores ofrezcan recomendaciones basadas en información actualizada y relevante, incrementando la efectividad de sus asesorías.
- *Documentación de casos de éxito:* la creación de un repositorio de casos de éxito permitirá replicar estrategias ganadoras en futuras asesorías, facilitando el aprendizaje y la transferencia de conocimientos dentro del equipo.
- *Sistema de retroalimentación estructurado:* establecer un mecanismo para recoger y analizar la opinión de los empresarios ayudará a ajustar las recomendaciones de manera oportuna, permitiendo una mejora continua de las prácticas de consultoría y asegurando que se adapten a las necesidades específicas de cada cliente.

21.3.3 Planificación y capacitación en logística de eventos

los eventos y actividades organizados por el CCE son una pieza clave para la vinculación con los empresarios y la promoción de sus servicios. Sin embargo, una planificación deficiente y la falta de capacitación específica en logística pueden provocar

descoordinaciones, retrasos y contratiempos que afecten la experiencia de los participantes y, en consecuencia, la reputación del centro.

Cómo ayudará a la empresa:

- *Calendario de actividades:* la elaboración de un calendario detallado de eventos, con tareas asignadas y plazos definidos, permitirá una mejor coordinación en la preparación y ejecución de actividades, reduciendo la posibilidad de imprevistos.
- *Capacitación en logística de eventos:* la realización de talleres especializados en gestión y logística permitirá que el equipo encargado desarrolle competencias específicas para abordar de manera eficiente los desafíos logísticos, garantizando que todos los aspectos operativos se gestionen de forma efectiva.
- *Mejora en la comunicación con organizadores y participantes:* establecer canales de comunicación claros y efectivos facilitará el intercambio de información y la coordinación de actividades, asegurando que se atiendan todas las necesidades de manera oportuna y que la experiencia de los participantes sea óptima.

21.3.4 Gestión estratégica de redes sociales (instagram)

En el contexto digital actual, la presencia en redes sociales es esencial para incrementar la visibilidad y el alcance de las actividades del CCE. Sin embargo, una estrategia de contenidos poco estructurada o inconsistente puede limitar la interacción con el público objetivo y disminuir el impacto de las campañas de comunicación.

Cómo ayudará a la empresa:

- *Estrategia de contenidos:* desarrollar una estrategia integral de contenidos que incluya un calendario de publicaciones, definición de los tipos de contenido (infografías, videos, testimonios, etc.) y objetivos claros para cada campaña, garantizará una presencia constante y coherente en Instagram.

- *Medición y análisis de métricas:* la utilización de herramientas de análisis permitirá medir el impacto de las publicaciones y ajustar la estrategia en función de los resultados obtenidos, asegurando la mejora continua y la maximización de la interacción.
- *Campañas específicas para aumentar la interacción:* implementar acciones como concursos, encuestas y sesiones en vivo con expertos fortalecerá la relación con los clientes actuales y potenciales, elevando la notoriedad y atrayendo nuevas oportunidades de negocio.

21.3.5 Acompañamiento en procesos externos de creación e identidad de marca

La construcción de una identidad de marca sólida es crucial para el posicionamiento y éxito de las microempresas, especialmente en mercados competitivos. El apoyo del CCE en este proceso puede marcar la diferencia en la forma en que estas empresas se presentan y se diferencian de la competencia.

Cómo ayudará a la empresa:

- *Talleres y seminarios sobre branding y marketing digital:* la organización de eventos formativos dirigidos a la creación de marca permitirá a las microempresas adquirir las herramientas y conocimientos necesarios para construir una identidad coherente y atractiva.
- *Guías y plantillas estandarizadas:* desarrollar recursos didácticos que faciliten el proceso de creación de identidad de marca y la elaboración de catálogos de servicios garantizará la consistencia y profesionalismo en la imagen de las empresas.
- *Sistema de seguimiento y evaluación:* implementar un sistema de monitoreo para medir el impacto de las estrategias de branding permitirá realizar ajustes necesarios de manera oportuna, asegurando que las acciones implementadas contribuyan efectivamente al posicionamiento de las microempresas en el mercado.

22. Metas del plan de mejora

Para garantizar la efectividad del plan, se han establecido metas claras y medibles, que se desglosan de la siguiente manera.

22.1 Gestión documental

- *Meta:* estandarizar el formato de actas de reuniones para que el 100% de los documentos incluyan secciones específicas (compromisos, avances y responsabilidades) en un plazo de 2 meses.
- *Medición:* se realizará una revisión mensual de las actas utilizando una plantilla de verificación, determinando el porcentaje de actas que cumplen con el formato establecido.
- *Meta:* digitalizar y almacenar el 100% de las actas en un sistema de gestión documental en línea en un plazo de 3 meses.
- *Medición:* se evaluará el sistema de gestión documental para confirmar que el 100% de las actas se encuentren en formato digital y sean accesibles en tiempo real, mediante auditorías internas periódicas.

22.2 Desarrollo de capacidades en asesorías

- *Meta:* lograr que al menos el 80% del equipo de consultores participe en cursos y talleres especializados en consultoría empresarial durante los próximos 6 meses.
- *Medición:* se llevará un registro de asistencia y evaluaciones de cada formación, comparando el porcentaje de consultores capacitados con el total del equipo.
- *Meta:* documentar y crear un repositorio de al menos 10 casos de éxito replicables en un plazo de 4 meses.

- *Medición:* se realizará un conteo y revisión de los casos documentados en el repositorio, evaluando la calidad y relevancia mediante revisiones trimestrales.
- *Meta:* establecer un sistema de retroalimentación que permita evaluar las asesorías de forma trimestral, alcanzando un índice de satisfacción de al menos 8 sobre 10.
- *Medición:* se aplicarán encuestas de satisfacción a los empresarios asesorados y se analizarán los resultados para verificar que el índice cumpla con el objetivo.

22.3 Planificación y logística de eventos

- *Meta:* crear e implementar un calendario detallado de eventos con asignación de tareas y plazos específicos para el 100% de los eventos planificados en un plazo de 1 mes.
- *Medición:* se evaluará el cumplimiento del calendario mediante auditorías mensuales, determinando el porcentaje de eventos realizados según lo planificado.
- *Meta:* capacitar al 90% del personal involucrado en la logística de eventos a través de talleres especializados en un plazo de 3 meses.
- *Medición:* se registrará la asistencia y los resultados de evaluaciones post-taller, comparando el porcentaje de personal capacitado con el total involucrado.

22.4 Gestión estratégica de redes sociales (instagram)

- *Meta:* desarrollar e implementar una estrategia de contenidos que logre un aumento del 25% en la interacción (likes, comentarios y compartidos) en Instagram en un plazo de 4 meses.
- *Medición:* se utilizarán herramientas analíticas para comparar la tasa de interacción antes y después de la implementación, evaluando el crecimiento porcentual mensual.
- *Meta:* ejecutar campañas (concursos, encuestas, sesiones en vivo) que incrementen la participación de la audiencia en un 20% durante los próximos 6 meses.

- *Medición:* se medirá el incremento en la participación mediante métricas de campaña y análisis de resultados, comparando *con los indicadores iniciales*.

22.5 Acompañamiento en procesos externos de creación e identidad de marca

- *Meta:* organizar al menos 3 talleres o seminarios sobre branding y marketing digital dirigidos a microempresas en un plazo de 4 meses.
- *Medición:* se registrará la realización de los talleres y se evaluará la participación mediante encuestas de satisfacción, confirmando que se alcancen los números establecidos.
- *Meta:* crear guías y plantillas estándar para la creación de identidad de marca y catálogos de servicios, asegurando una adopción del 100% por parte de las microempresas asesoradas en un plazo de 3 meses.
- *Medición:* se realizará un seguimiento a través de encuestas y revisión de los materiales entregados a las microempresas para verificar el uso y la efectividad de las guías.
- *Meta:* implementar un sistema de seguimiento que permita medir el impacto de las estrategias de branding, alcanzando un índice de satisfacción mínimo del 80% entre las microempresas en un plazo de 6 meses.
- *Medición:* se aplicarán encuestas de satisfacción y se analizarán los resultados, determinando el porcentaje de satisfacción alcanzado.

23. Acciones del plan de mejora

Para lograr la optimización de procesos y mejorar la calidad del servicio ofrecido por el Centro de Consultoría Empresarial (CCE), se implementarán las siguientes acciones estratégicas.

23.1 Revisión y estandarización de actas de reuniones

Diseño y validación del formato estándar: desarrollar un formato único que incluya secciones específicas para compromisos, avances y responsabilidades. Se realizará un taller con el equipo para validar y ajustar este formato, asegurando que cumpla con los requisitos de seguimiento y análisis.

Digitalización y gestión documental: implementar un sistema en línea para almacenar y gestionar las actas de reuniones, permitiendo el acceso en tiempo real a la información. Esto eliminará la dependencia de documentos físicos y facilitará la búsqueda y revisión de datos.

Capacitación en redacción de actas: organizar talleres periódicos para el personal encargado, con el objetivo de mejorar la claridad, precisión y profesionalismo en la documentación, lo que asegurará que cada acta refleje de forma completa los acuerdos y compromisos adquiridos.

Objetivo: optimizar la organización y accesibilidad de la información, garantizando un seguimiento eficiente de compromisos y una mejora en la comunicación interna.

23.2 Desarrollo de capacidades en asesorías a empresarios

Participación en formación continua: inscribir al equipo de consultores en cursos y talleres especializados en las últimas tendencias en consultoría empresarial. Esta acción garantizará que el personal esté actualizado y pueda ofrecer asesorías basadas en metodologías modernas y efectivas.

Documentación de casos de éxito: crear un repositorio de casos de éxito y mejores prácticas que sirva de referencia para futuras asesorías. Este recurso permitirá replicar estrategias exitosas y fortalecer la calidad del servicio ofrecido.

Sistema de retroalimentación estructurado: establecer un mecanismo de retroalimentación regular con los empresarios, a través de encuestas y reuniones de

seguimiento, para ajustar y perfeccionar las recomendaciones según las necesidades específicas de cada cliente.

Objetivo: aumentar la efectividad y calidad de las asesorías, garantizando que las recomendaciones sean pertinentes, actualizadas y adaptadas a los requerimientos de los empresarios.

23.3 Planificación y logística de eventos

Elaboración de un calendario detallado de actividades: diseñar un calendario que incluya todas las actividades y eventos, con fechas, tareas asignadas y responsables claros. Esta planificación permitirá una coordinación anticipada y reducirá la posibilidad de imprevistos.

Capacitación en gestión de eventos: realizar talleres especializados en logística y gestión de eventos para el personal involucrado. Esta formación fortalecerá la capacidad del equipo para planificar, coordinar y ejecutar eventos de manera eficiente.

Establecimiento de canales de comunicación efectivos: implementar y utilizar plataformas colaborativas y canales de comunicación (como Google Workspace o aplicaciones de mensajería) para asegurar un flujo de información claro y oportuno entre organizadores y participantes.

Objetivo: garantizar la ejecución fluida y coordinada de eventos, mejorando la experiencia de los participantes y reforzando la imagen del CCE como un aliado confiable en la organización de actividades.

23.4 Gestión estratégica de redes sociales (instagram)

Desarrollo de una estrategia de contenidos: Diseñar un plan integral de contenidos que incluya un calendario de publicaciones, definición de formatos (infografías, videos, testimonios, etc.) Y mensajes clave alineados con los objetivos del cce.

Implementación de herramientas de análisis. utilizar herramientas de analítica para medir el rendimiento de las publicaciones, evaluando métricas como likes, comentarios, compartidos y alcance. Los datos obtenidos permitirán ajustar la estrategia de contenidos en función del impacto observado.

Campañas de interacción específicas: ejecutar campañas interactivas (concursos, encuestas, sesiones en vivo) que incentiven la participación del público, aumentando así la visibilidad y fortaleciendo la relación con clientes actuales y potenciales.

Objetivo: incrementar la visibilidad y la interacción en redes sociales, asegurando una presencia digital constante y coherente que atraiga nuevas oportunidades de negocio.

23.5 Acompañamiento en procesos externos de creación e identidad de marca

Organización de talleres y seminarios sobre branding: planificar y ejecutar al menos tres talleres o seminarios dirigidos a microempresas, en los que se impartan conocimientos sobre branding, marketing digital y estrategias de posicionamiento.

Desarrollo de guías y plantillas estandarizadas: crear recursos didácticos, como guías y plantillas, que faciliten el proceso de creación de identidad de marca y la elaboración de catálogos de servicios, asegurando consistencia y profesionalismo en la presentación de la imagen corporativa.

Implementación de un sistema de seguimiento y evaluación: establecer un mecanismo de monitoreo que permita evaluar el impacto de las estrategias de marca implementadas, a través de encuestas de satisfacción y análisis de resultados, permitiendo realizar ajustes que maximicen su efectividad.

Objetivo: fortalecer el proceso de creación de marca en las microempresas asesoradas, dotándolas de herramientas para construir una identidad sólida y competitiva que facilite su posicionamiento en el mercado.

24. Indicadores / verificación

Para evaluar la efectividad de las acciones implementadas en el marco del plan de mejora, se utilizarán una serie de indicadores clave que permiten medir el desempeño y los resultados obtenidos. Estos indicadores han sido diseñados para proporcionar una visión clara del progreso hacia el logro de las metas propuestas y se basan en la **fórmula de índice de eficacia**, la cual compara el resultado alcanzado con el resultado previsto, multiplicado por 100. Los resultados obtenidos se clasificarán en categorías de **buenos, aceptables, regulares y negativos**, lo que facilitará el seguimiento y control de los procesos dentro de la empresa.

A continuación, presentamos las Tabla 2, 3, 4, 5, 6 y 7. Esta clasificación permitirá realizar los ajustes necesarios en las áreas que lo requieren, garantizando así un proceso de mejora continua.

- *Acción: alcance de la propuesta de valor*

Tabla 2. Indicadores "Alcance de la Propuesta de Valor"

Indicadores	Medición	Meta	Resultado Bueno	Resultado Aceptable	Resultado Regular	Resultado Negativo
% de incremento en audiencia y personas alcanzadas	Porcentaje de aumento en la cantidad de personas que interactúan con las iniciativas del CCE en 6 meses	Incrementar la audiencia en un 30% en 6 meses	$\geq 35\%$ de incremento	30% a 34% de incremento	20% a 29% de incremento	$< 20\%$ de incremento

- *Acción: Compromiso con la Innovación y Apoyo Empresarial*

Tabla 3. *Indicadores " Compromiso con la Innovación y Apoyo Empresarial"*

Indicadores	Medición	Meta	Resultado Bueno	Resultado Aceptable	Resultado Regular	Resultado Negativo
Índice de satisfacción de empresarios	Promedio obtenido en encuestas a empresarios (escala 1-10)	Alcanzar una satisfacción promedio de 9 en 6 meses	Promedio ≥ 9.5	Promedio 9.0 – 9.4	Promedio 8.0 – 8.9	Promedio < 8.0

- *Acción: Uso Efectivo de Redes Sociales (Instagram)*

Tabla 4. *Indicadores " Uso Efectivo de Redes Sociales (Instagram)"*

Indicadores	Medición	Meta	Resultado Bueno	Resultado Aceptable	Resultado Regular	Resultado Negativo
% de aumento en interacciones en Instagram	Porcentaje de incremento en likes, comentarios y compartidos en las publicaciones durante 4 meses	Incrementar las interacciones en un 25% en 4 meses	$\geq +30\%$ de incremento	+25% a +29% de incremento	+20% a +24% de incremento	$< +20\%$ de incremento

- *Acción: Resultados Positivos para las Empresas*

Tabla 5. *Indicador " Resultados Positivos para las Empresas"*

Indicadores	Medición	Meta	Resultado Bueno	Resultado Aceptable	Resultado Regular	Resultado Negativo
% de empresas que alcanzan metas a corto plazo	Porcentaje de empresas asesoradas que logran sus objetivos establecidos a corto plazo	Lograr que al menos el 80% de las empresas alcancen sus metas	$\geq 85\%$ de las empresas alcanzan sus metas	80% a 84% de las empresas alcanzan sus metas	70% a 79% de las empresas alcanzan sus metas	$< 70\%$ de las empresas alcanzan sus metas

- *Acción: Evaluación y Mejora Continua*

Tabla 6. *Indicador "Evaluación y Mejora Continua"*

Indicadores	Medición	Meta	Resultado Bueno	Resultado Aceptable	Resultado Regular	Resultado Negativo
Frecuencia de evaluaciones y ajustes	Número de revisiones y ajustes implementados trimestralmente	Realizar revisiones y ajustes en el 100% de los trimestres	Revisiones implementadas en 100% de los trimestres	Revisiones implementadas en 90%-99% de los trimestres	Revisiones en 70%-89% de los trimestres	Revisiones en < 70% de los trimestres

- *Acción: Impacto Integral para el CCE*

Tabla 7. *Indicador "Impacto Integral para el CCE"*

Indicadores	Medición	Meta	Resultado Bueno	Resultado Aceptable	Resultado Regular	Resultado Negativo
Índice de reputación del CCE	Promedio obtenido en encuestas a stakeholders (escala 1-10)	Obtener un índice de satisfacción ≥ 8.5 en 6 meses	Promedio ≥ 9	Promedio 8.5 – 8.9	Promedio 8.0 – 8.4	Promedio < 8.0

25. Responsables

A continuación, se detalla en la Tabla 8. un cuadro que asigna responsabilidades específicas para cada meta, estableciendo el responsable y la función que desempeñará en la implementación del plan de mejora en el CCE.

Tabla 8. *Responsables y sus responsabilidades*

Meta	Responsable	Función
Estandarización de actas de reuniones	Director del centro de consultoría	Liderar el diseño, validación y aplicación de un formato estándar para las actas; coordinar la capacitación en redacción y garantizar el seguimiento de compromisos.
Digitalización y almacenamiento en línea	Consultor a cargo	Implementar y gestionar el sistema de gestión documental digital, asegurando la

<i>Meta</i>	<i>Responsable</i>	<i>Función</i>
		digitalización y acceso en tiempo real de todas las actas de reuniones.
Capacitación continua del equipo de asesoría	Director del centro de consultoría	Organizar la inscripción y participación en cursos y talleres especializados; monitorear la asistencia y evaluar el desempeño del equipo consultor.
Documentación de casos de éxito	Consultor a cargo	Recopilar, documentar y organizar casos de éxito y mejores prácticas que sirvan de referencia para replicar estrategias efectivas en futuras asesorías.
Implementación de un sistema de retroalimentación estructurado	Consultor a cargo	Diseñar y administrar encuestas de satisfacción y retroalimentación para evaluar las asesorías, facilitando la mejora continua en el servicio ofrecido.
Desarrollo de un calendario de actividades para eventos	Director del centro de consultoría	Elaborar y monitorear un calendario detallado de eventos, asignando tareas y estableciendo plazos claros para la planificación y ejecución de actividades.
Capacitación en logística de eventos	Director del centro de consultoría	Organizar talleres especializados en gestión y logística de eventos, y asegurar la capacitación del personal involucrado en la coordinación de actividades.
Estrategia de contenidos y aumento de interacción en redes sociales (instagram)	Consultor a cargo de redes sociales	Desarrollar e implementar una estrategia integral de contenidos, definir un calendario de publicaciones y monitorizar el aumento de interacciones en la red social.
Ejecución de campañas específicas en redes sociales	Consultor a cargo de redes sociales	Ejecutar campañas interactivas (concursos, encuestas, sesiones en vivo) y analizar métricas para incrementar la participación y el alcance en Instagram.

<i>Meta</i>	<i>Responsable</i>	<i>Función</i>
Organización de talleres y seminarios de branding	Director del centro de consultoría	Planificar y ejecutar talleres y seminarios sobre branding y marketing digital dirigidos a microempresas, promoviendo el desarrollo de una identidad de marca sólida.
Desarrollo de guías y plantillas estandarizadas para la creación de marca	Consultor a cargo de redes sociales	Diseñar y distribuir guías y plantillas estándar para la creación de identidad de marca y catálogos de servicios, asegurando la consistencia y profesionalismo.
Implementación del sistema de seguimiento y evaluación de estrategias de marca	Director del centro de consultoría	Implementar un sistema de seguimiento para evaluar el impacto de las estrategias de marca, analizar encuestas de satisfacción y realizar ajustes necesarios.

26. Recursos

Para la correcta implementación del plan de mejora en el Centro de Consultoría Empresarial, se requerirán diversos recursos que permitan llevar a cabo cada una de las acciones planificadas de manera efectiva. A continuación, se detallan los recursos necesarios.

26.1 Recursos tecnológicos

- Canva
- Adobe Illustrator
- Global Trade
- Trade Map
- Legiscomex
- Google
- Microsoft Word
- Microsoft Power Point

26.2 Recursos humanos

- Equipo del Centro de Consultoría Empresarial
- Capacitadores para la Ejecución del Plan de Mejora
- Facilitadores de Comunicación y Procesos Internos

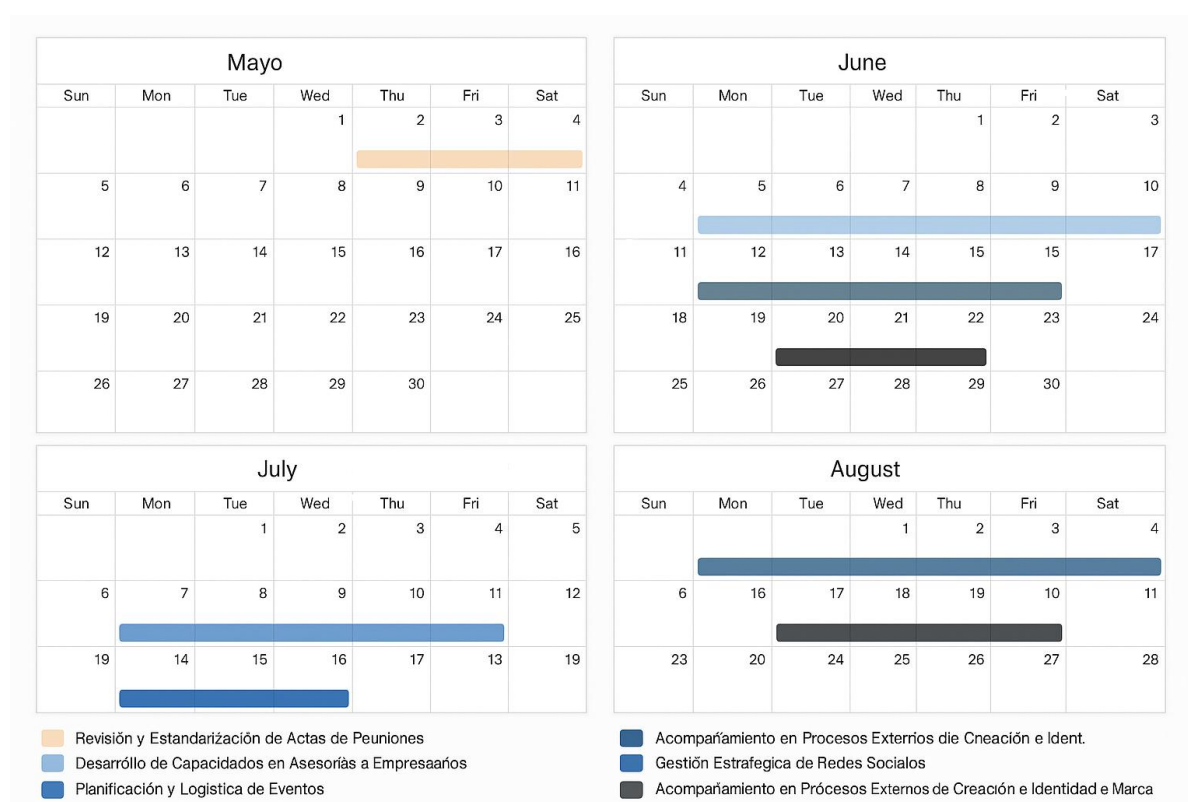
26.3 Recursos financieros

- Presupuesto para Capacitaciones
- Presupuesto para Inversión de Publicidad
- Presupuesto para Equipos y Herramientas

27. Cronograma

El siguiente cronograma detalla las acciones específicas necesarias para implementar el plan de mejora en Alpes Solutions S.A.S., junto con su duración en semanas. Este plan está diseñado para desarrollarse a lo largo de 7 meses, proporcionando una guía clara y estructurada para asegurar que cada acción se lleve a cabo de manera eficiente dentro del tiempo asignado, contribuyendo así al logro de los objetivos planteados en el plan de mejora, como se muestra en la Ilustración 3.

Figura 3. Cronograma de acciones para implementar el Plan de Mejora



27.1 Cronograma de acciones para la implementación del plan de mejora

Mes 1:

- Semana 1:

Diseño del formato estándar para actas de reuniones.

Reunión de validación con el equipo para ajustes finales.

Elaboración del calendario detallado de eventos.

- Semana 2:

Inicio del desarrollo del sistema de gestión documental en línea.

Inscripción del equipo de consultores en cursos de capacitación.

Planificación de los talleres de capacitación en gestión de eventos.

- Semana 3:

Taller de capacitación sobre redacción de actas.

Inicio de la documentación de casos de éxito en asesorías empresariales.

Desarrollo de la estrategia de contenidos para redes sociales.

- Semana 4:

Implementación del formato estándar de actas en todas las reuniones.

Establecimiento de un sistema de retroalimentación para asesorías.

Creación de guías y plantillas para identidad de marca.

Mes 2:

- Semana 5:

Lanzamiento del sistema de gestión documental en línea.

Inicio del registro de casos de éxito en el repositorio.

Primera campaña de interacción en redes sociales.

- Semana 6:

Seguimiento al uso del formato de actas y ajustes si es necesario.

Evaluación inicial del sistema de retroalimentación.

Taller de capacitación en logística de eventos.

- Semana 7:

Implementación de herramientas de análisis en redes sociales.

Monitoreo y ajuste de la estrategia de contenidos.

Creación de recursos didácticos para microempresas sobre branding.

- Semana 8:

Revisión del cumplimiento del calendario de eventos.

Evaluación del impacto de la capacitación en el personal.

Preparación del primer taller de branding.

Mes 3:

- Semana 9:

Auditoría del sistema de gestión documental.

Revisión de la participación en cursos de capacitación.

Seguimiento y ajuste del sistema de retroalimentación.

- Semana 10:

Realización del primer taller sobre branding y marketing digital.

Implementación de mejoras en la estrategia de redes sociales según análisis.

Evaluación del impacto de la capacitación en eventos.

- Semana 11:

Análisis de la interacción en redes sociales y ajuste de campañas.

Seguimiento a la adopción de guías y plantillas de branding.

Segunda campaña de interacción en redes sociales.

- Semana 12:

Evaluación del cumplimiento de metas establecidas en cada área.

Planificación de mejoras adicionales según resultados obtenidos.

Presentación de resultados del plan de mejora a la dirección.

28. Conclusiones

Estandarizar las actas de reuniones garantizando una organización clara y un seguimiento oportuno de compromisos y avances: Estandarizar las actas de reuniones asegura que toda la información relevante sea registrada de manera uniforme, facilitando su consulta y mejorando el seguimiento de los compromisos adquiridos. Esto optimiza la gestión interna y promueve una mayor responsabilidad en el cumplimiento de plazos y tareas.

La estandarización de documentos internos como las actas de reunión permite mantener una trazabilidad eficiente, mejorar la comunicación interna y fomentar la responsabilidad organizacional. Según el informe de *McKinsey & Company* (2021), una de las principales causas de fallos en la ejecución de proyectos es la falta de seguimiento estructurado a los compromisos definidos en reuniones estratégicas. Por tanto, la estandarización no solo es una práctica de eficiencia operativa, sino una ventaja competitiva en la gestión empresarial.

Digitalizar las actas de reuniones garantizando una organización clara y un seguimiento oportuno de compromisos y avances: La digitalización de las actas no solo permite un acceso más rápido y fácil a la información, sino que también facilita la distribución y el almacenamiento, reduciendo la posibilidad de pérdida de datos. Esta práctica agiliza el proceso de toma de decisiones y permite un mejor control sobre los compromisos y el progreso de los proyectos.

La transformación digital de documentos facilita una gestión más dinámica y segura. Herramientas como Google Workspace, Notion o Microsoft OneDrive han sido adoptadas por empresas globales como Siemens o Unilever para centralizar la información y reducir los errores por pérdida de documentos físicos (Harvard Business Review, 2020). En un entorno globalizado, donde los equipos trabajan desde distintas ubicaciones, la digitalización se convierte en una necesidad operativa.

Desarrollar capacidades a través de cursos y talleres, y documentar casos de éxito para que las recomendaciones ofrecidas sean actualizadas y replicables en futuras intervenciones: El desarrollo de capacidades a través de la formación continua asegura que el equipo esté preparado para enfrentar nuevos desafíos y brindar soluciones actualizadas. Al documentar casos de éxito, se facilita la implementación de buenas prácticas que pueden ser replicadas en otras situaciones, mejorando la calidad de los servicios ofrecidos.

En el marco del comercio internacional, la formación continua es clave para adaptarse a los cambios del entorno. Casos como el programa de capacitación en exportaciones de ProColombia han demostrado que las microempresas que participan en estos espacios aumentan sus probabilidades de internacionalización y sostenibilidad. Documentar estos casos no solo visibiliza resultados positivos, sino que proporciona un modelo replicable para otras empresas similares (ProColombia, 2022).

Planificar de manera anticipada y capacitar en gestión de eventos para asegurar una ejecución fluida, reducir contratiempos y mejorar la experiencia de los participantes: Una planificación anticipada y la capacitación en gestión de eventos son fundamentales para garantizar que los eventos se realicen de manera eficiente, sin imprevistos y con una experiencia positiva para los participantes. Esto fortalece la organización y la percepción de profesionalismo ante los asistentes.

La adecuada gestión de eventos contribuye a la creación de valor para los participantes, reduce riesgos logísticos y mejora la reputación organizacional. Por ejemplo, ferias como Expo Dubái 2020 o Andinapack en Colombia logran su impacto gracias a una planificación estratégica anticipada, lo que se traduce en relaciones comerciales exitosas y oportunidades de

networking efectivo (World Expo Organization, 2021). Capacitar a los equipos en estas competencias es crucial para operar en escenarios internacionales.

Desarrollar una estrategia de contenidos con un calendario de publicaciones que aumente la visibilidad, interacción y notoriedad del CCE en el entorno digital: La implementación de una estrategia de contenidos bien estructurada, con un calendario de publicaciones, permite aumentar la visibilidad del CCE y generar mayor interacción con su audiencia. Esto no solo eleva el perfil digital de la organización, sino que también ayuda a crear una comunidad online comprometida, impulsando la notoriedad de la marca.

El entorno digital es determinante para posicionar marcas e instituciones. Según We Are Social & Hootsuite (2023), el 58% de los usuarios investigan marcas en redes sociales antes de adquirir un producto o servicio. Un calendario editorial bien diseñado permite mantener la constancia, mejorar la interacción con la audiencia y generar confianza, factores claves para la proyección internacional de servicios de consultoría como los del CCE.

Proporcionar a las microempresas las herramientas necesarias para construir una identidad de marca sólida mediante talleres, guías y un sistema de seguimiento que garantice la consistencia y profesionalismo: Brindar a las microempresas las herramientas adecuadas para desarrollar una identidad de marca sólida les permite diferenciarse en un mercado competitivo. Los talleres, guías y sistemas de seguimiento aseguran que las microempresas puedan mantener una imagen coherente y profesional, lo que les ayudará a ganar la confianza de los consumidores y fortalecer su presencia en el mercado.

La marca es un activo estratégico para cualquier empresa. De acuerdo con Interbrand (2022), las compañías con marcas fuertes son percibidas como más confiables y logran mayor fidelización del cliente. A través de talleres, guías y seguimiento continuo, las microempresas pueden consolidar una imagen coherente, profesional y diferenciada, elementos clave para expandirse en mercados internacionales con éxito.

29. Recomendaciones

Con base en el análisis realizado durante la práctica profesional y los desafíos identificados en el funcionamiento del Centro de Consultoría Empresarial (CCE) de la Universidad Santo Tomás, se proponen las siguientes recomendaciones, orientadas a fortalecer la calidad, eficiencia y proyección del servicio ofrecido

Estandarización documental: establecer un mecanismo de control interno fundamentado en indicadores clave de desempeño (KPI) permitirá realizar un seguimiento eficaz al impacto de cada una de las estrategias ejecutadas. Esto facilitará la toma de decisiones basada en datos y fomentará una cultura de mejora continua (Kaplan y Norton, 2004).

Fomento de la capacitación continua del equipo: diseñar programas de formación permanentes para el equipo del CCE en temáticas como comercio internacional, herramientas digitales, planeación estratégica y metodologías de innovación, permitirá mejorar el nivel de servicio y adaptar las asesorías a los cambios del entorno global (OCDE, 2021).

Optimización de la digitalización de procesos: adoptar plataformas tecnológicas como Google Workspace, Notion o Microsoft OneDrive permitirá sistematizar procesos, centralizar documentos y mejorar la eficiencia organizacional. Estas herramientas han demostrado aumentar la productividad y reducir errores operativos en organizaciones de todos los tamaños (Harvard Business Review, 2020).

Establecimiento de alianzas estratégicas: gestionar acuerdos de cooperación con entidades académicas, públicas y privadas permitirá ampliar los recursos técnicos, financieros y humanos del CCE. Además, esto facilitará el acceso a redes de conocimiento y potenciales mercados internacionales (ProColombia, 2022).

Desarrollo de una estrategia digital para redes sociales: elaborar e implementar una estrategia de contenidos con calendario editorial, uso de métricas y segmentación de audiencia mejorará la visibilidad, notoriedad e interacción del CCE en el entorno digital. Esto permitirá conectar con públicos clave y proyectar los servicios del centro de manera innovadora (We Are Social & Hootsuite, 2023).

Mejoras en la planificación y logística de eventos: se recomienda la adopción de metodologías de gestión de proyectos como Gantt, SCRUM o eventos tipo canvas, que permitan la organización estructurada de actividades, asignación eficiente de recursos y

minimización de riesgos logísticos. Esto impactará positivamente en la experiencia del participante y la imagen institucional (World Expo Organization, 2021).

Acompañamiento especializado en identidad de marca: diseñar e implementar talleres, guías prácticas y sistemas de seguimiento permitirá a las microempresas construir una identidad de marca coherente, profesional y competitiva. Esto es clave para su posicionamiento en mercados locales e internacionales (Interbrand, 2022).

Fortalecimiento de la cultura organizacional: promover valores como la innovación, la responsabilidad y el trabajo colaborativo fortalecerá la cohesión del equipo interno, facilitará la gestión del cambio y mejorará la eficiencia operativa del CCE (Schein, 2010).

Evaluación y actualización periódica de estrategias: realizar evaluaciones periódicas de las estrategias implementadas, basadas en evidencia y adaptadas a los cambios del entorno empresarial, permitirá mantener la relevancia y sostenibilidad del CCE en el tiempo (Kotler y Keller, 2016).

Creación de una base de datos de buenas prácticas y aprendizajes institucionales: documentar sistemáticamente los logros, desafíos y lecciones aprendidas de los procesos de consultoría contribuirá a consolidar un acervo de conocimiento útil para futuras intervenciones (Nonaka y Takeuchi, 1999).

Desarrollo de un repositorio digital de herramientas empresariales: crear una plataforma en línea donde los empresarios puedan acceder a plantillas, manuales, formatos y documentos clave contribuirá a su empoderamiento y a una mayor autonomía en la gestión de sus negocios.

Implementación de un sistema CRM (Customer Relationship Management): incorporar una herramienta CRM permitirá una mejor trazabilidad del seguimiento a cada empresa asesorada, optimizando la comunicación y permitiendo una atención más personalizada (Buttle y Maklan, 2019).

Monitoreo de tendencias de mercados internacionales: diseñar un boletín digital o sección informativa periódica con datos sobre tendencias globales, oportunidades de mercado y cambios normativos internacionales brindará a los empresarios asesorados una visión más amplia y estratégica para su proceso de internacionalización.

Organización de ferias y ruedas de negocios virtuales: aprovechar herramientas de videoconferencia y plataformas interactivas permitirá generar espacios digitales de conexión entre empresarios locales y actores internacionales, potenciando las oportunidades de cooperación y crecimiento (UNCTAD, 2021).

Certificación por competencias en temas clave del comercio internacional: implementar módulos de capacitación con certificación avalada por el CCE o en alianza con entidades reconocidas fortalecerá el perfil de los emprendedores, incrementando su credibilidad y preparación para afrontar procesos de expansión comercial.

Creación de una red de embajadores del CCE: vincular a empresarios que hayan tenido procesos exitosos dentro del CCE como embajadores permitirá visibilizar el impacto del centro y atraer nuevos beneficiarios mediante el poder de las historias reales y el testimonio de casos de éxito.

Incorporación de criterios ESG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza): introducir estos criterios en las asesorías del CCE fortalecerá la sostenibilidad de los modelos de negocio y hará que las microempresas sean más atractivas para consumidores conscientes e inversionistas responsables (WBCSD, 2022).

Referencias

- Accenture Insights. (s.f.). *Artículos y estudios sobre transformación digital y consultoría empresarial por parte de una firma líder en el sector.* <https://www.accenture.com/us-en/insights>
- Bain y Company Insights. (s.f.). *Recursos y publicaciones de una firma líder en consultoría que proporciona consejos y estudios de caso sobre estrategias empresariales exitosas.* <https://www.bain.com/insights/>
- Boston Consulting Group (BCG). (s.f.). *Recursos sobre estrategias de consultoría y casos de éxito de una de las firmas más reconocidas a nivel mundial.* <https://www.bcg.com/>
- Buttle, F., y Maklan, S. (2019). *Customer relationship management: Concepts and technologies (4th ed.).* Routledge.
- CEO, director general de una empresa. (s.f.). *Fundeu.es. Recuperado el 22 de noviembre de 2024, de* <https://www.fundeu.es/recomendacion/el-ceo-es-el-primer-ejecutivo-de-una-empresa-780/>
- Chaffey, D., y Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing (7th ed.).* Pearson.
- Consulting Magazine. (s.f.). *Publicación líder en la industria de consultoría que presenta artículos, rankings y perfiles de las principales firmas.* <https://www.consultingmag.com/>
- David, F. R., y David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases (16th ed.).* Pearson.
- Diamond, G. M. (2021, diciembre 20). *Matriz MEFE y MEFI, herramientas para análisis estratégico.* Gonzalo de Anta. <https://gonzalodeanta.es/mefe-mefi-que-son/>
- Deloitte Global. (s.f.). *Información sobre servicios de consultoría empresarial y tendencias del mercado global.* <https://www2.deloitte.com/global/en.html>

- Greiner, L. E., y Metzger, R. O. (2009). *Consultoría para la dirección: Un enfoque práctico*. Pearson Educación.
- Harvard Business Review. (2020). *Why digital transformation is now on the CEO's shoulders*. <https://hbr.org>
- Harvard Business Review. (2020). *The state of digital adoption in enterprises*. <https://hbr.org>
- Interbrand. (2022). *Best global brands 2022*. <https://interbrand.com>
- Kaplan, R. S., y Norton, D. P. (2004). *Strategy maps: Converting intangible assets into tangible outcomes*. Harvard Business School Press.
- Kotler, P., y Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing (15.ª ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., y Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson.
- Legiscomex - Inteligencia Comercial y Comercio Internacional. (s.f.). *Legiscomex.com*. Recuperado el 22 de noviembre de 2024, de <https://www.legiscomex.com/>
- McKinsey y Company. (2021). *The state of project execution in 2021*. <https://www.mckinsey.com>
- McKinsey y Company. (2021). *The state of organizations 2021*. <https://www.mckinsey.com>
- Nonaka, I., y Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento*. Oxford University Press.
- OCDE. (2021). *Skills outlook 2021: Learning for life*. OECD Publishing. <https://www.oecd.org>
- Porter, M. E. (1996). *What is strategy?* Harvard Business Review, 74(6), 61–78.
- ProColombia. (2022). *Informe de resultados: Formación empresarial para exportadores*. <https://procolombia.co>
- ProColombia. (2022). *Informe de resultados del Programa de Formación Exportadora*. <https://procolombia.co>
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership (4th ed.)*. Jossey-Bass.

- Seguir, C. C. (s.f.). *¿Qué hace un consultor junior?* *Linkedin.com*. Recuperado el 22 de noviembre de 2024, de <https://es.linkedin.com/advice/3/what-does-junior-consultant-do-do-consulting-advice-k1c7f?lang=es>
- Super User. (s.f.). *Unidad de Responsabilidad Social Universitaria - Quienes Somos*. *Edu.co*. Recuperado el 22 de noviembre de 2024, de <https://rsu.ustabuca.edu.co/index.php/inicio-consultoria-empresarial>
- Trade Map. (s.f.). *ITC*. Recuperado el 22 de noviembre de 2024, de <https://www.intracen.org/es/recursos/herramientas/trade-map>
- UNCTAD. (2021). *eTrade for all: Enabling inclusive e-commerce*. United Nations Conference on Trade and Development.
- Vault Consulting 50. (s.f.). *Ranking anual de las mejores firmas de consultoría según la opinión de empleados y profesionales del sector*. <https://www.vault.com/best-companies-to-work-for/consulting/best-consulting-firms-prestige>
- We Are Social & Hootsuite. (2023). *Digital 2023 global overview report*. <https://wearesocial.com>
- World Expo Organization. (2021). *Expo 2020 Dubai: Legacy and impact report*. <https://www.expo2020dubai.com>
- World Expo Organization. (2021). *Expo 2020 Dubai official report*. <https://www.expo2020dubai.com>