

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO CONSULTORA DE
COMUNICACIONES SERVICES COM**

IDEA DE NEGOCIO POR:

NICOLÁS MORALES INFANTE

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
BOGOTÁ D.C 2020**

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO CONSULTORA DE
COMUNICACIONES SERVICES COM**

IDEA DE NEGOCIO POR:

NICOLÁS MORALES INFANTE

DIRECTOR: LUIS FERNANDO RINCON

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
BOGOTÁ D.C 2020**

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mi familia, principalmente a mi madre quien ha hecho todo su esfuerzo para que este momento llegara, además de brindarme todo su apoyo incondicional a lo largo de toda la carrera profesional.

Del mismo modo a todas las personas que aportaron a la creación de este proyecto y dieron su grano de arena para que este se pudiera realizar.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar un agradecimiento a mi familia quien a lo largo de todo este proceso fue un apoyo incondicional y un ejemplo a seguir de cómo hacer la cosas con empeño y esfuerzo.

Al docente Luis Fernando Rincón quien fue una guía en el desarrollo de este proyecto y fue un apoyo en torno a cualquier duda que se tuviera y al cómo poderla implementar, además de brindar sus conocimientos aún más allá de cualquier petición.

Y por último pero no menos importante a la Universidad Santo Tomás quien dio todo el conocimiento requerido durante toda la carrera, para poder convertirnos en profesionales.

ÍNDICE

1. NOMBRE DE LA EMPRESA.

2. LOGO

3. INTRODUCCIÓN

4. EL NEGOCIO

4.1 Fundamentación.

4.2 Descripción de la Empresa.

4.3 Planteamiento estratégico.

4.4 Postura ética.

4.5 Descripción producto o servicio.

4.6 Etapas del proyecto.

4.7 La Comunicación y su aporte en la idea de negocio.

4.8 Marco legal.

5. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO y/o SERVICIO

5.1 Producto o servicio.

5.2 Plus o ventaja competitiva.

5.3 Características del producto y/o servicio.

5.4 Productos o servicios similares en el mercado.

5.5 Registro de empresas que trabajan en el mismo sector.

5.6 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación.

5.7 El producto y/o servicio y su representación como una solución única.

6. EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO

6.1 Equipo de trabajo.

6.2 Red de contactos.

6.3 Aliados del negocio.

6.4 Ventajas de las alianzas.

6.5 Recursos adicionales.

7. PLAN DE MERCADEO

7.1 El cliente

- 7.1.1 Caracterización de los clientes o grupos potenciales.
- 7.1.2 Necesidades y problemas más significativos del cliente.
- 7.1.3 Razones por las que compra un cliente.
- 7.1.4 Estrategias comunicativas para la persuasión del cliente.
- 7.1.5 Medios de comunicación para captar la atención del cliente.

7.2 La competencia

- 7.2.1 Perfil de la competencia.
- 7.2.2 Aliados estratégicos de la competencia.
- 7.2.3 Competidores directos e indirectos.
- 7.2.4 Diferencial del producto o servicio frente a la competencia.
- 7.2.5 Análisis del entorno.

7.3 Precio producto y/o servicio

- 7.3.1 Precio del producto y servicio.
- 7.3.2 Precio del producto y/o servicio de la competencia.
- 7.3.3 Precio que el cliente está dispuesto a pagar.
- 7.3.4 Métodos de pago ofrecidos por el modelo de negocio.

7.4 Canales de distribución del producto y/o Servicio, captación de clientes y posicionamiento de la marca

- 7.4.1 Canales de distribución del producto y/o servicio.
- 7.4.2 Canales de comunicación para llegar a los clientes.
- 7.4.3 Estrategia de posicionamiento.

8. ANÁLISIS DE RIESGOS

8.1 Relacionar tabla o matriz.

8.2 Financieros.

8.3 Legislativos.

8.4 Mercado.

9. PLAN FINANCIERO

9.1 Inversión mínima requerida para iniciar operaciones.

9.2 Tiempo establecido para la recuperación de la inversión.

9.3 Financiación externa de ser necesaria.

9.4 Definición de:

9.5 Costos fijos.

9.6 Costos Variables.

9.7 Punto de equilibrio.

10. LIENZO MODELO DE NEGOCIO - CANVAS

10.1 Segmento Del Cliente.

10.2 Propuesta Valor.

10.3 Canal

10.4 Bloque De Relación Con El Cliente.

10.5 Modelo De Ingresos.

10.6 Actividades Clave Que Debo Desarrollar.

10.7 Recursos Clave.

10.8 Alianzas Clave O Socios Clave.

10.9 Estructura De Costos.

1. Nombre de la empresa

Services Com

2. LOGO



justificación: se usan los colores rojo, blanco y negro, con el fin de usar colores llamativos y fuertes que llamen la atención al momento de verlo, además el avión que se usa es una forma de expresar que el servicio es en el lugar que sea requerido y se hará de forma presencial.

3. INTRODUCCIÓN

A lo largo del documento se encontrará toda la información relacionada el emprendimiento Services Com, una consultora de comunicaciones enfatizada en el servicio al cliente, que busca ofrecer servicios de evaluación asesoramiento y entrenamiento en la atención al cliente, sumado a procesos de comunicación en la atención.

Además de esto podrán encontrar una guía de desarrollo de la idea del emprendimiento, con las metas y objetivos a conseguir, del mismo modo se encontrará el por qué de esta idea de emprendimiento guiada por diferentes autores que apoyan con bases teóricas las idea de negocio que se quiere presentar a lo largo del trabajo.

4. EL NEGOCIO

4.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Services Com es una idea de emprendimiento basada en abarcar una necesidad de varias entidades que tienen el servicio al cliente como su estrategia principal de ventas, se buscará abordar la necesidad de los clientes como la principal herramienta de trabajo y de guía para la evaluación, asesoramiento y entrenamiento en atención al cliente.

Esta idea de negocio va acompañada de un factor importante que es la comunicación un aspecto que abarca el día a día del servicio al cliente, por esto es un tema que se decide abordar ya que será un ámbito a trabajar en torno a los servicios que se ofrecen como consultora de comunicaciones.

“La comunicación es una función estratégica que debe estar ligada a la estrategia global de la compañía. Las organizaciones necesitan mantener una comunicación coherente y consistente en todos sus puntos de contacto. lo que permitirá generar confianza y credibilidad y, por consiguiente, una sólida reputación.” (Paul. A. Argenti, Pág. 6)

Por otro lado este emprendimiento también aborda otro concepto que es la mercadotecnia, que desde el concepto de P, Armstrong dice que.

“La mercadotecnia es la función empresarial que identifica las necesidades y los deseos de los clientes de una organización, determina cuáles mercados puede atender mejor y diseña los productos, servicios y programas para servir a dichos mercados. Empero, la mercadotecnia es mucho más que una función empresarial aislada: es una filosofía que guía a toda la organización. La meta de la mercadotecnia es lograr la satisfacción de los clientes, de manera rentable, creando relaciones llenas de valor con los clientes importantes.” (P. Armstrong, 1996)

Como se puede leer en el párrafo citado la satisfacción al cliente es el aspecto principal en cualquier tipo de negocio que ofrezca un producto que este de la mano con la atención al cliente, ya que esto puede generar una fidelización a la marca; por lo tanto el entrenamiento y la constante evaluación en servicio al cliente a los empleados de la compañía es importante ya que generará cambios positivos a favor de ambas partes.

“Estudios demuestran que, en la actualidad, en muchas empresas el servicio es más eficaz que el marketing para incrementar el volumen de negocios, la promoción de ventas o la publicidad.” (Tschohl, Pág.2, 2006)

La atención al cliente es una de la estrategias más fuertes que usan las compañías en la actualidad, es la posibilidad de tener una mayor productividad o una mayor satisfacción en el consumidor. Concluyendo se elige esta idea de negocio al evidenciar a lo largo de una experiencia de 5 años en diferentes ámbitos de servicio al cliente, que no hay un previo entrenamiento frente a la atención al cliente y a las diferentes metodologías que se pueden usar para lograr una eficaz atención que cumpla ciertos estándares que beneficien al propio asesor como a la compañía.

4.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Services com será una consultora de comunicaciones enfocada en el servicio al cliente. Muchas compañías a nivel Bogotá tienen en su cotidianidad la atención al cliente como una de las tareas que deben realizar sus empleados y en muchas de las ocasiones los empleados no tienen el conocimiento o un entrenamiento previo para realizarlo de forma correcta, lo cual crea un vacío al momento de ofrecer de la atención.

¿Por qué evaluar y entrenar en servicio al cliente?, los clientes en su totalidad tienen necesidades y gustos diferentes, lo que quiere decir que requieren de una atención diferente, Services Com busca entrar en ese punto para entrenar al personal, para que logren identificar esas necesidades y gustos del cliente a través de su servicio al cliente. Si se logra identificar

que tipo de necesidad o de gustos tiene el cliente será más efectiva la atención y se generará un ambiente en el que el consumidor se sienta más cómodo y quiera adquirir más de un producto.

El servicio al cliente es una área vital de muchas empresas, es la forma de buscar la satisfacción del consumidor mediante una atención que cumpla con las necesidades del cliente; la atención al cliente va de la mano con una previa orientación sobre el servicio o producto que se quiere ofrecer, generando seguridad sobre el tema y permitiendo un mejor servicio frente a los temas que requiera el cliente.

Services Com busca prestar el servicio de evaluación, asesoramiento y entrenamiento en atención al cliente según lo requiera la compañía que necesite los servicios, con esto se quiere aclarar que la asistencia al cliente no es igual para todas la compañías, para un ejemplo; las empresas de retail, (MNG, Tennis, Koaj) requieren un servicio al cliente diferente al que pueda necesitar un banco o una empresa de telecomunicaciones ya que sus productos y sus servicios son diferentes al igual que el tipo de clientes.

Las tiendas de retail son empresas que su principal objetivo es generar una necesidad a los consumidores por medio del servicio al cliente, sin embargo estas empresas están constantemente cambiando de personal, en este punto es donde existe una brecha debido a que las compañías no brindan un entrenamiento previo al nuevo personal, y esto hace que su calidad en la atención baje. Services Com busca llenar ese vacío entrenando al personal para prestar una mejor atención.

Este emprendimiento tiene como finalidad ser una compañía líder en capacitaciones en servicio al cliente que busca llegar a ser una aliada grande ante las diferentes empresas de retail que tengan el servicio al cliente como su herramienta de trabajo diaria.

4.3 PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO

MISIÓN

En Services Com nuestra misión es poder acompañarlos en la transformación de la experiencia de sus clientes con acciones concretas, haciendo que cada momento o contacto del cliente con la compañía sea benéfico para ambas partes, por medio de nuestros productos y servicios.

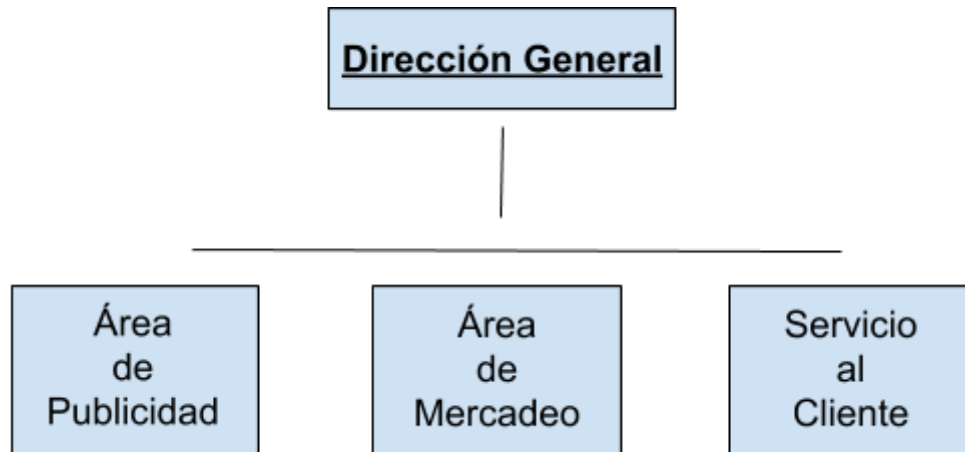
VISIÓN

Ser una empresa líder en el área de asesorías comerciales en servicio al cliente, y lograr posicionarse en el sector del retail como una consultora de comunicaciones que apoya el área e impulsa el comercio por medio de sus servicios.

VALORES

- Pasión
- Respeto
- Honestidad
- Entrega
- Empatía
- Disciplina
- Sentido de pertenencia

ORGANIGRAMA



4.4 POSTURA ÉTICA

Competencia: **Services Com** tiene como prioridad una competencia leal y ética en donde se tenga como prioridad unos valores corporativos del respeto y la lealtad hacia nuestros clientes del mismo modo una responsabilidad como un emprendimiento, respetando todas las normas establecidas.

Ámbito empresarial: **Services Com** buscará establecerse como una consultora de comunicaciones reconocida y líder en el ámbito del servicio al cliente, a su vez buscará ser una compañía innovadora.

Cliente: **En Services Com** el cliente es nuestro principal y más importante benefactor de nuestros productos, este emprendimiento tiene como sus principales valores la honestidad y respeto, honestidad frente al servicio que ofrecemos y un respeto indiscriminado hacia quienes adquieran el servicio.

Postura Humanística: Services Com tiene como sus principales valores el respeto y la honestidad hacia nuestro clientes y asociados, brindándoles un servicio honesto y respetuoso, en donde exista una confianza mutua entre ambos bandos, fortaleciendo los lazos entre empresa y cliente.

4.5 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

A lo largo de una experiencia de 5 años en diferentes trabajos con servicio al cliente, se logró evidenciar que en varias compañías no hay una capacitación previa a su personal y esto se refleja en la productividad y en su cumplimiento de metas. Al no tener un personal con conocimientos suficientes sobre cómo brindar una asesoría adecuada que permita un éxito al momento de ofrecer su producto. Como consultora se buscará que las empresas que quieran una continua mejora en la atención al cliente, puedan hacer uso de los servicios que ofrecerá Services Com.

Services Com tiene como productos principales la evaluación, el asesoramiento y el entrenamiento en servicio al cliente de las compañías, con la evaluación se busca saber en qué nivel están los empleados de la empresa, se estipulan diferentes características para saber cuáles son las fortalezas y las falencias que posea, que va desde la forma de abordar al cliente, en cómo generar un ambiente de confianza, hasta como cierra el proceso. Al saber estos datos se entregará un reporte en donde estará explicado a detalle lo que se notó en la evaluación, posteriormente se hará un entrenamiento en donde las falencias buscarán ser corregidas y las fortalezas mantenerlas y seguirlas mejorando.

Evaluación: se hará un análisis de la compañía que requiera el servicio, en donde se evaluará el nivel en que se encuentran los encargados de la atención al cliente, revisando cuales son las habilidades que poseen al momento del servicio. Posteriormente se realizará una exposición de lo notado en la evaluación, en donde se buscará ser explícitos en torno a qué aspectos se deben reforzar y en cuales mejorar

Asesoramiento: Se buscará realizar asesorías a todo el personal de la compañía, en donde se explicaran los diferentes métodos de atención que existen, además de recalcar el ámbito comunicativo como una estrategia de mejora al momento de atender a un cliente, este aspecto se tratará como un tema importante ya que se buscará que la comunicación sea la principal herramienta del asesor.

Por otro lado está el entrenamiento del personal. Al momento de generar el entrenamiento en servicio al cliente se buscará trabajar en diferentes aspectos que logren una mejora, como lo son una capacitación en torno a la información de la empresa y del producto que esté ofreciendo, además de esto una exposición frente a una gran variedad de vocabulario que debe de manejar para tener mayor calidad de conversación con el cliente, por otro lado otro factor a tratar es la tolerancia y el manejo bajo situaciones complicadas, es decir como tratar a un cliente que no está con la mejor disposición.

Otros tres aspectos que son importantes, es la apertura, ofrecimiento y cierre del servicio al cliente, con esto se darán charlas, de cómo abordar al cliente de forma adecuada sin que este se sienta incómodo, en la parte de ofrecer el producto es en donde entra el vocabulario fluido y el conocimiento sobre el producto, ya que en este punto es donde el asesor podrá lograr que el cliente se sienta interesado en lo que se le ofrece, por último se encuentra el cierre de la atención al cliente en donde el asesor debe tener la capacidad para poder cerrar el trato con un cliente satisfecho por su atención y con el producto que lleva. Es en donde el cliente debe sentir que realizó una buena adquisición y que se le atendió de una forma en la que se sintió agusto frente a sus necesidades como cliente de esa compañía.

Cada uno de estos servicios que se ofrecerá irá acompañado de una capacitación en el proceso de comunicativo del asesor, buscando que el servicio al cliente vaya apoyado desde la forma de expresarse tanto verbalmente como corporalmente, con esto se pretende que el entrenamiento al asesor sea completo y tenga más de una herramienta para brindar un servicio al cliente satisfactorio.

4.6 ETAPAS DEL PROYECTO

Este emprendimiento está arrancando desde cero por lo que en la actualidad no cuenta con muchos recursos, sin embargo para poder iniciar con esta idea de negocio se requiere realizar una inversión en diferentes aspectos para poder llegar a los clientes, además de esto una página web en donde se pueda encontrar el portafolio de productos que ofrecerá el emprendimiento a su clientes.

Recursos Tangibles	Recursos Intangibles
- Un computador portátil - Una impresora - Un TV	Conocimiento frente al tema de servicio al cliente y sus diferentes modalidades de atención, además de diferentes métodos de atención. conocimiento en el área de comunicación en el ámbito organizacional, además del manejo y creación de piezas multimedia mediante la suite de adobe. Por otro lado 5 años de experiencia en diferentes trabajos enfatizados en servicio al cliente y manejo de personal con cumplimiento de metas.

4.7 LA COMUNICACIÓN Y SU APOORTE AL NEGOCIO

Services Com es una consultora de comunicaciones enfatizada en asesoría y entrenamiento en servicio al cliente a compañías de retail como su cliente principal, desde el área de comunicación se debe ser muy efectivo a la hora de brindar los servicios. “la comunicación consiste en una disputa de sentidos se fundamenta en la comprensión de que la comunicación es relación (yo-otro; identidad-alteridad; empresa-público) “ (R. Baldissera, Pág 7)

La comunicación es un ámbito que desenvuelve los servicios como consultora de comunicaciones, al ofrecer los productos de evaluación y entrenamiento en la atención al cliente, se debe mirar los procesos de comunicación que se tienen frente a la atención del consumidor, en otras palabras que estrategias a desarrollado la compañía con el fin de mejorar ese aspecto, del mismo modo poder visualizar y entender los procesos de comunicación interna que se tienen para poder manejar un lenguaje similar.

“Como lo hicieron en su momento la publicidad, el marketing y las relaciones públicas, la comunicación interna está ganando su lugar dentro de la empresa contemporánea como una nueva y efectiva herramienta de gestión que mejora la competitividad organizacional y el clima de trabajo.” (Brandolini, 2009)

Es clave poder tener una comprensión de la comunicación interna que tiene la compañía para de ese modo lograr que la misma tenga una comunicación externa más efectiva, en el caso de nuestros servicios hacer que el asesor comprenda a fondo las necesidades de la compañía para que pueda ofrecer un servicio al cliente eficaz que beneficie a ambas partes.

Del mismo modo se debe tener presente el tipo de comunicación que usan los empleados al momento de realizar la atención al cliente, teniendo en cuenta que esta sea eficaz, respetuosa y que cumpla con ciertos parámetros que le permitan realizar una atención audaz y llamativa, que logre que el cliente se sienta a gusto y bien atendido frente a sus necesidades y gustos como consumidor.

Por otro lado se debe tener en cuenta la comunicación externa ya que será la estrategia al momento de hablar con los clientes, “Es aquella que se realiza para el desenvolvimiento diario de la actividad empresarial, se efectúa con todos los públicos externos de la compañía: clientes, proveedores, competidores, administración pública, etc.” (Sánchez, 2005)

La comunicación externa se usará al momento de ofrecer los servicios como consultora ya que se abordará al cliente con una estrategia de mercadeo directo, ofreciendo los productos mediante presentaciones corporativas y mediante demostraciones de lo que se ofrece.

4.8 MARCO LEGAL

1. El primer paso es establecer qué tipo de empresa será es decir la forma jurídica: sociedad anónima, sociedad limitada, cooperativa. En el caso de Services Com era una sociedad por acciones simplificada. (Services Com S.A.S)
2. Se requiere verificar la disponibilidad del nombre de la compañía en la cámara de comercio de Bogotá.
3. Si el nombre de la compañía está disponible, posteriormente se sigue con el formulario de registro de matrícula mercantil y NIT.
4. Después de pagar los derechos del registro de matrícula mercantil, y de presentar todos los aspectos legales ante la DIAN, se hará el trámite oficial del RUT y se hará la respectiva asignación del NIT de la compañía, lo que hará que la empresa tenga nombre y cédula y exista ante el estado.
5. Finalmente se debe tramitar el Registro de Industria y Comercio, el Certificado de uso del suelo y tramitar la licencia sanitaria y la de seguridad.

5. DEFINICIÓN DE PRODUCTOS Y/ O SERVICIOS

5.1 Producto y servicio / 5.3 Características del producto y/o servicio.

Evaluación: se realizará un análisis por medio de un acompañamiento al personal de la compañía en donde se analizaran fortalezas y debilidades en la atención al cliente, por otro lado también se evaluará su parte comunicativa con la finalidad de poder realizar una evaluación más completa. Del mismo modo se realizará una retroalimentación después de finalizada la evaluación, se darán algunas pautas a la compañía con el fin de que haya una mejora en la atención.

Asesorías y entrenamiento: Este servicio se tiene como una segunda parte de la evaluación, en donde por medio de un acompañamiento a los procesos que tiene la compañía se realizará un entrenamiento por etapas a través de charlas con prácticas incluidas en donde la parte teórica brinde los conocimientos necesarios para llevarlos a su trabajo diario, también se entrenará a los asesores en el aspecto comunicativo para que pueda poseer herramientas tanto de información sobre el producto como de la forma de expresarse con el cliente.

5.2 PLUS O VENTAJA COMPETITIVA

Services com es una compañía que se enfoca en compañías de retail, que busca posicionarse en el mercado como una consultora que ofrece servicios en evaluación, asesoría y entrenamiento en atención al cliente mediante capacitaciones donde se evaluarán los métodos de atención al cliente que manejan las compañías, y realizando posteriormente una retroalimentación con métodos nuevos que complementen los conocimientos que ya se poseen.

Por otro lado el aspecto comunicativo será un aspecto a trabajar y de gran fuerza en el cual se buscará evaluar y entrenar a los asesores en servicio al cliente. El cómo se comunica el asesor

frente al cliente, al como se expresa corporalmente son aspectos que no se toman en cuenta en muchas ocasiones, sin embargo es un ámbito que puede aportar al cierre de una venta; la seguridad en cómo se expresa el asesor puede hacer que el cliente se sienta cómodo y quiera seguir observando y posiblemente comprando.

Por otro lado al ser un emprendimiento enfocado en un campo seleccionado las asesorías serán más personalizadas y enfocadas a cada compañía, al ser para empresas de retail, el servicio al cliente será específico e irá cambiando con respecto a las características de cada compañía y a los parámetros que busquen mejorar.

La ventaja competitiva, de Services Com, al ser una consultora enfocada a las compañías de retail, es no solo quedarse en la parte de el servicio al cliente como un modelo de ventas, es ir más allá, evaluar y entrenar los aspectos comunicativos de los asesores y combinarlo con la atención al cliente para una mejora en sus estadísticas. Además de brindar una atención más personalizada que logre evidenciar mejoras a corto plazo.

5.4 Productos o servicios similares en el mercado.

Services Com esta enfocada en la asesoría de compañías de retail, en su servicio al cliente como su estrategia de trabajo diaria por lo que la empresa que tiene mayor similitud es NOVA consulting group, empresa que ofrece el servicio de asesoría en servicio al cliente a diferentes compañías a lo largo del país con la diferencia de que esta no solo se enfoca en el sector Retail si no que tiene un portafolio diverso de empresas a las que puede ofrecer sus servicios como consultora.

- **Consultoría en Experiencia del cliente.**
- **Consultoría en Servicia al cliente y contact center.**
- **Monitoreo y aseguramiento externo de calidad.**

Por otro lado está consultores en servicio una empresa de asesorías en diferentes aspectos, como el servicio al cliente, esta compañía se enfoca en empresas de construcción e inmobiliarias.

- **Marketing digital.**
- **Gestión Comercial.**
- **Servicio al cliente.**

5.5 Registro de empresas que trabajan en el mismo sector.



Nova consulting group es una compañía especializada en servicios de consultoría en diferentes tipos de servicio al cliente de diversas compañías, tiene dos sedes una en Bogotá y la otra, en la ciudad de Medellín, además brindan un servicio de asesoría a empresas de telecomunicaciones quienes manejan un servicio al cliente vía telefónica.



Consultores en servicio es una firma que brinda asesoría en servicio al cliente y en ventas al sector de construcción y al sector inmobiliario de la ciudad de Bogotá enfocada al crecimiento productivo de dichas empresas.

5.6 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación.

Innovar es un plus en toda compañía y es un punto de partida para una idea de emprendimiento que quiera comenzar desde cero por eso como guía se aborda

“La innovación es la chispa que hace que las organizaciones avancen y se destaquen. Innovamos para (1) mejorar productos y servicios, (2) descubrir una nueva forma de hacer algo, (3) facilitar o agilizar una tarea, (4) ahorrar dinero, (5) enriquecer nuestros cargos y (6) aumentar nuestras posibilidades de ascenso” (2000, p.3)

Services Com tiene su modelo innovador al ser una consultora enfocada a un grupo de compañías limitado que en este caso son las empresas de retail, o en otras palabras a los almacenes de ropa, quienes en su diario utilizan el servicio al cliente como su principal herramienta de trabajo, lo que lo hace un cliente 100% potencial para los servicios que ofrece Services Com.

Al ser una empresa que busca brindar lo servicios personalizados y hacer análisis en tiempo real de las capacidades de servicio al cliente de cada asesor del punto de venta, se crea un

punto innovador ya que permite tener la información a primera mano y poder trabajar de la mano con el personal que requiere la asesoría y/o entrenamiento en el tema.

Del mismo modo se busca innovar en el aspecto comunicativo de los trabajadores, abordando el aspecto de servicio al cliente desde la comunicación, capacitando al personal en cómo expresarse frente al cliente abordando lo desde sus necesidades y gustos, con el fin de una atención al cliente exitosa.

5.7 El producto y/o servicio y su representación como una solución única.

Al haber trabajado en este ambiente por un tiempo considerado de 5 años, se logra entender que el servicio al cliente es más grande de lo que se cree, y de que si se trabaja de forma correcta las ganancias de una compañía pueden crecer, por esto es que se llega a la idea crear una consultora de comunicaciones enfocada en la evaluación, asesoramiento y entrenamiento en atención al cliente.

Cuando se esté evaluando al asesor de la marca quien haya adquirido el servicio se tendrán ciertos puntos establecidos para poder analizar su habilidad frente al cliente, el conocimiento del producto, su forma de abordar al cliente y su lenguaje tanto verbal como corporal serán algunos puntos a evaluar para saber el nivel del asesor, esto permitirá a su vez tener un idea en general de cómo están los asesores.

Frente a la asesoría y el entrenamiento se usará la previa evaluación para enfocarse en los puntos que presentan fallas y reforzarlos mediante capacitaciones teórico prácticas que permitan ver mejoras de forma eficaz y a corto plazo, del mismo modo se harán asesorías frente al modo de comunicarse ante el cliente para generar una comunicación asertiva.

“En conclusión, podría afirmarse que la comunicación y la asertividad se encuentran íntimamente relacionadas, que de la mano se tornan edificantes, eficientes, claras y congruentes pero sobre todo hacen que la comunicación sea abierta y honesta incorporando el respeto mutuo entre los participantes.” (G, Hernández, 2014)

Services Com tiene como finalidad posicionarse y marcar una diferencia en las compañías de retail al ofrecer sus servicios y demostrar efectividad después de haber realizado todo los procesos que se tienen como productos, de ese modo poder ser una solución a falencias que lleguen a tener.

6. EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO

6.1 EQUIPO DE TRABAJO

Nombre	Perfil	Competencias	Rol
Nicolás Infante	Persona capaz de liderar bajo presión, responsable, dedicado y dispuesto al aprendizaje continuo, con fortalezas en temas de	Manejo del servicio al cliente, afinidad con segunda lengua, creación y diseño de piezas multimedia por medio de diversas plataformas.	Director general de cada una de las áreas de la compañía

6.2 RED DE CONTACTOS.

Nombre	Número de contacto	Correo
Tennis	317 805 1451	servicioalcliente@tennis.com.co djorigua@tennis.com.co
Koaj	2 49 89 51	koajonline@koaj.co
Nike	8985311	
Adidas	318 517 1741 518-9507	servicio@onlineshop.adidas.co

6.3 ALIADOS DE NEGOCIO

NOMBRE	NÚMERO DE CONTACTO
Comercial Papelera Proveerá recursos de papelería	2152303
Claro Colombia Provedor de internet	5004040
Sergio Sandoval Asesor externo en Servicio al Cliente	314 484 4048
Bibiana Galvis Coordinadora comercial empresas de retail	310 890 0648
Carolina Munevar Psicóloga Laboral texmoda	314 567 9076

6.4 VENTAJAS DE LAS ALIANZAS

- Adquirir nuevos clientes
- Contactos con compañías de retail
- Consolidar nuevas relaciones laborales
- Fidelización de servicios
- Actualidad en temas de servicio al cliente

6.5 RECURSOS ADICIONALES

- Página Web
- Redes sociales
- Presupuesto para servidor web
- Presupuesto para publicidad en redes sociales

7 PLAN DE MERCADEO

7.1 EL CLIENTE



Compañías de Retail

Las empresas de retail son nuestro principal cliente ya que los servicios que ofrecemos como consultora, están netamente enfocados en la atención al cliente que usan estas compañías como su forma de abordar al cliente, Services Com al ser un emprendimiento nuevo segmento su mercado a este tipo de compañías

7.1.1 NECESIDADES Y PROBLEMAS MÁS SIGNIFICATIVOS DEL CLIENTE.

NECESIDAD 1	NECESIDAD 2	NECESIDAD 3
Mejorar la calidad en la atención al cliente, para lograr un cumplimiento más efectivo y con mejores márgenes de crecimiento.	Fomentar la fidelización del cliente mediante la buena atención al cliente.	Tener un personal capacitado e informado frente a las metas y los estándares que busca la compañía.

PROBLEMA 1	PROBLEMA 2
Baja tasa de cumplimiento, y decrecimiento en la tasa de conversión de clientes, debido a una mala atención.	Pérdida de clientes por mala atención, generando un decrecimiento en tasas de cumplimiento.

7.1.2 RAZONES POR LAS QUE COMPRA UN CLIENTE

CUMPLIMIENTO	CRECIMIENTO	FIDELIZACIÓN	PERSONAL
Al brindar asesorías y entrenamientos en servicio al cliente las empresas podrán ver mejoras en sus resultados a corto plazo generando un cumplimiento cosa que beneficia a ambas partes.	Crecimiento en sus cumplimientos, por su mejora en la atención al cliente.	Una mayor tasa de conversión con sus clientes y un aumento en la fidelización al cliente.	Un personal mejor capacitado que cumpla con los estándares establecidos por la empresa.

7.1.3 ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA LA PERSUASIÓN DEL CLIENTE.

1. Realizar una previa y rápida demostración del servicio en un punto de venta logrando demostrar un eficaz mejora en la atención.
2. Presentarse en ferias empresariales relacionadas con el ámbito de la compañías de retail con el fin de lograr mostrarse y darse a conocer
3. Publicidad en internet y redes sociales para lograr aumentar el alcance de la consultora, buscando a llegar al público objetivo qué son las compañías de retail.
4. Realizar alianzas con centros comerciales que nos permitan tener un alcance directo a las sucursales de la compañías de retail para de este modo poder ofrecer los servicios que se tienen en Services Com.

7.1.4 MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA CAPTAR LA ATENCIÓN DEL CLIENTE.

1. Una página web donde los clientes potenciales e interesados puedan ver quien es Services Com, el portafolio de servicio que ofrece y cómo se pueden contactar con la consultora para poder adquirir los servicios o hacer una cotización.
2. Redes sociales en donde se buscará publicar contenido relacionado a los servicios que ofrece Services Com, en torno a la atención al cliente, además de esto que esté vinculado a la página web para quienes estén interesados.
3. Líneas telefónicas a las que se pueda llamar para obtener información sobre los producto que ofrece Services Com.

7.2 LA COMPETENCIA

NOVA CONSULTING GROUP COMPETENCIA DIRECTA
PERFIL “Somos una Compañía Especializada en Servicios de Consultoría, Aseguramiento Externo de Calidad, Mediciones de Experiencia y Satisfacción del Cliente, Formación y Entrenamiento en Servicio y Soluciones de BPO, con un equipo de profesionales con más de 12 años de experiencia a nivel laboral y consultivo en los sectores de Telecomunicaciones, Financiero, Seguros, Producción y Distribución, Contact Center, Entidades Estatales, Servicios, Retail, Transporte, Salud, entre otros.”
ALIADOS ESTRATÉGICOS
Nova Consulting group tiene como aliados compañías de diseño quienes los apoyan en el área multimedia, como su página web, además de compañías de publicidad quienes le ayudan en los temas de aumentar su alcance al público

COMPETENCIA	
DIRECTA	INDIRECTA
 Nova Consulting Group es una compañía de asesorías en servicio al cliente y en ventas que está posicionada en el mercado y tiene a varias empresas del país como sus clientes (etb, avantel, Éxito, Zenu), es un proyecto que ofrece similitud de servicios a los del emprendimiento sin embargo no aborda los mismos clientes.	 Consultores en servicio es un bufete que presta sus servicios en torno al servicio al cliente enfocado en un público relacionado con construcción o del sector inmobiliario, al tener un tipo de clientes tan diferentes, esta compañía no es una competencia directa para Services Com.
DIFERENCIAL DEL PRODUCTO O SERVICIO FRENTE A LA COMPETENCIA	
Services Com enfoca sus servicios a las empresas de retail como su cliente potencial, nos diferenciamos en que no solo brindamos una asesoría vamos más allá y ofrecemos un entrenamiento con una evaluación en tiempo real que pueda exponer falencias en la atención algo que puede demostrar la efectividad de los servicios que se quieren ofrecer, nuestro plus como emprendimiento es capacitar de forma activa a las compañías y a sus empleados en servicio al cliente y que este se vea representado en la tasa de cumplimiento y crecimiento de las empresas.	

ANÁLISIS DEL ENTORNO

Nova Consulting group está ubicado en dos ciudades del país Medellín y en Bogotá, está posicionada en dos de las ciudades más importantes que tiene el país, en la capital está ubicado en el sector de chapinero por la calle 57 cerca a la carrera séptima, es un sector central de la ciudad con fácil accesibilidad y movilidad. En la ciudad de Medellín están por el sector del poblado, cerca al parque lleras y al parque de El Poblado, este es un sector popular y comercial.



ANÁLISIS DEL ENTORNO

Consultores en servicio, están ubicados en la ciudad de Bogotá, por el sector norte de la ciudad, cerca al centro comercial la colina. es una zona residencial.



<u>PRECIO DEL PRODUCTO</u>	
Entrenamiento a nuevo personal	
	\$800.000
Evaluación y asesoriamiento	
	\$1.200.000
Evaluación y entrenamiento	
	\$1.500.000
	

Frente a cada uno de los servicios que se ofrece, se tiene estipulado por número de personas, las compañías de retail tienen una gran cantidad de personal, por lo que se planea como máximo una cantidad de 50 personas, el tiempo de cada sesión ser de dos horas para que los participantes puedan recibir el asesoramiento o entrenamiento necesario, frente al número de sesiones se realizarán 3, una por semana, y en el dado caso que se requieran más se arreglara con la empresa que adquirió el servicio.

7.3.1 PRECIO DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO DE LA COMPETENCIA.

SERVICIOS	PRECIO
Consultoría en experiencia del cliente.	\$2.000.000
Consultoría en servicio al cliente y contact center.	\$2.500.000
Monitoreo y aseguramiento externo de calidad.	\$2.500.000
Encuesta de satisfacción, experiencia del cliente y calidad de servicio.	\$1.800.000
Formación y entrenamiento en servicio.	\$3.000.000
Proyecto de inteligencia de negocios con Qilik View.	\$2.300.000

7.3.2 PRECIO QUE EL CLIENTE ESTÁ DISPUESTO A PAGAR.

Los precios que se establecieron para cada servicio, se sacaron haciendo una encuesta a diferentes personas que manejan compañías con servicio al cliente, en donde se le hizo una presentación de los servicios que se ofrecen de forma detallada, a su vez preguntando qué precios les parecían asequibles y que se sintieran con la seguridad de pagarlo con el fin de una mejora en sus servicios.

Del mismo modo se les realizó una contextualización frente al emprendimiento que se está realizando para que al momento de llegar a una conclusión frente al costo de cada producto,

fuera una decisión solventada y acorde a lo que se ofrece como emprendimiento, además de ser un precio discutido y ajustado con personas que trabajan con la atención al cliente.

7.3.3 MÉTODOS DE PAGO OFRECIDOS POR EL MODELO DE NEGOCIO.

PRECIO DEL PRODUCTO	
Entrenamiento a nuevo personal	
\$800.000	
   	
Evaluación y asesoriamiento	
\$1.200.000	
   	
Evaluación y entrenamiento	
\$1.500.000	
   	
	

7.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO, CAPTACIÓN DE CLIENTES Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA.

7.4.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO: AL POR MENOR, MEDIANTE TERCEROS, AGENTES O VENDEDORES, FRANQUICIAS, MAYORÍAS O ESTABLECIMIENTO PROPIO.

En el caso de Services Com al ser una consultora de comunicaciones, tendrá su establecimiento propio, y se encargará de ofrecer sus servicios sin intermediarios o terceros. realizando visitas a las diferentes compañías de forma presencial, exponiendo los servicios ofrecidos mediante pequeñas demostraciones que logren evidenciar lo efectivos que pueden llegar a ser los productos.

Además los clientes interesados también podrán acceder a una página web en donde se encontrará toda la información sobre Services Com y sobre los productos que se ofrecen, del mismo modo información de contacto para acceder a los mismos.

7.4.2 CANALES DE COMUNICACIÓN PARA LLEGAR A LOS CLIENTES: PUBLICIDAD TRADICIONAL, MERCADEO DIRECTO, MERCADEO DIGITAL, TELE MERCADEO, RELACIONES PÚBLICAS, EXPOSICIONES Y FERIAS.

- **Mercadeo digital:** Mailing empresarial.
- **Mercadeo directo:** Services Com se acercara directamente a las compañías y hará un ofrecimiento de sus servicios, mediante presentaciones elaboradas con una representación de los productos que se ofrece.
- **Exposiciones y ferias:** Services Com participará en ferias empresariales buscando aumentar su alcance y adquirir nuevos cliente interesados en los servicios que se ofrecen.

- Ferias de la cámara de comercio.
- Ferias de cuero y marroquinería.
- Ferias de Moda (colombiamoda)
- Ferias empresariales de retail. (Retail del futuro)

7.4.3 ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

Services Com se posiciona por medio de una estrategia de mercadeo directo, en donde directamente Services com se dirigirá a las instalaciones de cliente potenciales y se realizará una presentación corporativa de los servicios que se ofrecen, además de esto en la presentación se hará una demostración del cómo se puede mejorar la atención mediante los métodos que usa el emprendimiento (evaluación, asesoramiento y entrenamiento).

Con la presentación se buscará generar un futuro cliente que decida adquirir nuestros servicios de forma constante, con el fin de mejoras continuas en la atención al cliente, del mismo modo se busca la satisfacción del cliente para que este se vuelva un cliente fiel, a su vez entablar una relación de confianza entre la compañía y Services Com que logra afianzar una futura alianza estratégica.

8 ANÁLISIS DE RIESGOS

RIESGOS	IMPACTO	LÍNEAS DE ACCIÓN
FINANCIEROS	Al pedir un préstamo al banco para solventar el ingreso inicial de la creación de la sucursal y contratar personal puede que el emprendimiento no genere el margen de ganancia esperado y debido a esto comience a ver más deuda que ganancia.	Buscar un préstamo con una tasa de interés bajo, para poder tener una facilidad en los pagos. Además no pedir un préstamo tan alto con el fin de prever esta clase de riesgos.
	Incumplir en algún acuerdo llegado con el cliente y que este incurra	Realizar contratos frente a los servicios que se ofrecen donde ambas

LEGALES	en actos legales que lleguen a perjudicar al emprendimiento y su futuro funcionamiento.	partes tengan un mutuo acuerdo, en donde ambos salgan beneficiados sin importar que.
MERCADO	Una situación como la que está viviendo actualmente en donde la compañías deben hacer un cierre temporal debido a una crisis, representaría un impacto grande.	Establecer estrategias para actuar frente este tipo de casos que le permitan a la compañía seguir teniendo ganancias para solventar se económicamente

9. PLAN FINANCIERO

9.1 INVERSIÓN MÍNIMA REQUERIDA PARA INICIAR OPERACIONES.

NECESIDAD	PRESUPUESTO
Oficina	\$3.000.000
Servicio de internet	\$600.000
Computador	\$4.000.000
Impresora	\$800.000
Proyector	\$500.000
Escritorio	\$300.000
Servicio públicos	\$600.000
Servicios de papelería	\$600.000
Transportes	\$1.500.000
Gastos varios	\$1.000.000
Personal	\$4.500.000
TOTAL	\$17.400.000

9.2 TIEMPO ESTABLECIDO PARA LA RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

Realizando cuentas frente a lo invertido para la creación de este proyecto, se requiere, un mínimo de 6 meses para poder recuperar la inversión realizada y un máximo de 12 meses como tiempo establecido para recuperar el 100% de la inversión.

Haciendo un análisis frente al precio de los productos, si al mes como mínimo se venden cuatro de los servicios que se ofrecen, a los 6 meses de haber iniciado el emprendimiento se podrá tener la inversión inicial que se realizó, sin embargo si no hay una aceptación pronta del producto se puede doblar el tiempo a 12 meses para poder recuperar el monto total.

9.3 FINANCIACIÓN EXTERNA.

Para poder dar inicio a la creación física de este emprendimiento se requiere una inversión de \$17.400.000, un monto que no se tiene a la mano por lo que se debe requerir a una fuente externa para poder adquirir este monto, para eso se indagaron diferentes entidades financieras que permitieran una mayor flexibilidad y una tasa de interés no tan alta que permita facilidad con los pagos, a continuación se podrá ver una tabla detallada en donde se muestra mes a mes el monto que se debe pagar por el préstamo, con las diferentes tasas de interés que cobra una entidad crediticia por este monto.

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1pThgNtyJLxhFCgqrDJ6vbBup097wOhtoekmotlk_4E0/edit?usp=sharing

9.4

COSTOS FIJOS	
Renta del local	\$1.000.000
Servicios Públicos e internet	\$400.000
Salario del auxiliar	\$1.500.000
Pago de cuota préstamo	\$800.000
TOTAL	\$3.700.000

Los costos fijos que se ven en la tabla anterior, son costos que representan el monto máximo que se está dispuesto a pagar por cada uno de esos servicios que se requieren, estos costos son teniendo en cuenta el margen de ganancias que se puede llegar a tener, además de como se expresa en la gráfica el monto que se debe pagar por la adquisición del préstamo del monto inicial para la creación de la consultora Services Com.

COSTOS VARIABLES	
Costos de papelería	\$600.000
Mantenimiento de equipos	\$500.000
TOTAL	\$1.100.000

Punto de equilibrio.

Al analizar tanto los costos fijos como los variables se puede notar que no se sobrepasa al monto del capital inicial, se tiene un balance entre ambos costos lo que es un punto de equilibrio positivo.

TOTAL COSTOS: \$4.800.000

10. LIENZO MODELO DE NEGOCIO - CANVAS

10.1 SEGMENTO DEL CLIENTE

Services Com es una consultora de comunicaciones enfocada en servicios de atención al cliente, el cliente objetivo que se busca son las compañías de retail, estas empresas usan el servicio al cliente como su estrategia de negocio en cada uno de sus puntos de venta, además de ser su principal herramienta, sin embargo al buscar las compañías de retail no todas son viables, hay empresas que en la actualidad no usan el servicio al cliente debido al posicionamiento que tienen en comparación a otras. Debido a esto se hará contacto con compañías que sigan usando el servicio al cliente como su estrategia principal. (Abril, Tennis, Koaj, Nike)

10.2 PROPUESTA VALOR (PLUS O VENTAJA COMPETITIVA).

Services Com es una consultora de comunicaciones enfocada en la atención al cliente, como consultora se busca posicionarse en el sector de las empresas de retail, ofreciendo los servicios de, evaluación, asesoramiento y entrenamiento, haciendo de esto una empresa que busca entrenar al personal de estas compañías en los diferentes métodos de atención al cliente que existen, además de enseñarles diferentes formas de comunicación para abordar al cliente y que esta se convierta en una comunicación asertiva, que beneficie tanto al empleado como al empleador.

10.3 CANAL (CONTACTO CON EL CLIENTE).

Services Com, usará el mercadeo directo, abordando a sus clientes desde sus propias compañías haciendo visitas, exponiendo de forma precisa los servicios que se ofrecen como consultora de comunicaciones enfocada en la atención al cliente, todo esto acompañado de una corta asesoría como una demostración de los servicios que se ofrecen, además de esto como apoyo se tendrá una plataforma digital, la página web de la consultora en donde podrán

encontrar toda la información relacionada a la consultora y los servicios que se ofrecen, además de números de contacto y ubicación.

10.4 BLOQUE DE RELACIÓN CON EL CLIENTE.

Services Com busca una relación directa con sus clientes en donde no haya intermediarios y los clientes puedan acceder a los servicios que se ofrecen sin la necesidad de un agente externo, además de esto se busca una fidelización con las compañías con el fin de que se siga haciendo uso de los productos que se ofrecen de forma continua.

Por otro lado también se encontrará la página web, por donde clientes potenciales también podrán hacer contacto con Services Com, a través del correo, del chat de la página web o por vía telefónica, ya que en esta se encontrara toda la información de contacto.

10.5 MODELO DE INGRESOS.

Services Com, obtendrá sus ingresos mediante los servicios que ofrece a las diferentes compañías de retail que serán sus clientes potenciales. Además de buscar futuras alianzas estratégicas que le permitan tener un ingreso adicional, o una reducción frente a los gastos que se tienen.

Por otro lado más adelante se buscará ampliar el portafolio de servicios, además del tipo de clientela a la cual ofrecerle los productos, cosa que permitiría mayores ingresos para la consultora.

10.6 ACTIVIDADES CLAVE QUE DEBO DESARROLLAR.

Como primera actividad que se debe realizar es, desarrollar estrategias frente al cómo abordar a los clientes para ofrecer los servicios del emprendimiento, elaborando una presentación laboral, donde se logre evidenciar los objetivos que se tiene como compañía, y los objetivos que se tienen al ofrecer los servicios que se tienen, además de exponer con claridad los

métodos que se usarán en cada uno de los servicios y el por qué estos son un plus que puede favorecer a esa compañía.

Además de realizar una demostración de los productos con la finalidad de dar un abrebocas del servicio que se ofrece y que el cliente logre ver que este si es eficaz. Por otro lado también se deben desarrollar los planes frente a los servicios que se ofrecen, hacer guías de cada servicio para tener organización al momento de exponer los productos.

Como se ofrecen servicios de evaluación, asesoramiento y entrenamiento del personal en servicio al cliente se deben elaborar estrategias para cada servicio para poder ejecutarlos correctamente y que estos demuestren resultados que logren cumplir con las expectativas del cliente.

10.7 RECURSOS CLAVE.

Para poder realizar la apertura de Services Com, se requiere un capital de 17 millones de pesos, pensando en un presupuesto de 3 meses por adelantado, en donde se cuenta con el dinero para todos los utensilios requeridos, desde el local en donde se tendrá la oficina del emprendimiento, computador, impresora, proyector, escritorio, además de costos de transporte y papelería, también se requiere un servidor web, al cual lo clientes puedan acceder para obtener información sobre el emprendimiento.

10.8 ALIANZAS CLAVE O SOCIOS CLAVE.

Inicialmente no se cuenta o es necesaria una alianza clave con alguna compañía, más sin embargo con el paso del tiempo y el crecimiento del emprendimiento se buscará entablar alianzas con empresas que tengan servicios a fin con las necesidades de Services Com, como lo pueden ser empresas de mensajería, compañías de publicidad o alguna empresa de retail.

Las alianzas pueden servir con el fin de reducir costos, o de atraer u obtener futuros cliente potenciales que beneficien a Services Com y que la logren posicionar en el mercado como una compañía de alta calidad, que cumpla con lo prometido y con las expectativas del cliente.

10.9 ESTRUCTURA DE COSTOS

COSTOS	
Costos fijos	\$3.700.000
Costos variables	\$1.100.000
Punto de equilibrio	\$2.500.000

Segmento del cliente  Services Com es una consultora de comunicaciones enfocada al servicio al cliente por lo que sus cliente potenciales son las compañías de retail. - Tennis - Koaj - Nike - Punto Blanco	Bloque de relación con el cliente Services Com no tendra intermediarios y ofrecera sus servicios de forma directay a través de una página web  Canal Services Com usara una estrategia de mercadeo directo, abordando al cliente y haciendo una demostración de los servicios. 	Propuesta de valor  Se ofreceran servicios de evaluación, asesoramiento y entrenamiento en servicio al cliente, acompañado de un entrenamiento en formas de comunicación y expresión corporal.	Modelo de ingresos  Services Com obtendra sus ingresos de los productos que ofrece como consultora. Recursos clave  Inversión inicial de \$17.400.000, presupuesto planteado para 3 meses por adelantado.	Actividades clave que debo desarrollar - Estrategias frente al como abordar clientes potenciales. - Elaborar una presentación corporativa. - Elaborar los procesos de entrenamiento en servicio al cliente. - Elaborar evaluación en servicio al cliente 
Alianzas clave o socios clave  En un principio Services Com no cuenta con alianzas clave o estrategias sin embargo con el paso del tiempo se buscara tenerlas, con el fin de generar buenas relaciones que beneficien ambas partes		Estructura de costos  - Costos fijos: \$3.700.000 - Costos variables: \$1.100.000 -Punto de equilibrio: \$2.500.000		

REFERENCIAS

- Brandolini, Alejandra, González Frigoli, (2009) Comunicación interna, Claves para una gestión exitosa; Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/69725>
- Germàn Alberto Rengifo Hernández (2014) La comunicación asertiva, un camino seguro hacia el éxito organizacional; Recuperado de:
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/12780/LA%20COMUNICACI%c3%93N%20ASERTIVA%2c%20UN%20CAMINO%20SEGURO%20HACI%20EL%20%20%20XITO%20ORGANIZACIONAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- José Luis González Besada (2014) Comunicación estratégica: La importancia de la comunicación para construir una reputación excelente; Recuperado de:
<https://es.scribd.com/book/326737552/Comunicacion-estrategica-La-importancia-de-la-comunicacion-para-construir-una-reputacion-excelente>

- Kotler, Philip (1994) Mercadotecnia; Recuperado de :
<http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7066/3/658.3-A694p-CAPITULO%20II.pdf>
- Augusto César Guardiola, Cristian Vercely Galo, Douglas Fernando Quiñonez, Jocelynn Sarai Andrade, María Luisa Cruz (2013); Recuperado de:
<https://calidadenservicio.wordpress.com/capitulo-i-un-servicio-excepcional-el-arma-secreta/>
- María Luisa Naranjo Pereira (2005) Perspectivas sobre la comunicación; Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/447/44750218.pdf>
- Hugo Alberto Ardila Molina (2019) Administración Documental; Recuperado de:
<https://www.coursehero.com/file/44174756/ADMINISTRACION-Documental-eje-3docx/>
- Luis Alfredo Solano (2014) La comunicación asertiva, un camino seguro hacia el éxito organizacional germán alberto rengifo hernández universidad militar nueva granada facultad de estudios a distancia programa administración de empresas bogotá; Recuperado de:
https://www.academia.edu/35601552/LA_COMUNICACION_ASERTIVA_UN_CAMINO_SEGURO_HACIA_EL_EXITO_ORGANIZACIONAL_GERMAN_ALBERTO_RENGIFO_HERNANDEZ_UNIVERSIDAD_MILITAR_NUEVA_GRANADA_FACULTAD_DE_ESTUDIOS_A_DISTANCIA_PROGRAMA_ADMINISTRACION_DE_EMPRESAS_BOGOTA_SEPTIEMBRE_2014
- NOVA Consulting Group, página web; <https://www.novaconsulting.co/>
- Consultores en servicio, página web; <https://consultoresenservicio.com/>