

Plan de mejora Outsourcing S.A.S BIC

Juan Camilo Yepes Restrepo

Universidad Santo Tomás

Alexander Carvajal

28 de Agosto de 2023

PLAN DE MEJORA EN EL AREA COMERCIAL

Autor

Juan Camilo Yepes Restrepo

Docente

Alexander Carvajal

Universidad Santo Tomás

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá D.C.

28 de agosto de 2023

PARTE I

Resumen

En este trabajo se buscó optimizar la actividad de seguimiento y/o búsqueda de oportunidades realizada en la práctica profesional, donde se estableció como objetivo la optimización en una actividad específica encargada a los practicantes del área comercial, la cual es el seguimiento y/o búsqueda de nuevas oportunidades de clientes a través de diferentes portales la cual se encontraba con dificultades lo cual afectaba directamente al área comercial. La metodología desarrollada consistió en una serie de pasos, donde inicialmente el primer paso fue un análisis para lograr cuantificar la cantidad de oportunidades perdidas por semana por no cumplir con un debido seguimiento y/o búsqueda, en el segundo paso se contó con el apoyo de una retroalimentación del área comercial donde se comentaba las oportunidades en las cuales no se llegó a participar. El proceso se materializó en un instructivo enfocado en la señalización del portafolio de servicios y la correcta realización de este seguimiento y/o búsqueda, acompañado de una capacitación directa a los demás practicantes del área comercial. Como resultado se tiene un posible mejor entendimiento sobre el correcto seguimiento y/o búsqueda de oportunidades de la practicante, y un aporte al área comercial del instructivo previamente mencionado que se espera sea traspasado a futuros practicantes para un mejor desarrollo de esta actividad. Por lo cual, la ejecución del instructivo apoyado de la capacitación, logro un mayor entendimiento en la practicante de la correcta realización del seguimiento y/o búsqueda de oportunidades como lo son las licitaciones en diferentes portales, así optimizando este proceso que beneficio directamente al área comercial.

Palabras clave: *Practica, Comercial, seguimiento, búsqueda, oportunidad, mejora, capacitación*

Agradecimientos

Aprovecho esta oportunidad para darle agradecimientos a todas aquellas personas que hicieron parte de este camino personal y académico. Iniciando por agradecer a tutor de proyecto Alexander Carvajal por su apoyo y paciencia en el desarrollo de este proyecto, donde su guía fue de gran ayuda para el éxito de este plan de mejora y a la universidad Santo Tomás por todos los conocimientos que pude adquirir a lo largo de estos cuatro años.

También quiero darle las gracias mi familia y en especial a mi madre por todo su apoyo emocional a lo largo de los años, a mi padre por su incondicional apoyo en mi camino de vida y su gran amor, y a mis hermanos por ser una guía a través de los años, al igual, a mis amigos con los que compartí grandes momentos en esta etapa de mi vida y a mi compañera sentimental por todo su incondicional amor y apoyo en cada desafío que se me ha presentado en estos últimos meses. Gracias a todos aquellos que dejaron una huella positiva en mi camino personal y académico.

Introducción

Durante el desarrollo de la práctica profesional en Outsourcing S.A.S BIC se evidencio una deficiencia en el proceso del seguimiento y/o búsqueda de oportunidades como lo son las licitaciones públicas en las cuales debe participar el área comercial, ya que son de alta prioridad para el constante crecimiento de la organización, proceso que está a cargo de los practicantes del área anteriormente mencionada.

Al ingresar a la organización y realizar el seguimiento y/o búsqueda de oportunidades por primera vez, se logró evidenciar que por la poca claridad del portafolio de servicios de la organización, la búsqueda constante de oportunidades era deficiente y se perdían aquellas que si tenían relación. Para el desarrollo del plan de mejora se plantea en realizar un instructivo apoyado de una capacitación en busca de lograr dar un mejor entendimiento en el seguimiento y/o búsqueda de oportunidades donde se aprovecharán aquellas nuevas oportunidades para obtener así, una mayor participación de la empresa en diferentes licitaciones. Es así como se tiene objetivo principal optimizar el seguimiento o búsqueda de nuevas oportunidades mediante la capacitación de los practicantes a través de un instructivo sobre la correcta realización del del proceso y la importancia de conocer el portafolio de servicios de la organización.

Por último, se resalta la importancia de la práctica profesional y de igual manera, la presentación del informe, el cual cuenta con de tres componentes, donde el primer componente es donde están los aspectos generales de la empresa y el análisis de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas (DOFA). En el segundo componente se encuentra el planteamiento central del plan de mejora respecto a las prácticas y el análisis DOFA. Y por último, el tercer componente tiene el contenido de la mejora realizada en la organización con el seguimiento de las actividades realizadas durante la práctica, las conclusiones y respectivos anexos.

Índice

PARTE I	3
Resumen.....	3
Agradecimientos	4
Introducción	5
PARTE II.....	8
1.1. Aspectos Generales.....	8
1.1.1. Misión, Visión y Valores	8
1.2. Ubicación Geográfica	8
1.3. Estructura organizativa.....	9
1.4. Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.....	9
PARTE III	11
2. Planteamiento de plan de mejora respecto a las prácticas profesionales	11
2.1. Planteamiento central del informe de prácticas profesionales	11
2.2. La importancia, limitaciones y alcances de nuestro trabajo de prácticas profesionales....	11
2.3. Objetivo General del informe de prácticas profesionales	12
2.3.1. Específicos.....	12
PARTE IV.....	13
3. Contenido plan de mejora	13
3.1. Propuesta de mejora	13
3.2. Conclusiones.....	13
3.3 Bibliografía	14
3.4 Anexos.....	15
Anexo 1: Instructivo para la búsqueda y/o seguimiento de oportunidades.....	15
Anexo 2: Validación de participación en la capacitación	15
PARTE V	16
4. Seguimiento práctica profesional	16
4.1. Programación de actividades realizadas en la organización, de acuerdo con sus prácticas profesionales	16
4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes (logros y dificultades enfrentadas).....	16

Tabla de figuras

Figura 1 Ubicación geográfica Outsourcing S.A.S BIC	8
Figura 2 Organigrama de Outsourcing S.A.S. BIC	9
Tabla 1 DOFA area commercial de Outsourcing S.A.S. BIC.....	10
Tabla 2 Cronograma de actividades	16
Tabla 3 Cumplimiento de objetivos trazados por ciclos	16

PARTE II

1.1. Aspectos Generales

1.1.1. Misión, Visión y Valores

Misión: Gestionamos eficientemente sus procesos, logrando el cuidado de nuestras personas.

Visión: En el 2030 seremos líderes transformando procesos y experiencias de clientes.

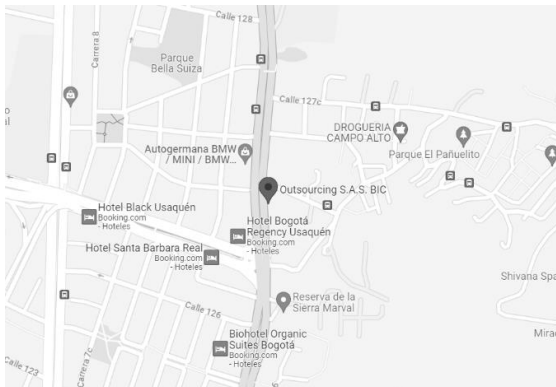
Valores: Outsourcing rige bajo los principios éticos de fe, humildad, respeto, eficiencia y honestidad.

1.2. Ubicación Geográfica

La sede principal de Outsourcing S.A.S. BIC se encuentra en Bogotá, Colombia en el sector de Usaquén en la dirección Av. Cra 7 N° 127 - 48 Ofc 1010. En esta sede administrativa es en la cual se desarrollaron las prácticas profesionales.

Figura 1

Ubicación geográfica Outsourcing S.A.S BIC

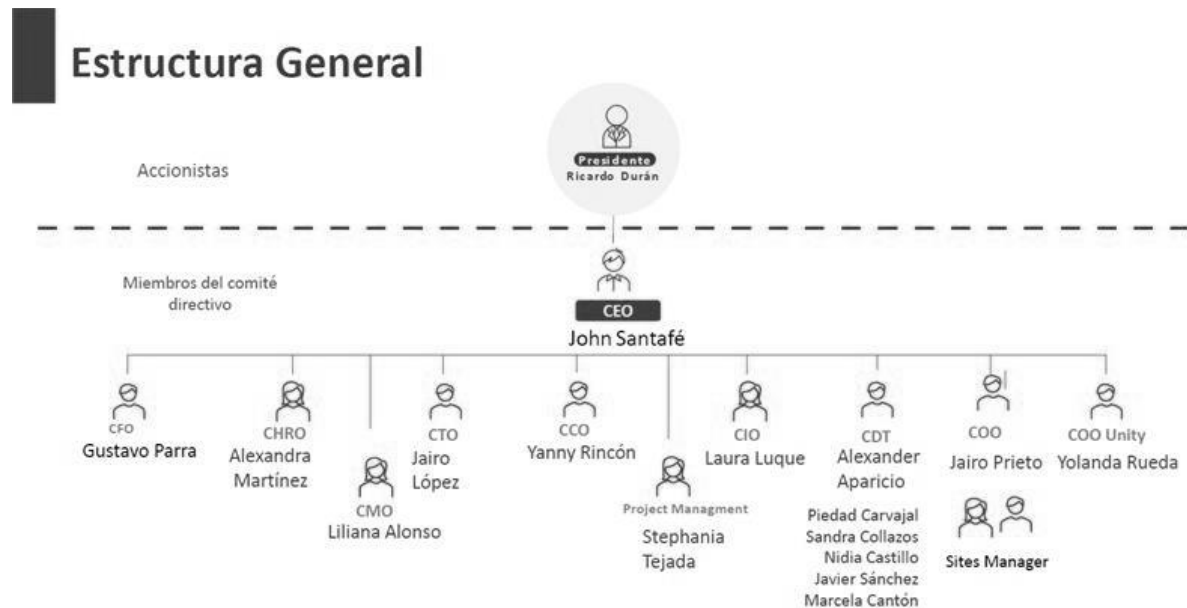


Nota, ubicación geográfica de la sede administrativa de Outsourcing S.A.S BIC, en la localidad de Usaquén, Bogotá, Colombia.

1.3. Estructura organizativa

Figura 2

Organigrama de Outsourcing S.A.S. BIC



Nota, organigrama actual de la empresa Outsourcing S.A.S BIC.

1.4. Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.

Las prácticas profesionales se realizaron en el Departamento Comercial bajo la directiva de la Gerente comercial regional o CCO, y como jefe inmediato Diego Gutierrez, líder comercial. Se desempeñó como Aprendiz Comercial con funciones como actualizar bases de datos de clientes actuales de la empresa, registrar documentos y propuestas de cliente potenciales, búsqueda constante de oportunidades y apoyar demás actividades del área comercial.

1.4.1. Análisis DOFA

Tabla 1

DOFA area commercial de Outsourcing S.A.S. BIC

MATRIZ DOFA		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Análisis Área comercial de Outsourcing S.A.S. BIC	1. Un mercado de tecnología: En el mercado actual se buscan nuevas soluciones tecnológicas para los clientes como pueden ser inteligencias artificiales enfocadas a la atención al cliente como chatbots, esto es una gran oportunidad para desarrollar nuevos productos y servicios para satisfacer la demanda del mercado. 2. Fidelidad de los clientes: Establecer una relación mas estrecha entre el cliente y la empresa es una gran oportunidad para mantener una cantidad de ventas en la empresa, por lo cual, realizar un servicio personalizado conllevaría a una satisfacción correcta del cliente y su fidelidad con los servicios contratados.	1. Cambios en la demanda de los clientes: La demanda de los clientes sobre los servicios de BPO están en constante crecimiento al par del desarrollo de tecnología. Por lo cual hay que adaptarse a estas demandas e ir adaptando los servicios a las nuevas tecnologías para lograr satisfacer la demanda de estos. 2. Nuevos competidores: La entrada de nuevos competidores en el mercado colombiano de BPOs puede afectar la participación y ventas en el mercado, por lo cual, se debe estar en constante observación de esta nueva competencia para buscar nuevas oportunidades y al igual aprender de ellas.
	FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO
	1. Alto conocimiento del mercado colombiano: Con una experiencia de mas de 30 años en el mercado de servicios de contact center, tiene un alto reconocimiento y comprende las necesidades y características que se desarrollan en el mercado donde el equipo comercial identifica las diferentes tendencias. 2. Una extensa cartera de clientes: Debido a tantos años en el mercado, esto le ha permitido desarrollar numerosos clientes y un reconocimiento entre ellos, demostrando su calidad de servicio y tecnología.	1. Aprovechar el conocimiento del mercado colombiano para desarrollar nuevas soluciones tecnológicas: Gracias al conocimiento del mercado colombiano identificar las nuevas necesidades de los clientes y desarrollar nuevas soluciones tecnológicas como chatbots e inteligencias artificiales y así atraer nuevos clientes interesados en tecnologías innovadoras. 2. Fortalecer las relaciones con actuales clientes: Ofrecer un servicio personalizado a todos aquellos clientes actuales para lograr establecer relaciones mas solidas y servicios personalizados con respecto a cada cliente y el soporte que estos necesitan.
	DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DA
	1. Falla en el seguimiento de oportunidades: Se puede incurrir en una falta en el seguimiento o búsqueda de oportunidades en la venta de servicios, lo que resulta en perder la posible participación en la adquisición de potenciales clientes. 2. Alta competencia: En el mercado de servicios BPO en Colombia, se evidencia una alta competitividad la cual se debe enfrentar con aun buena estrategia y lograr esta retención o fidelidad de los clientes.	1. Realizar cooperaciones estratégicas: Establecer colaboraciones con otras organizaciones del sector permitirá enfrentar a nuevos competidores, donde seria adecuado compartir conocimientos y recursos para competir conjuntamente frente a la nuevas amenazas del mercado. 2. Innovar en nuevos servicios tecnológicos para diferenciarse de la competencia: Aprovechar los cambios en la demanda y la alta competencia, permitirá desarrollar nuevos servicios que se adapten a las nuevas necesidades de los clientes y ofrecer nuevas soluciones únicas en el mercado lograra una diferenciación en el sector.

Nota, matriz DOFA del área comercial de la organización Outsourcing S.A.S. BIC, con oportunidades, fortalezas, amenazas, debilidades y sus respectivas estrategias.

PARTE III

2. Planteamiento de plan de mejora respecto a las prácticas profesionales

2.1. Planteamiento central del informe de prácticas profesionales

Durante el periodo de prácticas profesionales en la empresa Outsourcing S.A.S. BIC se identificaron diversas debilidades y amenazas que afectan directamente al área comercial de la organización y su correcto funcionamiento, estas son como nuevos competidores así mismo una alta competencia en el mercado, cambios en la demanda directamente proporcionales con la tecnología y por último una falta en el seguimiento o búsqueda de nuevas oportunidades, en la cual se hará enfoque en este informe.

El seguimiento o búsqueda de nuevas oportunidades comerciales es una labor principal en los practicantes del área comercial, en virtud de la gran importancia que esta representa en cuanto a la visibilidad de nuevos posibles clientes se refiere, sin embargo, no se encuentra correctamente comprendido por nuevos practicantes debido al escaso conocimiento del portafolio de servicios que ofrece la empresa, que conlleva a la incorrecta búsqueda de nuevas oportunidades.

2.2. La importancia, limitaciones y alcances de nuestro trabajo de prácticas profesionales.

La importancia de desarrollar el trabajo de prácticas enfocado en el seguimiento o búsqueda de nuevas oportunidades como lo son las licitaciones se concentra en la participación de nuevos procesos que se estén desarrollando en el sector BPO y contact center para así contar

con nuevos clientes potenciales, procesos que están directamente relacionados con el desarrollo de actividades en el área comercial.

En el aspecto de las limitaciones se tiene que como cargo de practicante no se cuenta con un amplio alcance sobre las decisiones administrativas del área comercial, aun así, se espera tener un efecto positivo en los procesos de futuros practicantes debido a que se brinda un medio de solución para la deficiencia previamente mencionada.

2.3. Objetivo General del informe de prácticas profesionales

Optimizar el seguimiento o búsqueda de nuevas oportunidades para incrementar la participación en licitaciones del sector BPO, mediante un instructivo del correcto funcionamiento del proceso apoyado de una capacitación.

2.3.1. Específicos

Desarrollar las competencias de los practicantes para la correcta realización del seguimiento o búsqueda de oportunidades.

Ampliar el marco de conocimientos del portafolio de servicios en los practicantes para el seguimiento o búsqueda de oportunidades.

Mejorar la capacidad de captación de nuevas oportunidades comerciales del sector BPO y Contact Center.

PARTE IV

3. Contenido plan de mejora

3.1. Propuesta de mejora

Como plan de mejora se presenta la creación de un instructivo en cual se presentará la información más relevante acerca del portafolio de la empresa sobre las líneas de negocio BPO, BPA y ITO, además de contar con consejos claves a tomar en cuenta a la hora de la búsqueda y seguimiento de nuevas oportunidades en las diferentes webs predispuestas, con el objetivo de encontrar nuevas oportunidades con alto potencial para la empresa.

Además, de este instructivo, se realizará una capacitación al practicante actual en la correcta realización de búsqueda y seguimiento de licitaciones, asegurando la participación de la empresa en nuevos procesos y garantizando el posible crecimiento de la empresa en la adquisición de nuevos clientes.

3.2. Conclusiones

Este plan de mejora nace con respecto a la práctica realizada durante el primer semestre del 2023, en Outsourcing S.AS. BIC en la cual se identificó una problemática en cuanto a la búsqueda de nuevas oportunidades se refiere, debido a que los practicantes en una etapa inicial no cuentan con un alto conocimiento de información sobre el portafolio de la empresa, generando así la incorrecta búsqueda de licitaciones con alto potencial para la organización.

Se realizo un instructivo para buscar y seguir oportunidades en el sector de contact center y RPA, con el objetivo de impactar positivamente a la empresa y a los practicantes. Se brindó capacitación a los practicantes actuales para mejorar la eficiencia y transmitir conocimientos a los futuros portadores de este cargo, garantizando la competitividad de la empresa Outsourcing.

3.3 Bibliografía

Bustos, D. C. (2022). *Ruta de formulación y estructuración de proyectos mediante el uso de la Metodología General Ajustada, para la participación en convocatorias del Sistema Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación*. Obtenido de Universidad Santo Tomás:
<https://repository.usta.edu.co/handle/11634/47792>

Outsourcing servicios informaticos S.A.S. BIC. (2023). *Quienes somos*. Obtenido de Outsourcing S.A.S BIC: <https://outsourcing.com.co/quienes-somos>

Outsourcing servicios informaticos S.A.S. BIC. (2023). *Soluciones y servicios*. Obtenido de Outsourcing S.A.S. BIC: <https://outsourcing.com.co/soluciones-y-servicios>

3.4 Anexos

Anexo 1: Instructivo para la búsqueda y/o seguimiento de oportunidades



Instructivo búsqueda de licitaciones.pdf

Anexo 2: Validación de participación en la capacitación



Formato de Participación en Capacitación.pdf

PARTE V

4. Seguimiento práctica profesional

4.1. Programación de actividades realizadas en la organización, de acuerdo con sus prácticas profesionales

Tabla 2

Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS																												
Actividad	Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio							
Recepcion Eventos RFI CCE																												
Recepcion Eventos RFP CCE																												
Registros de proveedores																												
Busqueda de oportunidades																												
Desarrollo de licitaciones																												
Legalizacion de gasto gerente																												
	Semanas																											

Nota, Cronograma de actividades desarrolladas en la práctica profesional en Outsourcing S.A.S. BIC.

4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes (logros y dificultades enfrentadas)

Tabla 3

Cumplimiento de objetivos trazados por ciclos

Ciclo 1	Ciclo 2
El primer ciclo se desarrolla en el mes de febrero, el cual fue el mes introductorio en las prácticas profesionales, donde se presentaron dificultades al desarrollar nuevas actividades como la recepción de eventos y registros de proveedores, con las cuales no se tenía conocimiento alguno por lo cual dificultaba la realización de estas.	El segundo ciclo se desarrolla en marzo y abril, donde ya empieza a tener un mayor control de las actividades encargadas y un aumento en el conocimiento de la empresa y sus actividades permitiendo un mejor desarrollo. En estos meses se da una mayor prioridad a búsqueda de oportunidades.
Ciclo 3	Ciclo 4
El tercer ciclo se desarrolla en mayo y junio, en estos meses ya se percibe un alto control de todas las actividades dispuestas y un mejor rendimiento debido al conocimiento adquirido en los meses anteriores. Por lo cual, se da un control total sobre estas actividades sin seguimiento.	El cuarto ciclo se desarrolla en julio, el cual fue el mes final de las prácticas profesionales donde se desarrollaron continuamente todas las actividades como se iban desarrollando, con la adición de haber realizado la entrega del cargo al nuevo practicante con sus debidas capacitaciones.
Para un descripción más detallada de las actividades realizadas por mes, dirigirse a la tabla 2.	

Nota, Cumplimiento de objetivos trazados por ciclos en la práctica profesional en Outsourcing S.A.S. BIC.