

Optimización frente a los procesos del CRM HubSpot en UBITS Learning Solutions S.A.

Presentado por:

Mariana Bedoya Gómez

Trabajo presentado para optar al título de
Profesional en Negocios Internacionales

Dirigido por:

Miguel Antonio Alba Suarez

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá DC

2023

Agradecimientos

Agradezco en primer lugar a mi padre por ser un pilar y mi apoyo más incondicional, por brindarme todas las herramientas para hacer posibles mis sueños y darme incluso la determinación para realizar algunos proyectos y/o decisiones. A mi pareja y mi tía por estar siempre para apoyarme, darme fuerzas y ser un apoyo incondicional sin importar la distancia.

Por otra parte, quiero agradecer a la Universidad Santo Tomás por abrirme las puertas desde el primer momento, por recibirme, formarme como profesional, y persona.

Agradezco a mis docentes y profesores por guiarme durante todo mi proceso académico, al profesor Miguel Alba por guiarme durante mi carrera y ser mi tutor de proyecto de grado.

Resumen

El presente trabajo se presenta como requisito para obtener el título profesional de Negocios Internacionales en la Universidad Santo Tomás, en el cual se propone un panel también conocido como “dashboard”, para mejorar la gestión que se tiene del CRM en UBITS Learning Solutions S,A , donde se desarrolló la práctica profesional en la ciudad de Bogotá.

A través del plan de mejora, se busca identificar el manejo que se deben ejercer en el CRM durante el desarrollo de los procesos con los que el estudiante mantuvo una relación en el transcurso del período de prácticas.

Tabla de Contenido

1.	La Compañía	7
1.1.	Aspectos generales	7
1.1.1	Misión, visión y valores corporativos	7
1.1.1.1	<i>Misión</i>	7
1.1.1.2	<i>Visión</i>	7
1.1.1.3	<i>Valores corporativos</i>	7
1.1.2	Ubicación Geográfica	7 - 8
1.1.3	Estructura Organizacional.....	8
1.1.4	Departamento en que se desarrolla la práctica	8 - 9
1.1.5	Análisis DOFA.....	9
2.	Plan de mejora.....	10
2.1	Planteamiento central del plan de mejora	10
2.2	Importancia, limitaciones y alcance	10 - 11
2.2.1	Importancia	10
2.2.2	Limitaciones.....	11
2.2.3	Alcance	11
2.3	Objetivo general.....	11
2.3.1	Objetivos específicos	11
3.	Contenido plan de mejora	12
3.1	Propuesta plan de mejora	12
3.2	Desarrollo plan de mejora	13 - 17
3.3	Conclusiones	17
3.4	Bibliografía	18
4.	Seguimiento práctica profesional.....	18

4.1	Programación de actividades	18
4.1.1	Cumplimiento de objetivos trazados por mes	19
4.1.1.1	Ciclo 1.....	19
4.1.1.2	Ciclo 2.....	19
4.1.1.3	Ciclo 3.....	20
4.1.1.4	Ciclo 4.....	20
4.1.1.5	Ciclo 5.....	20

Introducción

UBITS Learning Solutions es un Hub de capacitación corporativa online más grande en Latinoamérica. Entre sus actividades principales, se destaca el servicio de asesorías para todas aquellas empresas que buscan potenciar las habilidades de sus funcionarios de diferentes área de una empresa por medio de un esquema de formación el cual busca ser centralizado en una sola plataforma contando con diferentes formatos y expertos para que la capacitación se lleve a cabo de una manera más didáctica, accesible desde cualquier dispositivo y adaptable a sus horarios para poder desarrollar aquellas competencias que la compañía requiere para que de esta manera puedan llevar una medición de las estrategias de entrenamiento más efectivas.

Durante el periodo de pasantías realizado, el estudiante observó que no se lleva un seguimiento más riguroso al momento de hacer uso del CRM debido a que se encuentra una gran duplicidad de datos y falta en la actualización de los mismos, es por ello que partió de esta necesidad identificada durante el análisis DOFA de la compañía para diseñar un dashboard con el fin de que el jefe líder de equipo y comercial tengan conocimiento de la evolución que se tiene con cada uno de los datos de dicha empresa o contacto registrado. De esta manera, se busca evitar sobrecargas labores, y así mismo, reducir los tiempos de ocio de los colaboradores.

1. La compañía

1.1 Aspectos Generales

UBITS Learning Solution fue fundada gracias a que Martha Forero y Julián Melo coincidieron en la deficiencia que se tenía al momento de solicitar un libro en una librería. Para el año 2018, UBITS es admitida en Y Combinator siendo una aceleradora de negocios digitales, esta aceleradora invierte dos veces al año en un grupo selecto de empresas donde cerca de 8.000 empresas aplican y menos del 2% son admitidas al programa.

En el año 2020 se suma la inversionista Stanford University para aportar a aumentar el catálogo de cursos y a la estrategia de expansión regional. Para el 2021 Owl Ventures considerado el fondo de inversiones más grandes en el sector educativo realiza una inversión de 5 millones en serie A a UBITS, esto permitiendo que el día de hoy UBITS sea la plataforma de capacitación corporativa más grande en Latinoamérica.

1.1.1 Misión, Visión y Valores Corporativos

1.1.1.1 Misión

UBITS Learning Solution tiene como misión diseñar el plan de entrenamiento con el contenido y formato adecuado para desarrollar las habilidades que cada colaborador necesita según sus características de estudio y retos profesionales.

1.1.1.2 Visión

La visión de la empresa se enfoca en democratizar la educación en países de habla hispana con el fin de estar al alcance de todas las personas y empresas.

1.1.1.3 Valores corporativos

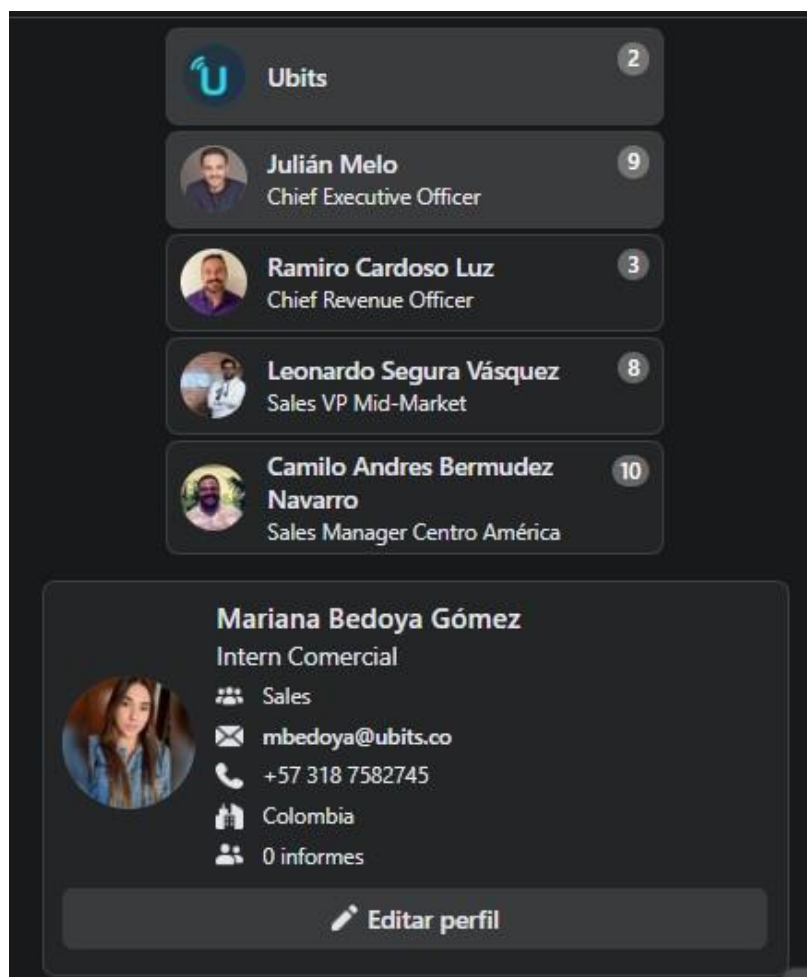
Entre los valores de la entidad se identifican “el estudiante primero”, métricas, frugalidad, transparencia, adaptabilidad y trabajo en equipo.

1.1.2 Ubicación Geográfica

UBITS cuenta con sede en Colombia, México Perú y Chile. En la ciudad de Bogotá se tiene presencia en el edificio WeWork Cra. 11B #99-25 piso 9 donde cuenta con una amplia red de oficinas para sus colaboradores y asociados que poseen la posibilidad de

establecerse en la sede.

1.1.3 Estructura Organizacional



1.1.4 Departamento en el que se desarrolla la práctica

La práctica se desarrolla en el área comercial de UBITS Learning Solutions para Centroamérica. El área comercial de la entidad se encarga de llevar a cabo una prospección de clientes potenciales en la región, realizar llamadas en frío, agendamiento de reuniones y seguimiento de la empresa y contactos adjuntos de la mano del jefe directo y diferentes comerciales del equipo.

1.1.5 Análisis DOFA

Fortalezas - Control y dirección de las ventas al cliente final por medio del registro al CRM - Seguimiento de los negocios y clientes de los cuales se lleva gestión - Claridad en ventaja competitiva	Debilidades - Falta de actualización en el CRM - Falta de mayor presencia en empresas y diferentes industrias ubicadas en Centroamérica - Falta de depuración en datos automatizados
Oportunidades - Generar un seguimiento más profundo y manual - Disminuir la automatización de tareas y contactos a cada comercial	Amenazas - Estacionalidad en la demanda del mercado - Vulnerabilidad ante competidores - Duplicidad en el algoritmo

Elaboración propia

2. Plan de mejora

2.1 Planteamiento central del plan de mejora

Dentro de la compañía no se cuenta con un seguimiento riguroso de los datos registrados ya sea de una empresa y/o un contacto, además se encuentra mucha duplicidad en el algoritmo lo cual ralentiza un poco más la gestión del comercial la cual es completamente humana.

Con base en el análisis DOFA, el estudiante pretende realizar un dashboard en el departamento comercial de Centroamérica de la empresa que pueda sintetizar cada uno de los avances y datos registrados por empresa y contacto, donde demuestre la gestión y actualización que se mantiene en cada uno de los datos requeridos, y, así mismo, depurar aquellas cuentas asignadas a cada comercial que ya se tenga gestión de un comercial diferente.

2.2 Importancia, limitaciones y alcances

2.2.1 Importancia

La creación de este dashboard será beneficioso para el área comercial ya que se tendrá mayor claridad en el avance que se tiene, datos requeridos de importancia que no estén registrados y mayor conocimiento de aquellos datos que se automatizan como tareas y asignación de cuentas para BD's (Business Developers) que no se encuentran activos en la empresa y no se ha eliminado u omitir y/o reportar duplicidad en asignaciones y registro de empresas al CRM HubSpot.

2.2.2 Limitaciones

El flujo de trabajo que se desempeña dentro de la organización no termina siendo completamente constante debido a ser una gestión completamente manual y humana, ya que se requiere una cantidad de tiempo considerable para revisar cada una de las empresas y tareas asignadas las cuales al final del mes terminan saturando al BD aparte de su gestión diaria con reuniones y seguimiento de las empresas.

2.2.3 Alcances

Es de suma importancia identificar cada uno de los avances y desactualizaciones que se tienen en el sistema para así poder llevar a cabo una gestión que no perjudique la gestión que lleve a diario dicho BD para también realizar una asignación más adecuada a los mismos.

2.3 Objetivo General

- Generar un panel de actualización de datos para UBITS Learning Solutions

2.3.1 Objetivos específicos

- Identificar cada uno de los datos duplicados por comercial
- Conocer los datos desactualizados que se tienen por empresa y contacto
- Crear un panel de recopilación de datos por Business Developer para reducir tiempo en gestión

3. Contenido Plan de Mejora

3.1 Propuesta plan de mejora

El presente plan de mejora busca estructurar un panel/dashboard para reconocer y garantizar que cada uno de los datos a completar de HubSpot se encuentren al día y completos debido al visibilizar la falta de actualización en cada una de las etapas de negociación durante su periodo de prácticas.

Una vez identificados los datos que se requieren para una actualización optima, se propone una posibilidad de implementar un panel, siendo revisado desde cada etapa de negociación y avance donde se encuentra la empresa (SQL, Opportunity y Upside) como cada dato de los contactos registrados a la misma como mínimo 3 su rol, área y cargo siendo idóneos para implementarlos al dashboard.

3.2 Desarrollo Plan de mejora

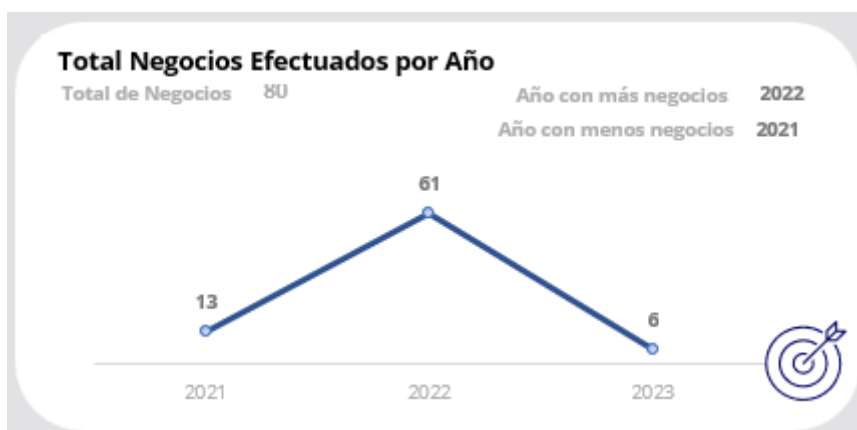
Optimización frente a los procesos del CRM HubSpot en UBITS Learning Solutions S.A.

Inicialmente se establecen los filtros con el nombre de cada comercial y años 2021, 2022 y 2023 para realizar que al momento de establecer uno de ellos se logre ver no solo a nivel general del equipo de Centroamérica sino, a su vez, ver la información y el proceso en cada uno de los segmentos establecidos.

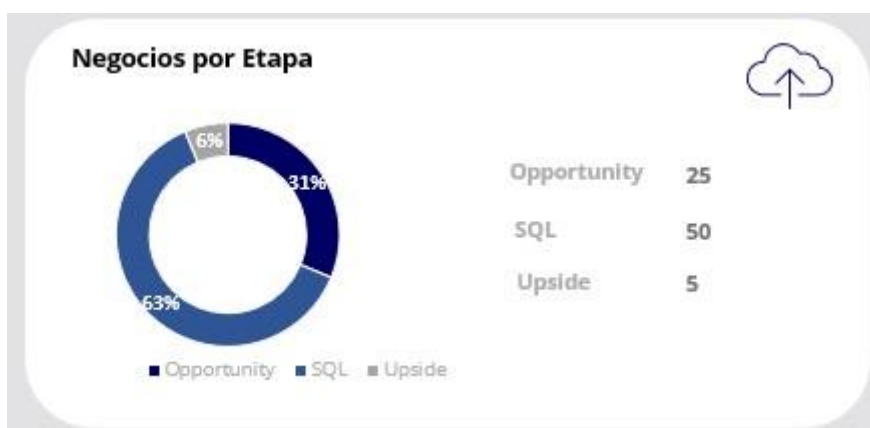


Al momento de seleccionar el comercial del cual se hará la respectiva revisión de la información y progreso que ha tenido en cada uno de los segmentos, se podrá visualizar con más detalle cada uno de estos.

En este primer segmento, tendremos presente el “Total de Negocios Efectuados” donde se toman los datos estudiados respecto a un análisis realizado en el mes de Octubre; para ello, se revisan cada uno de los negocios registrados y asignados a cada comercial en sus respectivas etapas las cuales más adelante se hablará de ellos, para así identificar en que año tuvo un mayor registro en comparación al mes de agosto donde se realizó un primer análisis.



El segundo segmento por revisar será “Negocios por Etapa”, en cada una de estas etapas se tienen en cuenta SQL siendo aquellas empresas de las cuales se lleva a cabo una prospección y primer contacto, Opportunity es donde ya se ha enviado propuesta siendo así un negocio en maduración y por último Upside donde se esta en espera de la aprobación del cliente/empresa. Teniendo en cuenta estos tres parámetros, establecemos un análisis para conocer cuál de estas etapas es la que mayor cantidad de empresas tiene para así poder establecer una fuerza de desarrollo más concentrada por parte del equipo de Centroamérica en estas.



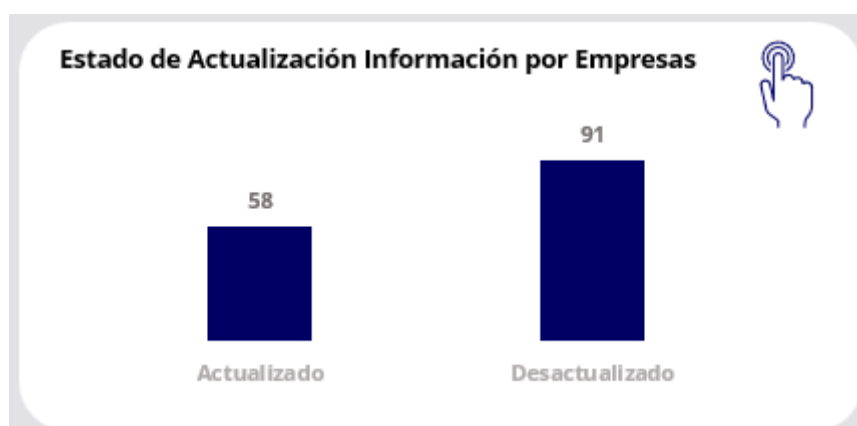
El tercer segmento “Áreas Contacto a Negocios” busca identificar aquellas áreas de las empresas que contacta cada comercial y donde se concentran para así poder llevar un proceso de negociación óptimo.



En “Concentración Geográfica de Negocios” se busca conocer el enfoque geográfico que tiene cada comercial para llevar a cabo el desarrollo y maduración del negocio y, a su vez, conocer una cantidad numérica por país de esta concentración en cada uno de los países de Centroamérica en el segmento “Negocios por País”.



En el sexto segmento “Estado de Actualización Información de Empresas” se busca identificar la cantidad de desactualización respecto a fechas de cierre próximas a caducar y tareas pendientes las cuales fueron asignadas respecto a la fecha en la que se hace la respectiva revisión para así mismo, reconocer la etapa en la que se encuentra cada una de estas empresas y de esta forma, revisar el proceso que se tiene con cada una.

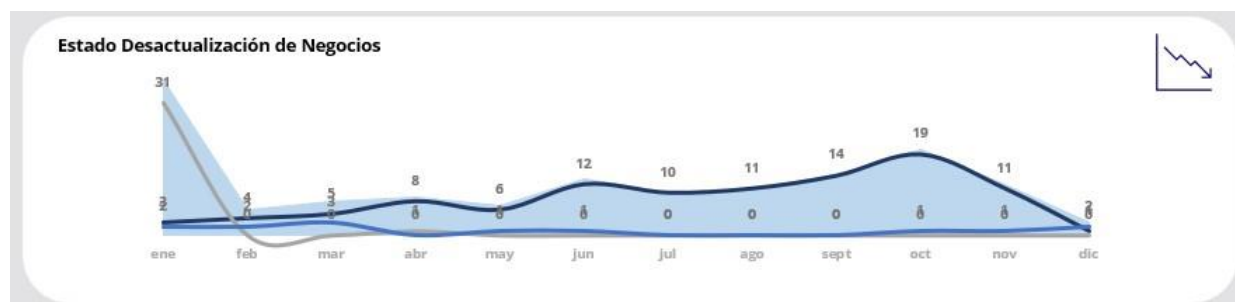


En el séptimo segmento se tiene en cuenta el “Estado de Actualización de Contactos” se tienen presente la desactualización que se tiene en los contactos asignados a cada comercial

registrado en las empresas de las cuales llevan gestión para identificar de esta manera si estos tienen campos de importancia como el área en la cual trabaja, números de contacto siendo estos datos primordiales al momento del contacto. Por último, identificar aquellas empresas las cuales fueron asignadas, pero no tienen un contacto asignado a las mismas.



Por último, se establece el parámetro “Estado Desactualización de Negocios” donde se identifican aquellos negocios desactualizados similar al segmento “Estado de Actualización Información de Empresas” donde en el segmento conocer estos datos a nivel mensual.



3.3 Conclusiones

Durante el desarrollo de las prácticas en el área comercial, se observó que el equipo de Centroamérica en UBITS Learning Solutions cuenta con una gran cantidad de desactualización en el CRM HubSpot tanto en fechas de cierre “vencidas” al momento de revisar cada una de las empresas, y así mismo, en los datos de los contactos asignados en el respectivo negocio.

Al momento de entregar un primer reporte a cada uno de los comerciales con los datos tanto de empresas como contactos desactualizados en el CRM para que se lleven a cabo los respectivos cambios, al realizar una segunda revisión de los datos desactualizados, se logra

identificar que algunos de los comerciales no tuvieron presente aquellas recomendaciones y seguían con datos desactualizados tanto del reporte del mes de agosto como nuevos de los siguientes meses.

Teniendo en cuenta lo mencionado, se evidencio la necesidad de implementar una herramienta para gestionar la información del CRM, y de esta manera, poder analizar y monitorear el desempeño de cada comercial respecto a las empresas y contactos de las cuales desarrolla en un periodo de tiempo y así mismo, realizar un comparativo mes a mes respecto al siguiente reporte con el jefe líder para potenciar todas las herramientas y habilidades del comercial.

3.4 Bibliografía

- UBITS Learning Solutions (2022). <https://www.ubits.com/>

4. Seguimiento práctica profesional

4.1 Programación de actividades realizadas en la organización

Durante la práctica, se llevaron a cabo distintas actividades relacionadas con llamadas, correos y el contacto de personas o empresas para dar a conocer cada uno de los servicios y beneficios de UBITS.

Para continuar con este proceso, se llevaron a cabo reuniones de presentación, reuniones de seguimiento, invitación a los eventos mensuales de UBITS, envío de información con cada uno de los temas que la organización requiriera y por último, se realizaba la cotización con la cantidad de licencias y accesos para así ser enviada y aprobada por la empresa en cuestión.

4.1.1 Cumplimiento de objetivos trazados por mes

4.1.1.1 Ciclo 1

Fechas	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
Agosto - Septiembre	Inducción a empresa, uso de plataformas.	Familiarización con la empresa y el desarrollo de negociación	Falta de organización en el rol de practicante
	Llamadas en conjunto con un Senior Business Developer	Entendimiento y aprendizaje sobre como llamar a nuevos contactos	Dificultades para obtener un contacto con la persona requerida
	Esquema de inmail y plantillas para contactabilidad	Facilidad y rapidez en la creación de correos y mensajes	Identificar cada mensaje apropiada para cada prospecto
	Revisión negocios en IN para identificar operaciones en Centroamérica que no han sido gestionadas	Gestión de la información y mayor conocimiento de empresas que adquieren UBITS	Documentos extensos y contratiempos

4.1.1.2 Ciclo 2

Fechas	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
Septiembre – Octubre	Llamadas en frío	Facilidad al momento de contactar	Contactar a la persona indicada para dar información UBITS
	Prospección Sales Navigator	Identificación de mejores prospectos a nivel organizacional	Falta de accesos en Apollo para conseguir números telefónicos
	Agendamiento de encuentros	Aprendizaje sobre la organización	Diferencia de zona horaria
	Gestión invitación y evento virtual Upskilling y Reskilling	Mayor visibilidad y mayor número de contactos	Trabajo fuerte de llamadas
	Acompañamiento de reuniones virtuales	Mayor conocimiento sobre la empresa y desarrollo de reuniones virtuales	Ninguna
	Identificar competidores negocios IN en Centroamerica	Reconocimiento por iniciativa	Información muy extensa

4.1.1.3 Ciclo 3

Fechas	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
Octubre – Noviembre	Seguimiento evento Upskilling y Reskilling	Mayor contactabilidad	Falta de participación por factores externos
	Gestión invitación evento virtual “Metodologías ágiles en Recursos Humanos”	Se logra más contactabilidad con las empresas	Gran recepción del evento, se logran nuevos contactos
	Revisión actualización de CRM en diferentes etapas del negocio	Nuevos conocimientos del CRM	Manejo del tiempo para obtener la información
	Segundo análisis de actualización del CRM por comercial	Optimización de la información	Falta de actualización del primer documento entregado

4.1.1.4 Ciclo 4

Fechas	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
Noviembre – Diciembre	Envío y desarrollo de propuestas y presupuestos	Manejo de cuentas/empresas	Falta de conocimiento en el desarrollo de presupuesto
	Seguimiento de correos y reuniones	Mantener una gestión sin ayuda de BD	Falta de corporativos disponible por cierre de año fiscal y revisión de presupuesto año 2023

4.1.1.5 Ciclo 5

Fechas	Actividades desarrolladas	Logros	Dificultades enfrentadas
Diciembre – Enero	Reanudación contactos con empresas	Facilidad al contactar	Vacaciones corporativas
	Prospección y llamadas en frío	Buen resultado	Trabajo fuerte en llamadas y prospección sin Sales Navigator
	Gestión invitación evento virtual	Satisfacción por el logro del objetivo	Ninguna

Anexos

