

GUNG HO

YESSICA TATIANA CORTES ACOSTA

Tecnóloga Profesional en Procesos Administrativos

SANDRA MILENA GONZALEZ VACA

Tecnóloga Profesional en Procesos Administrativos

ASESOR: CARLOS ALBERTO LOZANO MORENO

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ

2018

Dedicamos la elaboración de este proyecto a todas las personas emprendedoras, dispuestas a cumplir el sueño de ser independientes creando su propia empresa, a los que nos motivan y ayudan a continuar con el cumplimiento de nuestras metas y/o objetivos.

Agradecemos inicialmente a nuestros familiares por acompañarnos en este proceso y apoyarnos para alcanzar la meta de ser profesionales.

A los docentes que nos han compartido y transmitido sus conocimientos durante este camino como universitarios.

A la CUN por brindarnos la posibilidad de crearnos como personas profesionales e integrales.

## **RESUMEN**

El presente trabajo tiene como fin dar a conocer la descripción y análisis de información para la creación de una nueva empresa llamada GUNG HO y su viabilidad en el mercado nacional.

Se muestran todos los aspectos a tener en cuenta para que la empresa cuente con las bases suficientes, de modo que logre el éxito y conquiste el mercado objetivo.

Este proyecto innovador surge de la idea de querer mejorar el servicio que se presta en la empresa World Office Colombia .S.A.S en cuanto a soporte contable y capacitaciones para manejo del programa, se evidencia que esta empresa tiene gran parte de sus clientes insatisfechos y decepcionados por la desmejora que ha tenido el servicio.

Con el fin de recuperar la lealtad de los usuarios que manejan el software, nace la idea de tercerizar el servicio de soporte contable y capacitaciones de todas las modalidades, es ahí cuando entra la empresa GUNH HO dispuesta a manejar y resolver esta problemática, además de generar ingresos con el fin de llegar a ser una empresa rentable y autosostenible.

Por medio de la investigación de mercados realizada por la compañía, estructuramos un plan de marketing integral con el fin de cumplir con nuestros objetivos, esencialmente adquiriendo la satisfacción total de nuestros clientes, los cuales contarán con un amplio portafolio de servicios que ofrece la entidad.

## Tabla de contenido

1. MATRIZ ESTRATÉGICA.....	9
1.1 Descripción General.....	9
1.2 Objetivo General.....	9
1.3 Marco Legal.....	9
1.4 Identidad Estratégica.....	11
1.5 Futuro Preferido.....	11
1.6 Valores.....	11
1.7 Objetivos Específicos.....	12
1.8 Análisis PESTEL. Influencia del macroentorno.....	12
1.9 Análisis de las cinco fuerzas – Influencia del Macroentorno.....	13
1.10 Fuerzas Inductoras.....	14
1.11 Fuerzas Opositoras.....	15
1.12 Estrategia de Competitividad.....	17
1.13 Matriz de Despliegue Estratégico Generativa.....	17
1.14 Cadena de Valor.....	18
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	23
2.1 Referenciación de la información.....	23
2.2 Instrumentalización de la información.....	24
2.3 Graficación de la Información.....	27
2.4 Análisis de resultados para personas (Análisis Cuantitativo).....	29
2.5 Referenciación de la información empresas.....	32
2.6 Instrumentalización de la información.....	32
2.7 Análisis de la información.....	34
3. PLAN DE MARKETING.....	34
3.1 Definición de la Identidad Estratégica del Negocio.....	34
3.2 Objetivos del Plan de Marketing.....	34
3.3 Estrategia de Mercadeo.....	35
3.4 Línea de productos relacionados.....	35
3.5 Estrategia de Mercado Meta.....	36
3.6 Descripción del Servicio Gung Ho.....	36
3.7 Creación de Marca.....	39
3.8 Representación Visual de la Marca.....	40

3.9	Slogan.....	40
3.10	Estrategia de Plaza (Distribución) .....	41
3.11	Estrategia de Promoción.....	42
3.12	Las relaciones públicas (Comunicación Corporativa).....	43
3.13	Estrategia de Precio .....	45
3.14	Proyección del precio.....	46
4.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	49

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Oportunidades - Fuerzas inductoras.....	14
Tabla 2 Fortalezas– fuerzas inductoras.....	15
Tabla 3 Amenazas– fuerzas opositoras.....	15
Tabla 4 Debilidades– fuerzas opositoras. ....	16
Tabla 5 Matriz de Despliegue Estratégico Generativa.....	17
Tabla 6 Presupuesto de recursos financieros para la empresa GUNH HO .....	20
Tabla 7 Presupuesto de Nómina de Colaboradores.....	20
Tabla 8 Referenciación de la información personas encuestadas. ....	24
Tabla 9 Análisis de las 25 personas con referencia a las 20 preguntas formuladas .....	26
Tabla 10 Referenciación de la información empresas entrevistadas.....	32
Tabla 11 Instrumentalización de la información.....	33

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Boceto Cadena de Valor empresa GUNG HO .....	18
Figura 2 Detalle de Cadena de Valor de la empresa GUNH HO .....	19
Figura 3 Mapa de procesos servicio de soporte contable telefónico.....	21
Figura 4 Mapa de procesos servicio de capacitación presencial sobre manejo del Software World Office. .....	22
Figura 5 Tabulación y grafico preguntas conocimiento.....	27
Figura 6 Tabulación y grafico preguntas gusto.....	27
Figura 7 Tabulación y grafico preguntas satisfacción.....	28
Figura 8 Tabulación y grafico preguntas expectativa .....	28
Figura 9 Gráfica final de expectativa.....	31
Figura 10 Servicio post-venta 1. ....	38
Figura 11 Servicio post-venta 2. ....	39
Figura 12 Red de distribución.....	42



# **1. MATRIZ ESTRATÉGICA**

## **1.1 Descripción General**

Gung Ho es una organización modalidad outsourcing dedicada a brindar servicio de soporte y capacitación de manera presencial, virtual y telefónica a todas aquellas grandes, medianas y pequeñas empresas que manejen el programa contable y financiero World Office.

Esta idea nace de la necesidad que tienen los gerentes, contadores y administradores por aprender a manejar el software que les permite llevar la contabilidad de la empresa de manera óptima, de igual manera el apoyo que necesitan para la correcta implementación de la licencia. Sabemos la importancia del factor tiempo para los empresarios, es por eso que esta organización está comprometida a generar satisfacción a cada uno de los clientes, brindando respuesta inmediata y resolviendo el inconveniente con soluciones eficientes.

Prestamos servicio de soporte y capacitación sobre el programa World Office y sus procesos contables básicamente, parametrización de la licencia, configuración inicial, creación de cuentas contables, ingreso de terceros, creación de productos para el inventario, nomina, facturación, diseño de formatos personalizados y todos aquellos procesos que se necesiten para la correcta implementación de la licencia.

## **1.2 Objetivo General**

Tercerizar el servicio de soporte y capacitación contable para el manejo, parametrización e implementación del programa World Office Colombia S.A.S, brindando un servicio ágil y oportuno, reduciendo tiempos de espera siempre en pro de la satisfacción del usuario, así mismo disminuir el costo operativo y aumentar las ventas de manera potencial a nuestro cliente, obteniendo rentabilidad y sostenibilidad para nuestra empresa.

## **1.3 Marco Legal**

- DECRETO 583 DE 8 DE ABRIL DE 2019 "DE LA INSPECCIÓN, VIGILANCIA Y CONTROL SOBRE LA TERCERIZACIÓN LABORAL": Este decreto aplica para nuestro la modalidad outsourcing ya que habla sobre los conceptos de la tercerización y en qué caso se considera que se está manejando una tercerización ilegal, las sanciones que se aplicarían en caso tal de que no se cumpla con lo estipulado y la reducción de las mismas. Habla de las modalidades de vinculación como simple intermediario, beneficiario y proveedor, tercerización laboral. entre otros.
- DECRETO 722 DE 15 DE ABRIL DE 2013 #DEL SERVICIO PÚBLICO DEL EMPLEO" Reglamenta la prestación de servicio público de empleo, pone freno a las bolsas de empleo y entidades que se lucraban pidiendo dinero a las personas que estaban tratando de buscar trabajo lo cual está totalmente prohibido en Colombia.
- CODIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO: Regula la relación entre el trabajador y el empleador por medio de unas normas, muestra los derechos del trabajador y los del empleador.
- ACUERDOS DE CONFIDENCIALIDAD: Son acuerdos creados y firmados por las dos partes (tercero y cliente) con el fin de cumplir unas reglas para la prestación del servicio y una reserva total de la información que se maneja en la empresa. Procesos, actividades, actualizaciones, estrategias y de más.
- REGISTRO COMO EMPRESA EN LAS ENTIDADES QUE ESTABLECE LA LEY; ADQUISICION DE RUT, CAMARA DE COMERCIO, REPRESENTACIONES LEGALES, FACTURACION.

### **Pasos y documentos requeridos para la creación de la empresa.**

*Ante la Cámara de Comercio:* Verificar la disponibilidad del nombre, diligenciar el formulario de registro y matrícula, pagar el valor de registro y matrícula.

*Ante la Notaria:* Escritura Pública.

*Ante la DIAN:* Inscribir el RUT y obtención del NIT.

*Ante la Secretaria de Hacienda de la Alcaldía:* Registro de Industria y Comercio, Registro de uso del suelo, condiciones sanitarias y de seguridad.

## **1.4 Identidad Estratégica**

Gung Ho trabaja en modalidad outsourcing brindando servicio de soporte y capacitación para la implementación y manejo del programa contable y financiero World Office, basándose en la eficiencia, confiabilidad y confidencialidad que requiere el usuario al igual que la satisfacción al cliente.

## **1.5 Futuro Preferido**

Ser la primera alternativa para nuestro cliente como aliado indispensable en su organización, prestando un servicio profesional, confiable y de alta calidad en soporte al igual que capacitación contable a nivel internacional, obteniendo la confianza del usuario garantizando un excelente servicio y manteniendo su lealtad perpetua.

## **1.6 Valores**

- **CALIDAD:** Mejora continua en nuestras actividades, procesos y servicio.
- **PASIÓN POR EL SERVICIO:** Actitud, escucha activa, empatía y profesionalismo en la atención a los usuarios.
- **SINERGIA:** Unión, fuerza y trabajo en equipo para construir la organización y mantenerla siempre en crecimiento.
- **CONFIDENCIALIDAD:** Garantizamos la absoluta reserva profesional de la información confidencial antes, durante y después de la prestación del servicio.
- **RESPONSABILIDAD SOCIAL:** Contribuir activamente al mejoramiento social, económico y ambiental.

## 1.7 Objetivos Específicos

- Incrementar el nivel de eficiencia en la solución de los "casos contables" anticipándose a la necesidad del usuario y dando soluciones óptimas a sus inconvenientes y respuestas de valor a sus inquietudes.
- Evaluar continuamente los resultados obtenidos en relación a la prestación del servicio y priorizar los procesos más importantes.
- Proveer y mantener un recurso humano altamente calificado y motivado para alcanzar los objetivos propuestos por la compañía.
- Dirigir la adquisición, actualización, implementación y operación de tecnología e infraestructura, de modo que responda óptimamente a los requerimientos de la empresa y garantice confiabilidad en su funcionamiento.

## 1.8 Análisis PESTEL. Influencia del macroentorno.

**Político:** Políticas que empezarán a regir con la nueva presidencia. Leyes sobre el control de la información contable, información que poseen las empresas que manejan el programa contable y financiero World Office.

**Factores Económicos:** Nivel de desarrollo tecnológico para todas las empresas a nivel nacional, debido a que este es el que genera que cada día existan más medianas y pequeñas empresas que se adhieren a el programa contable World Office.

**Factores Socio Culturales:** El déficit de "mano de obra" calificada con amplios conocimientos técnicos en el sistema World Office. - Falta de implementación de sistemas contables certificados dentro de las pymes.

**Tecnología:** Divulgación y enseñanza del manejo efectivo y eficiente del programa World Office, acordes con los avances de la tecnología. - Implementación del buen uso y aprovechamiento de las Tics dentro de la prestación del servicio y capacitación al cliente.

**Ecología:** No supone una afectación mayor en el sistema medioambiental, debido a que el objetivo fundamental de la empresa se enfocará a la prestación de servicios por medio de las Tics, utilizando medios digitales.

**Legal:** La Constitución legal de la empresa, se creará ante la Cámara de Comercio de Bogotá, realizando el registro como persona jurídica, denominado así a una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer las obligaciones que haya lugar.

## 1.9 Análisis de las cinco fuerzas – Influencia del Macroentorno.

### **Amenazas de nuevos competidores:**

- GUNG HO centra su servicio en World Office como único cliente.
- El nuevo competidor debe ser avalado y autorizado por World Office por temas legales.
- Al estar avalados por World Office el cliente confía más en el servicio y su garantía.

**Poder de negociación de los proveedores:** El proveedor no tiene poder sobre el mercado, puesto que hay mucha oferta de computadores, sillas, mesas y de más elementos que se requieren por lo tanto el buscará la manera de persuadir mi interés con bajos precios y preferirlo a él.

**Rivalidad entre los competidores actuales:** La rivalidad está directamente hacia World Office ya que existen empresas desarrolladoras y comercializadoras de Software contable como SIIGO y ELISA. Para GUNG HO no habría competencia directa ya que seríamos los únicos aliados.

**Poder de negociación con los clientes:** Por ser el único aliado de mi cliente, será mayor la exigencia con la prestación del servicio al usuario y su nivel de satisfacción. Estar actualizado en la información y tener un buen manejo de la misma para una buena integración.

### **Amenaza de productos o servicios sustitutos:**

- Nuevas tecnologías que le permitan al cliente aprender el manejo del programa y resolver errores.

- Guiarse para la implementación por medio de vídeos tutoriales.

## 1.10 Fuerzas Inductoras

Tabla 1 Oportunidades - Fuerzas inductoras

		Dirección General	Recursos Humanos	Servicio al cliente		Tecnología		
<b>Oportunidades</b>	<b>O1</b>	Innovación en procesos, desarrollar nuevos procesos o mejorar los actuales para atender las necesidades de nuestros empleados y clientes.	<b>O5</b>	Alta oferta de personal, por alta tasa de desempleo.	<b>O9</b>	Necesidad del servicio	<b>O13</b>	Establecer objetivos concretos más ambiciosos para el cumplimiento de los objetivos.
	<b>O2</b>	Abrir nuevos segmentos de mercado, para incrementar los ingresos(segmentos que podemos atender)	<b>O6</b>	Todos los empleados gozarán de prestaciones y beneficios que estipulan la ley.	<b>O10</b>	Competencia débil	<b>O14</b>	Adquisición nuevos software y actualizaciones para reducir tiempos en los procesos.
	<b>O3</b>	Implementar mecanismos de control (manejo de indicadores)	<b>O7</b>	Reuniones constantes para la medición del desempeño.	<b>O11</b>	Suministro de personal capacitado para el cargo	<b>O15</b>	Optimizar el manejo de la información por medio de la confidencialidad.
	<b>O4</b>	Implementación de un marco legal para los contratos y/o empresas prestadoras de servicio outsourcing.	<b>O8</b>	Conseguir las condiciones de trabajo más favorables para nuestros colaboradores.	<b>O12</b>	Establecer la empresa como la primera opción de servicio para el soporte del sistema.	<b>O16</b>	Mejora en los procesos que constituyen el préstamo del servicio.

**Fuente.** Elaboración propia

Tabla 2 Fortalezas– fuerzas inductoras.

	Dirección General		Recursos Humanos		Servicio al cliente		Tecnología	
<b>Fortalezas</b>	<b>F1</b>	Capacidad de negociación en el establecimiento de contratos que favorezcan los ingresos de la entidad.	<b>F5</b>	Capacitación constante al personal.	<b>F9</b>	Disponibilidad de personal con alto sentido de pertenencia	<b>F13</b>	Conocimiento tecnológico.
	<b>F2</b>	Perfil de líderes.	<b>F6</b>	Equipo humano motivado a la mejora continua.	<b>F10</b>	Profesionalismo en la prestación del servicio, personal altamente capacitado.	<b>F14</b>	Económica, nos permiten medir y analizar cualquier acción.
	<b>F3</b>	Personal capacitado para ejercer cada uno de los cargos de gerencia.	<b>F7</b>	Personal capacitado para realizar las actividades de selección de personal.	<b>F11</b>	Misión y Objetivos definidos para el correcto cumplimiento de las funciones establecida en cada guía ocupacional.	<b>F15</b>	Contar con un plan de medios para facilitar el contacto con los usuarios.
	<b>F4</b>	Capacidad para facilitar la traducción de la visión de la empresa con valor agregado para los empleados, propietarios y clientes.	<b>F8</b>	Manual de funciones claras para cada uno de los cargos a ejercer.	<b>F12</b>	Socios estratégicos de la empresa creadora y vendedora del sistema contable.	<b>F16</b>	Acceso a múltiples informaciones de numerosas índoles.

Fuente. Elaboración propia

### 1.11 Fuerzas Opositoras

Tabla 3 Amenazas– fuerzas opositoras.

	Dirección General		Recursos Humanos		Servicio al Cliente		Tecnología	
<b>Amenazas</b>	<b>A1</b>	Crecimiento lento del mercado.	<b>A5</b>	Falta de oferta de personal capacitado para	<b>A9</b>	Desigualdad en remuneración económica vs otros Outsourcing	<b>A13</b>	Actualizaciones constantes en los sistemas soportes

				ejercer los cargos.			del préstamo del servicio.	
	<b>A2</b>	Incremento en el valor de alquiler y venta de las instalaciones y equipos.	<b>A6</b>	Infiltración de personal con dudosa reputación.	<b>A10</b>	Incremento de PQR por actualizaciones del sistema sin contar con la capacitación requerida.	<b>A14</b>	Susceptibles a todo suceso de riesgo informático.
	<b>A3</b>	Competencia en el sector de sistemas contables.	<b>A7</b>	Mejores ofertas laborales en el mercado.	<b>A11</b>	Rotación de personal.	<b>A15</b>	Nuevas tecnologías (equipos y sistemas) con los que no se cuentan.
	<b>A4</b>	Crisis económicas nacionales.	<b>A8</b>	Riesgo laboral establecido en el SG-SST.	<b>A12</b>	No contar con herramientas para el desarrollo de encuestas de satisfacción de los clientes, lo que muestra un atraso técnico de la empresa.	<b>A16</b>	Desconfianza por parte de las empresas en el control de la información.

**Fuente.** Elaboración propia

*Tabla 4 Debilidades– fuerzas opositoras.*

	Dirección General		Recursos humanos		Servicio al cliente		Tecnología	
<b>Debilidades</b>	<b>D1</b>	Escases de recursos financieros.	<b>D5</b>	Falta de compromiso de la nueva generación de empleados.	<b>D9</b>	Salarios bajos	<b>D13</b>	Falta de capacitación constante para los empleados sobre las actualizaciones.
	<b>D2</b>	Falta de implementación de sistemas internos que permitan tener control de los indicadores de gestión.	<b>D6</b>	Ausencia de recursos para implementar un sistema de reconocimiento y recompensas.	<b>D10</b>	Falta de remuneración y motivación al recurso humano	<b>D14</b>	No contar con los mejores sistemas tecnológicos por escasez de recursos.
	<b>D3</b>	Empresa nueva en el mercado.	<b>D7</b>	Pérdida de tiempo en la capacitación del personal debido al alto rotamiento del mismo.	<b>D11</b>	Control y seguimiento a los PQRS.	<b>D15</b>	Manejo confidencial de la información.



<b>D4</b>	Dependencia de los procesos de la empresa World Office.	<b>D8</b>	No se cuenta con indicadores de gestión.	<b>D12</b>	Red de servicio sin experiencia.	<b>D16</b>	Dependencia de la actualización del software contable.
-----------	---	-----------	--	------------	----------------------------------	------------	--

**Fuente.** Elaboración propia

## 1.12 Estrategia de Competitividad

Gung Ho sabe la importancia del tiempo para las empresas, por eso ha dedicado apoyar a los usuarios incondicionalmente en la implementación, soporte contable y capacitación del programa World Office con respuestas inmediatas y soluciones efectivas por medio telefónico, Skype y team viewer, de modo que hace más ágil la prestación del servicio, además pone al alcance la grabación total del proceso realizado para que en posibles errores repetitivos el usuario tenga la posibilidad de observar el vídeo y tener una ayuda instantánea.

## 1.13 Matriz de Despliegue Estratégico Generativa

*Tabla 5 Matriz de Despliegue Estratégico Generativa.*

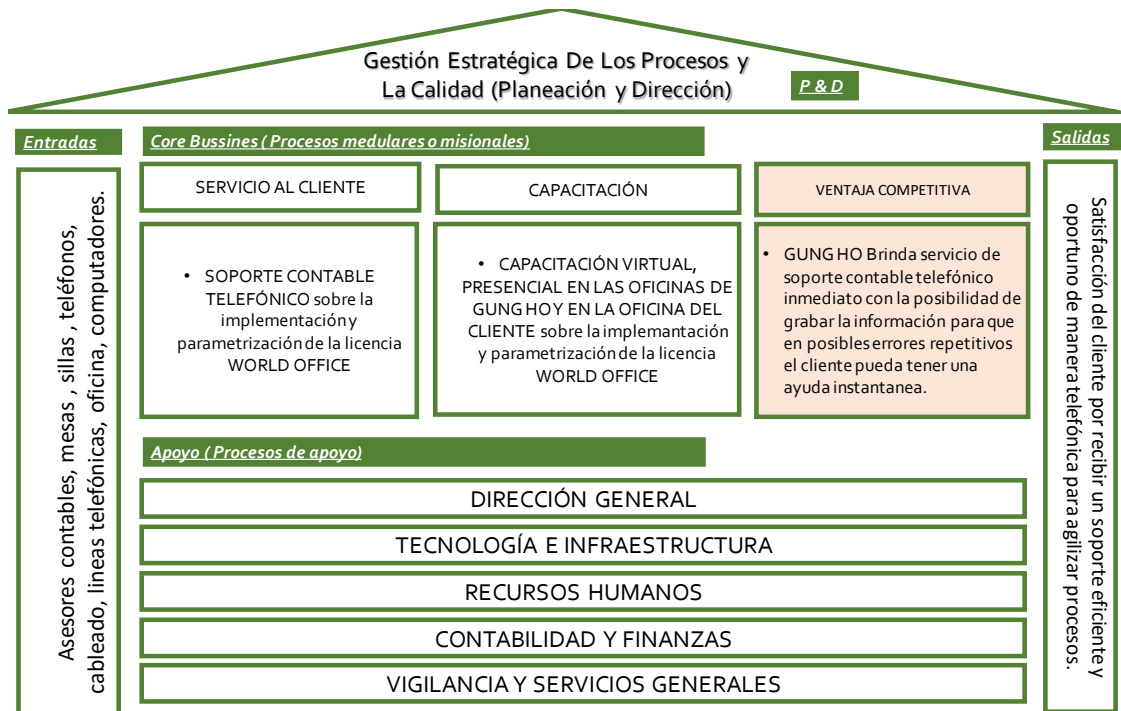
No Estrategia	Opositoras	Inductoras	Estrategia
1	D1	F1	Establecer contrato con la empresa World Office, por medio del cual los ingresos financieros de nuestra entidad vayan mejorando a medida que se optimice el soporte prestado.
2	A12	O10	Crear un modelo de investigación y seguimiento de mercados, donde podamos identificar las falencias del modelo actual para cumplir con las expectativas de los clientes a los que prestaremos el soporte inicialmente.
3	D 15	O15	Establecer acuerdos de confidencialidad con cada una de las empresas que adquieren el software World Office.
4	D5	F6	Sistemas de recompensas y reconocimientos a nuestros empleados para incrementar los indicadores en servicio al cliente.
5	A7	O8	Instaurar en el área de Recurso Humanos un sistema de desarrollo de personal efectivo para que nos permita brindar estabilidad y crecimiento del personal, así reduciremos sobre costos en el rotamiento del personal.

6	A10	F12	Disponer de capacitaciones constantes para las empresas que requieran de este servicio con el personal capacitado para brindar las mismas.
7	A8	O8	Constituir un SG-SST que disminuya los riesgos e incidentes en el entorno laboral.
8	D16	O16	Mantener constante comunicación con nuestro cliente World Office y conocer sobre las actualizaciones que generan en el sistema contable y financiero para poder prestar un servicio eficiente.
9	A11	F9	Crear programas contantes con el área de recursos humanos para mantener la motivación de los colaboradores para aumentar el sentido de pertenencia y disminuir la rotación.
10	D8	O7	Establecer un sistema de medición de indicadores, monitoreo de llamadas, conocer la satisfacción del cliente por medio de encuestas y generar informes mensuales para estudio del servicio eficiente o implementación de mejoras.

**Fuente.** Elaboración propia

## 1.14 Cadena de Valor

*Figura 1* Boceto Cadena de Valor empresa GUNG HO



**Fuente.** Formato Matriz Estratégica Cumbre CUN, Contenido propio

Figura 2 Detalle de Cadena de Valor de la empresa GUNH HO

Entradas:	<p><b>Propiedad intelectual:</b> Gerente, 5 Contadores, 10 asesores contables, 15 practicantes contables, coordinador, secretaria, dos guardas de seguridad, Sra. Servicio general, recepcionista, Persona de recursos humanos. <b>Materiales:</b> 36 Teléfonos , 36 diademas , 50 sillas , 20 mesas, 36 computadores , una repisa para crear cubículos, internet , líneas telefónicas, programa contable. <b>Infraestructura:</b> Oficina ubicada en centro empresarial arrecife Torre 1 Piso 3, servidor, conexión de redes, cableado. <b>Financieros:</b> Pago de nómina, pago de servicios, arrendamiento, implementos de aseo, entretenimiento. <b>Cientes:</b> World Office</p>
Core Bussines (procesos medulares o identitarios)	<p><b>SOPORTE CONTABLE:</b> Recepción de la llamada de un cliente que necesita resolver dudas, inquietudes o inconvenientes sobre el programa contable y financiero World Office, Se identifica la necesidad del cliente y si el requerimiento es contable se brindan las posibles soluciones al caso o se despejan dudas. En caso de ser temas técnicos se brinda número de contacto de World Office directamente. Si el cliente está de acuerdo con la solución se despide amablemente en caso de no estarlo se escala la solicitud a revisión.</p>
Apoyo (procesos de apoyo)	<p><b>DIRECCIÓN GENERAL:</b> Provee, organiza, coordina y controla las actividades de la organización y sus recursos, toma de decisiones para llevar a la empresa por un buen camino. <b>TECNOLOGÍA E INFRAESTRUCTURA:</b> Mantener el funcionamiento óptimo de los equipos, la conexión de redes y comunicaciones, el servidor de la empresa, seguimiento y control de los activos tecnológicos de la empresa. <b>RECURSOS HUMANOS:</b> Reclutamiento, selección, contratación, capacitación, administración y gestión del personal de la empresa. Proveer la comunicación de la empresa con los colaboradores. <b>CONTABILIDAD Y FINANZAS:</b> Controlar y analizar los registros contables, registrar costos y gastos de la empresa, tener al día pago de impuestos y declaraciones, pago de nómina, generar presupuestos. <b>SERVICIOS GENERALES:</b> Mantener la empresa limpia, todo en orden, servir a los administradores en lo que necesiten.</p>
Salidas:	<p>Eficiente Servicio de soporte contable sobre el programa World Office , solución de inconvenientes y respuesta a preguntas del cliente en cuanto a la implementación y parametrización de la licencia. Brindar un servicio inmediato o en el menor tiempo posible hace que el cliente se sienta satisfecho con el servicio y voz a voz recomendará el programa. Entre más usuarios adquieran World Office más demanda de nuestro servicio, por ende tendremos más rentabilidad para GUNG HO.</p>
Gestión Estratégica De Los Procesos y La Calidad (Planeación y Dirección)	<p>La mejor manera de validar si nuestro servicio se está prestando de manera eficiente es preguntándole a los usuarios. Es por eso que mensualmente se generarán encuestas de satisfacción al usuario en donde se establecerán diferentes indicadores que respondan y resuelvan preguntas de calidad y buen servicio por parte de la empresa. Adicionalmente estaremos en constante evaluación de tiempos de espera para atención de soporte puesto que el factor tiempo para las empresas es muy importante y debemos recortar procesos que sean muy extensos para ganar agilidad.</p>

Fuente. Elaboración propia

Tabla 6 Presupuesto de recursos financieros para la empresa GUNH HO

<b>INTERNET Y LINEAS DE COMUNICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
TELEFONOS	36	145.000	5220000
DIADEMAS	36	129000	4644000
SILLAS	50	184000	9200000
MESAS	5	93000	465000
COMPUTADORES	36	1.700.000	61200000
REPISA PARA CUBICULOS	8	1.500.000	12000000
INTERNET Y LINEAS DE COMUNICACIÓN	1	5.000.000	5000000
SERVIDOR	1	8.000.000	8000000
<b>TOTAL PROYECCIÓN FINANCIERA</b>			<b>105'729.000</b>

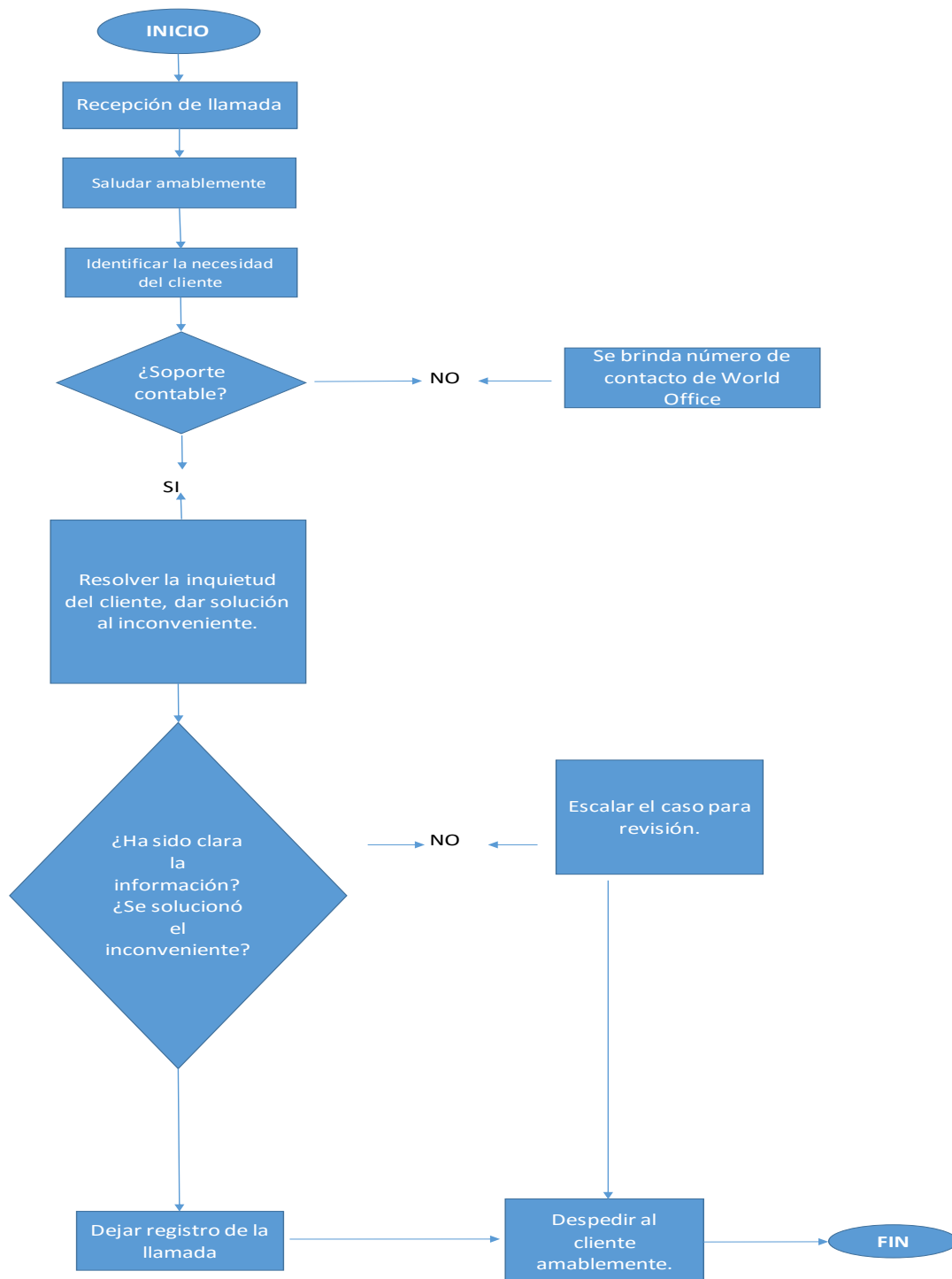
Fuente. Elaboración propia

Tabla 7 Presupuesto de Nómina de Colaboradores.

<b>COLABORADOR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR NÓMINA</b>	<b>TOTAL</b>
GERENTE	1	5000000	5000000
CONTADORES	5	2.500.000	12500000
ASESORES CONTABLES	10	950000	9500000
PRACTICANTES CONTABLES	15	585931	8788965
COORDINADOR	1	1200000	1200000
SECRETARIA	1	850000	850000
GUARDA DE SEGURIDAD	2	900000	1800000
RECURSOS HUMANOS	1	2000000	2000000
SERVICIOS GENERALES	1	781242	781242
RECEPCIONISTA	1	850000	850000
<b>TOTAL DE NÓMINA</b>			<b>43'270.207</b>

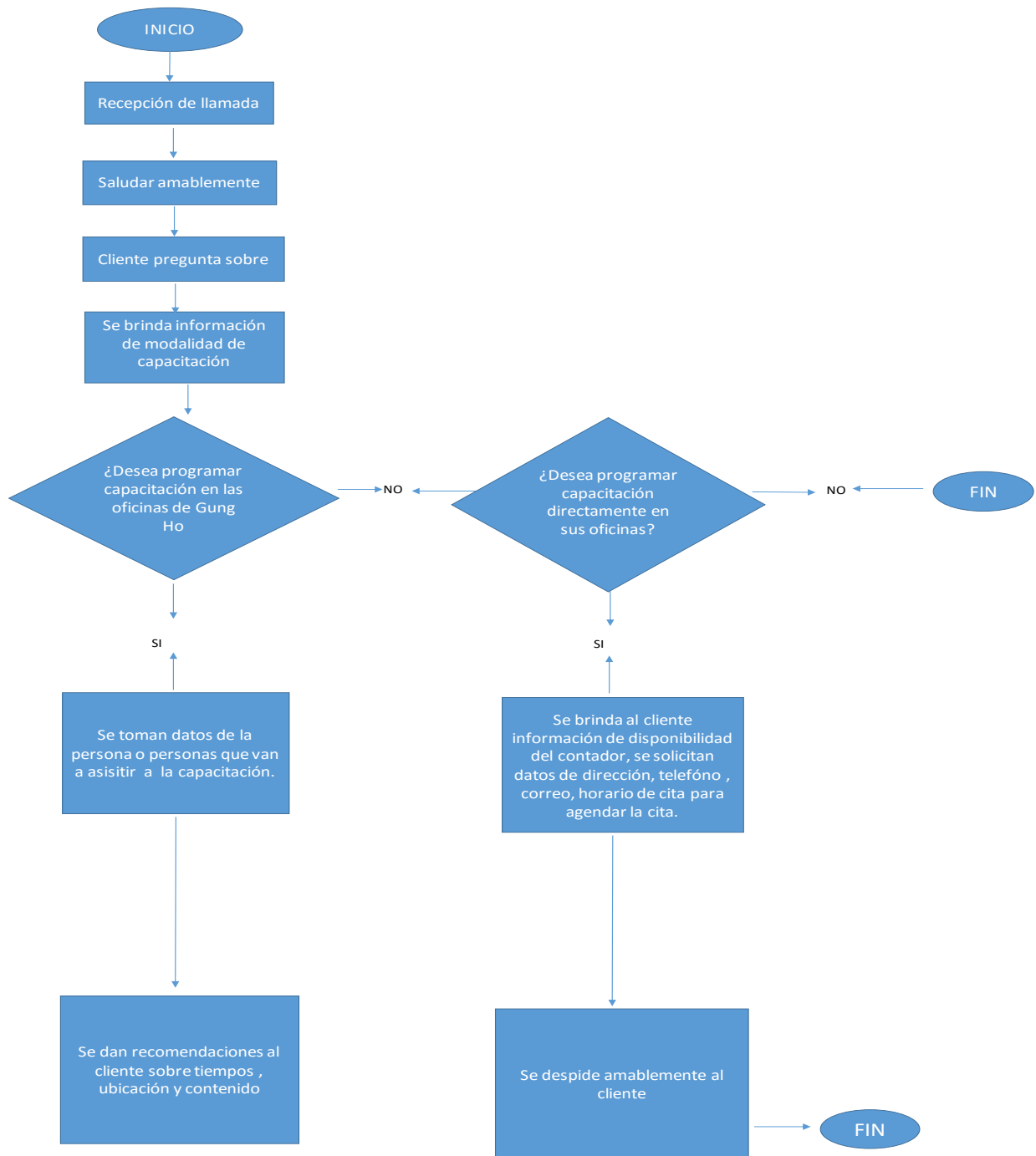
Fuente. Elaboración propia

Figura 3 Mapa de procesos servicio de soporte contable telefónico



Fuente. Elaboración propia

Figura 4 Mapa de procesos servicio de capacitación presencial sobre manejo del Software World Office.



Fuente. Elaboración propia

## **2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

La siguiente investigación de mercados tiene como fin verificar si es viable la implementación de una nueva modalidad de servicio brindado por HUNG HO, empresa dedicada a la tercerización de soporte contable para las organizaciones que manejan el programa World Office.

Se lleva a cabo una encuesta de 20 preguntas entre conocimiento, gusto, satisfacción y expectativa a 25 personas, hombres y mujeres entre los 22 y 55 años de edad en la ciudad de Bogotá. Se usa como herramienta de investigación el método CUANTITATIVO, puesto que este método según explica Sampieri (1991, p.4), “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”

### **2.1 Referenciación de la información**

En la tabla se muestran los datos de las personas a las cuales se les aplicó la encuesta de Investigación de mercados, con el fin de obtener información sobre la viabilidad para implementar una nueva modalidad de servicio.

Tabla 8 Referenciación de la información personas encuestadas.

NOMBRE	SEXO	EDAD	EST	TELÉFONO	CORREO	DIRECCIÓN
Omar Steven Alarcon	M	24	2	3214437724	omar_stiven@hotmail.com	Cr 95a # 138 65
Juan José González	M	33	2	3203051266	juaniriz11@gmail.com	Cr 98 # 158A 04
Luz Aurora Vaca	F	48	2	3195636567	luzauroravacach@gmail.com	Cll 157 # 96 22
Carolina Téllez	F	29	3	3005427698	Jtellez9@uniminuto.edu.co	Cll 156c 10037
Oscar Andres Sarmiento	M	36	2	3013588859	andsarmi82@hotmail.com	Cll 52 sur #97 68
Tatiana Méndez	F	26	2	3203678558	wendymendezs@gmail.com	Cr 48 D # 58 37 Sur
Leidy Johanna Cruz	F	22	2	3102326086	Johannacruz2510@gmail.com	Cll 17c Sur 17-39
Liseth Virquez	F	28	2	3125930162	lizeth.a.v.r@gmail.com	Cr 81 B número 43-20
Luz Landinez	F	23	3	3006703773	Elens_12@hotmail.com	Cll 67b 68b-16
Laura Marcela Figueroa	F	29	3	3219050048	lafiro1400@gmail.com	Cr 116 B 70 A 54
Duvan Araque Acosta	M	27	2	3183023238	duvanaraqueacosta12@hotmail.com	Diagonal 62g No. 74 A 19 sur
Sonia Garzón Pesca	F	55	3	3112542142	charlynsoso@gmail.com	Cr 72 B #62 F 34 sur
Luz Alba Alayon Vargas	F	34	3	8212405	albaluz.alayonvargas@yahoo.es	Cll 34 F 14-00 este BI 31 C 27
Diana Marcela Bonilla	F	37	2	3203954901	marcevilamil7@hotmail.com	Cr 104 D # 128 C 34
Mary Gordillo Castro	F	47	3	3877182	maryluna514@gmail.com	Cll 83 # 102 - 30
Yaira Alejandra Sarmiento	F	28	3	3506194792	yaira.s.a23gmail.com	Cr 98A #A 70
Diana Catherine Barrera	F	27	2	3166253450	barrera. Betancourth@gmail.com	Cr 13 # 46d 35
César Augusto Martínez	M	33	3	3005959682	cesarmav@gmail.com	Cll 149b 115 28
Erika Mejía Ruiz	F	24	3	3133194476	erika.jm@gmail.com	Cr 113 C # 142 A 90
Yesid Pinzón Gómez	M	26	2	3015025802	yeopinzon@gmail.com	Cr 13 Este 46 b 35
Alejandra Ladino	F	30	4	3107646501	alejandra.ladino@hotmail.com	Cll 64 h # 86 26
Valeria Lozada	F	31	3	2671194	Yulyvalerialozada@gmail.com	Cll 41 #72h 18
Angie Catalina Rodriguez	F	30	2	3125220413	angiecata0712@gmail.com	Cll 73 D Bis Sur 3c 32
Camilo Bejarano	M	24	3	3108578112	Harol.bejarano@cun.edu.co	Cr 101 c 132—60
Laura Catalina Higuera	F	28	2	3213706378	laurahiguera1989@gmail.com	Cll 15 119A 37 TR 11 Apto 303

**Fuente.** Elaboración propia

## 2.2 Instrumentalización de la información

Se formulan 20 preguntas entre conocimiento, gusto, satisfacción y expectativa, a continuación se darán a conocer cada una de ellas:

1. ¿Conoce o ha escuchado hablar de la actividad comercial a la que se dedica la empresa World Office Colombia S.A.S y la manera en que presta su servicio?
2. ¿Ha usado o manejado el software contable en alguna empresa o a nivel personal?
3. ¿Ha solicitado en alguna ocasión servicio de soporte contable para la implementación del programa?



4. ¿Se le facilita la parametrización de la licencia y el manejo del programa para su implementación?
5. ¿Tiene conocimiento de las herramientas de apoyo que tiene la empresa para facilitar la implementación del software?
6. ¿Le atrae la idea de llevar la contabilidad de su empresa en un software contable que genere procesos automáticos?
7. ¿Le gusta apoyarse en un video tutorial actualizado en donde le muestra paso a paso como generar un proceso para la parametrización de la licencia o resolver algún error que esté generando su implementación?
8. ¿Le gusta que la atención sea más personalizada? (Telefónicamente, a través de Team Viewer, o directamente en las oficinas sin ninguna restricción)
9. ¿En caso de que esté presentando un inconveniente o inquietud en la parametrización de la licencia, está de acuerdo con que se manejen tiempos de respuesta?
10. ¿En caso de que esté presentando un inconveniente o inquietud en la parametrización de la licencia, le gusta que la ayuda sea inmediata?
11. ¿Se siente satisfecho con la asesoría que recibe por parte de World Office y los tiempos establecidos en que le atienden sus inquietudes o inconvenientes?
12. ¿Le satisface un servicio en donde solo se resuelvan problemas o inconvenientes que surjan en la implementación de la licencia, más no ayuda cuando usted tenga dudas o preguntas para la parametrización de la misma?
13. ¿Las capacitaciones que usted tiene disponibles para aprender a manejar el programa World Office son suficientes para la correcta implementación de la licencia?
14. ¿Su satisfacción aumentaría si hay un verdadero seguimiento en el proceso de parametrización de la licencia por parte de World Office después de que usted adquiere el programa?
15. ¿Recomendaría a World Office como proveedor de Software contable y financiero a las demás empresas?
16. ¿Estaría de acuerdo con que se implemente una atención telefónica para resolver las dudas o inconvenientes que tenga con el manejo del programa y así evitar los tiempos de respuesta?

17. ¿Le gustaría que en cualquier momento usted pueda acercarse a las oficinas para que le brinden un servicio personalizado presencial en donde pueda despejar cualquier duda que tenga en cuanto al manejo de programa?
18. ¿Le gustaría que World Office implementara el reclutamiento de personas que manejen el software, con el fin de que usted pueda acceder a la base de datos y contratar una persona para su empresa?
19. ¿Pagaría usted una asesoría personalizada en sus oficinas, contando esto como un servicio adicional que no lo cubre su pago anual de renovación?
20. ¿Estaría dispuesto a pagar un poco más de soporte y actualizaciones con el fin de que el servicio prestado sea más eficiente, que bajen los tiempos de respuesta, sea más personalizada la atención y las herramientas de apoyo siempre estén actualizadas?

Tabla 9 Análisis de las 25 personas con referencia a las 20 preguntas formuladas

PREGUNTA N°	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	
RESPUESTAS	SI	SI	SI	NO	NO	SI	NO	SI	SI	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	
	SI	NO	NO	NO	SI	SI	NO	SI	NO	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	
	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	NO	SI	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO	
	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO	SI	
	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	
	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI
	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO
	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO	SI
	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	NO	NO
	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI
	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO	SI	NO	NO	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI
	SI	SI	SI	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI
	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI
	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
	SI	NO	NO	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
	SI	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI
	SI	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI
	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
	SI	NO	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO

Fuente. Elaboración propia

### 2.3 Graficación de la Información

Se ha generado de manera gráfica la representación de las respuestas por parte de los usuarios a cada una de las preguntas, a través del link se podrá observar la gráfica correspondiente a cada pregunta:

<https://docs.google.com/forms/d/1oxLPL9IQz6XX6ufHhGvnrAgoPvHcAjjAIOdsQtsH6gI/e/dit#responses>

Se generan grupos de preguntas en donde finalmente la información ve reflejada en 4 grandes gráficas que determinan la viabilidad del proyecto:

Figura 5 Tabulación y grafico preguntas conocimiento.

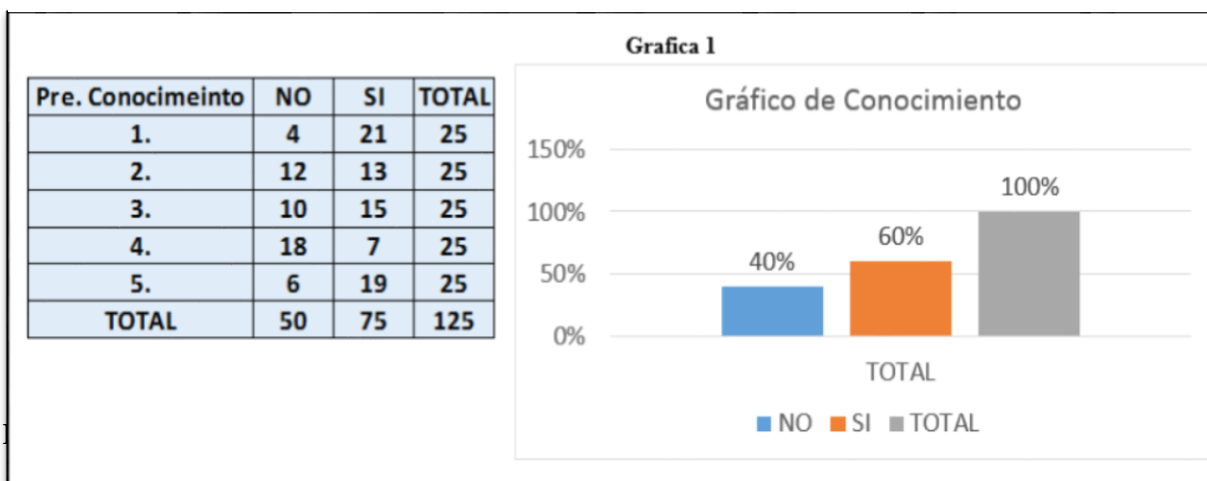
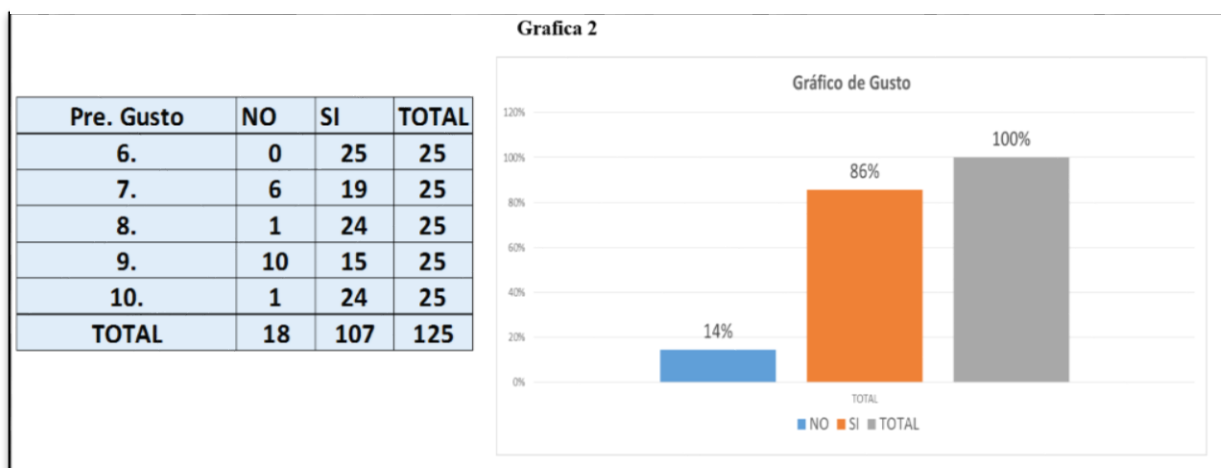
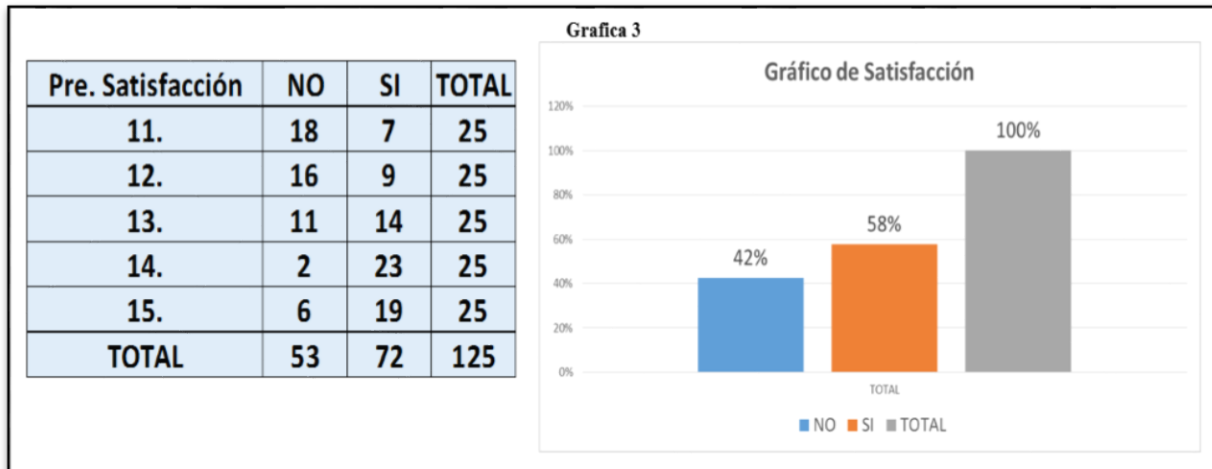


Figura 6 Tabulación y grafico preguntas gusto.



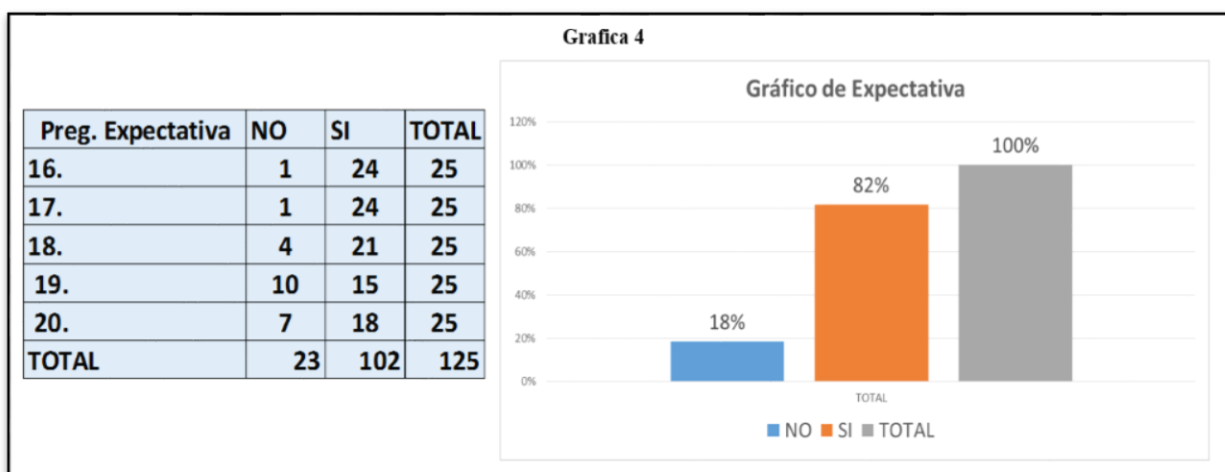
**Fuente.** Elaboración propia.

*Figura 7 Tabulación y grafico preguntas satisfacción.*



**Fuente.** Elaboración propia

*Figura 8 Tabulación y grafico preguntas expectativa*



**Fuente.** Elaboración propia

## **2.4 Análisis de resultados para personas (Análisis Cuantitativo)**

Con el fin de conocer la viabilidad de un nuevo proyecto por medio de la opinión de las personas para esta nueva modalidad de servicio en soporte contable y capacitaciones para el Software contable y financiero World Office, se genera una encuesta que consta de 20 preguntas entre conocimiento, gusto, satisfacción y expectativa, aplicada a 25 personas.

Luego de aplicar dicha encuesta se encontró que:

1. El 60% de las personas como lo muestra la gráfica 1, informan que conocen cuál es la actividad a la que se dedica World Office Colombia S.A.S y el servicio que presta, a diferencia del 40% de las personas que no conocen ni han escuchado hablar de World Office Colombia S.A.S.

Aunque el porcentaje de “SI conozco” es mayor, hay que crear un plan de Marketing comunicacional para darnos a conocer a ese 40% que no ha escuchado hablar de la empresa, si nuestro cliente aumenta sus ventas de manera potencial estaría también de manera directa aumentando la rentabilidad de GUNG HO. Es necesario usar los medios de comunicación en donde se muestren las ventajas de adquirir el software y atraer más clientes.

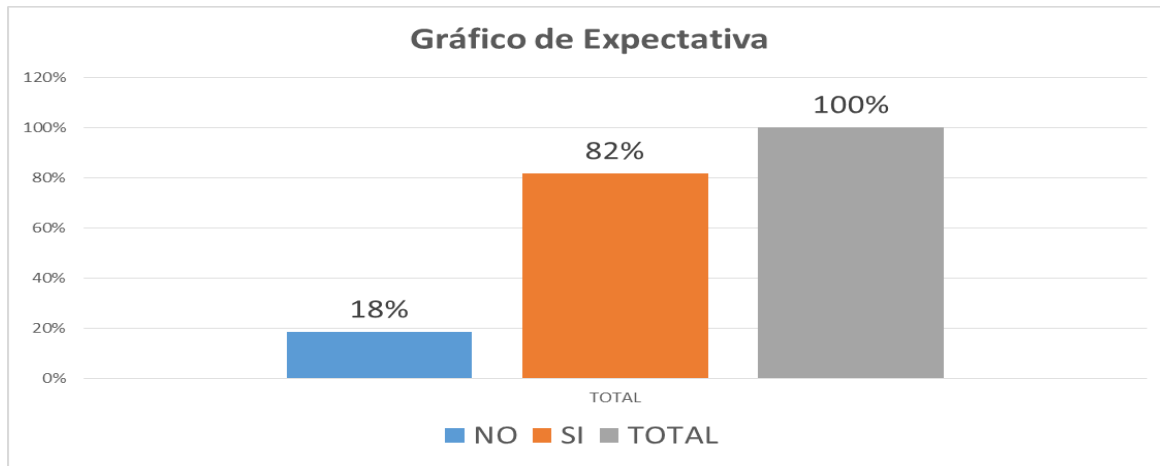
2. Se identifica que a las personas les atrae de manera significativa la idea de llevar la contabilidad de la empresa en un programa contable que genere procesos automáticos, sin embargo dejan ver la exigencia en cuanto a la prestación del servicio, ese 14% que se refleja en la gráfica 2 con respuesta negativa hace referencia a la forma en que les gusta que se preste el servicio, niegan la posibilidad de manejar tiempos de espera y respuestas por medio de vídeos tutoriales, mientras que el 86% de los encuestados muestran su gusto en una atención personalizada e inmediata.

Esto nos deja ver la importancia que tiene la implementación de una atención más personalizada y con un buen manejo de tiempos de espera, en lo posible que sea inmediata, el factor tiempo para

los usuarios y más cuando son empresarios es muy valioso, es por eso que nuestra mayor meta es prestar un servicio eficiente en el menor tiempo posible para lograr la satisfacción del usuario.

3. La gráfica 3 muestra unos porcentajes muy cercanos a ser iguales, se determina que el 58% de los encuestados está satisfecho con el servicio prestado por la empresa, las capacitaciones y herramientas de apoyo son muy útiles para la implementación de la licencia y esto hace que sientan un grado de satisfacción y recomienden el programa a las demás empresas. Pero, ¿qué pasa con ese 42% que no está satisfecho con el servicio?, es allí donde se tiene que entrar a validar en que se está fallando y porque no se logra que los usuarios expresen su conformidad con el servicio prestado, que se debe implementar y cómo hacerlo para que el porcentaje de satisfacción aumente.
4. La grafica 4 muestra las expectativas que tiene el cliente en la prestación de un servicio, vemos como el 82% de los encuestados buscan obtener e implementar un servicio que se ajuste a sus necesidades y les genere satisfacción. Dentro de las preguntas realizadas se identifica la necesidad que el cliente tiene de sentirse acompañado y escuchado en todo momento, los usuarios necesitan un servicio que sea ágil y sin tanto rodeo, sin tanto proceso, les gusta la sencillez, la rapidez, el tiempo es oro para todas las personas y es por eso que en ocasiones prefieren cambiar tiempo por dinero. El 18% de los encuestados tiene una reacción negativa ante la idea de generar cobro adicional por una asesoría más personalizada o un aumento en la renovación de la licencia, y aunque su opinión es muy importante para el desarrollo del proyecto, se debe tener en cuenta que el porcentaje de los encuestados con respuesta positiva es mucho mayor, esto nos lleva a concluir que la organización está dispuesta a aceptar unas condiciones establecidas a cambio de que le presten un excelente servicio.

Figura 9 Gráfica final de expectativa



**Fuente.** Elaboración propia

Muestra la viabilidad de un nuevo proyecto con el 82% de los encuestados a favor con la implementación de una nueva modalidad de servicio para soporte contable y capacitaciones sobre el software WORLD OFFICE COLOMBIA S.A.S

Para complementar la investigación de mercados se genera también un método de investigación CUALITATIVA, se trata de una encuesta aplicada a 3 empresas, con 5 preguntas abiertas, conocimiento, gusto, satisfacción, expectativa y proyección. Esto con el fin de buscar una opinión de los que decidieron ser emprendedores.

Teniendo en cuenta que Taylor y Bogdan (1986, p. 20) consideran, en un sentido amplio, la investigación cualitativa como “aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable.

Sampieri (1991, p.7), “Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”.

A continuación damos a conocer la información que se encontró al aplicar dicho método cualitativo en el mercado.

## 2.5 Referenciación de la información empresas

Se practica una encuesta que consta de 5 preguntas entre conocimiento, gusto, satisfacción, expectativa y proyección a 3 empresas con el mismo fin, validar la viabilidad de implementación de una nueva modalidad de servicio en soporte contable para las empresas que manejan WORLD OFFICE COLOMBIA SAS

Tabla 10 Referenciación de la información empresas entrevistadas.

<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>NIT</b>	<b>NOMBRE DE LA PERSONA</b>	<b>CARGO</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>DIRECCIÓN</b>
La Cerrajería. Co	901114228- 0	Nicolás Cortés	Gerente	3107910006	Cll 95 # 92- 44
Estacionamientos Lugano S.A.S	86022915- 7	Leonardo Díaz	Dir. Administrativo	3176367825	Cr 7 # 72 – 64
Majesty Ceramic Industry S.A.S	900474323- 2	Andrés Vaca	Gerente	3193852656	Cr 98a # 158a - 04

**Fuente.** Elaboración propia

## 2.6 Instrumentalización de la información

1. ¿Cuál es su conocimiento sobre la empresa WORLD OFFICE COLOMBIA SAS y el servicio que presta?
2. Si llevara la contabilidad de su empresa en el Software contable y financiero WORLD OFFICE, ¿cómo le gustaría que se prestara el servicio de soporte y capacitaciones para el manejo, parametrización e implementación del programa?
3. ¿Cree que es más práctico tener siempre a su disposición vídeos tutoriales actualizados y ayudas virtuales para la parametrización de la licencia?; ¿o le satisface más el servicio telefónico y presencial para resolver las dudas o inquietudes que se le presenten en la implementación del programa?
4. ¿Cuándo usted adquiere un software para llevar la contabilidad de la empresa, qué expectativas tiene del mismo?



5. ¿Qué cree que World Office Colombia S.A.S debería implementar para que las empresas no duden en adquirir el programa y esté por encima de los demás software contables y financieros.

Tabla 11 Instrumentalización de la información

PREGUNTAS	1. ¿Cuál es su conocimiento sobre la empresa WORLD OFFICE COLOMBIA SAS y el servicio que presta?	2. Si llevara la contabilidad de su empresa en el Software contable y financiero WORLD OFFICE, ¿cómo le gustaría que se prestara el servicio de soporte y capacitaciones para el manejo, parametrización e implementación del programa?	3. ¿Cree que es más práctico tener siempre a su disposición videos tutoriales actualizados y ayudas virtuales para la parametrización de la licencia?; ¿o le satisface más el servicio telefónico y presencial para resolver las dudas o inquietudes que se le presenten en la implementación del programa?	4. ¿Cuándo usted adquiere un software para llevar la contabilidad de la empresa, qué expectativas tiene del mismo?	5. ¿Qué cree que World Office Colombia S.A.S debería implementar para que las empresas no duden en adquirir el programa y esté por encima de los demás software contables y financieros?
RESPUESTA EMPRESA 1	Muy poco, se que es una empresa de Software contable y financiero	Servicio eficaz de respuesta y atención al cliente, soluciones para problemas que se puedan presentar y asesoría constante.	Creo que en la mayoría de casos debería ser presencial y en algunos casos puntuales telefónico y en su defecto virtual.	Que me ayude a llevar la contabilidad de manera rápida y muy práctica. Lo más importante es que yo pueda manejarlo sin necesidad de ser experto en el tema contable	Se que sus servicios son muy buenos y confiables pero he escuchado que la resolución de problemas con el programa son bastantes demorados y no hay una solución pronta sino que es muy demorada y eso hace que mi empresa se afecte de manera significativa así que eso debería ser mejorado.
RESPUESTA EMPRESA 2	Es un sistema de información que maneja la parte contable, nomina e inventarios de una empresa.	De manera ágil y personalizada. Y que las consultas a nivel inicial o implementación no generen costos adicionales.	Es mejor el personalizado ya que las empresas presentan diferentes manejos a nivel administrativo y la información que se requiere para la toma de decisiones.	Que arroje la información que necesita, compatibilidad con excel; y que no tenga mayor complicación al realizar cambios estructurales.	Asistencia técnica sin costo, mayor agilidad en la solución de inquietudes.
RESPUESTA EMPRESA 3	Es una empresa de un software contable	Desearía un software ágil y práctico que lo pueda manejar una persona con poca capacitación.	Los tutoriales son buenos pero la ayuda telefónica es más efectiva.	Que sea fácil y de una aplicación lo mas global posible.	Conocer más el producto pues es un poco desconocido.

Fuente. Elaboración propia

## **2.7 Análisis de la información**

Por medio de la encuesta realizada a gerencia o representación legal de algunas empresas hacia nuestra entidad, las respuestas dadas aunque fueron muy concretas y sustanciosas, nos permiten crear una idea del servicio que esperan recibir en soporte contable al momento de adquirir el sistema contable World Office o cualquier otro. Se inclinan especialmente en un servicio personalizado y rápido, lo cual nos da bases para enfocar en nuestro portafolio de servicios la asesoría telefónica, quizás como de mayor importancia.

Por otra parte mencionan que no estarían de acuerdo con los costos adicionales en las consultas que realicen, lo que nos hace empezar a buscar variables para la fijación del valor de nuestro servicio.

Las empresas buscan un programa que sea amigable al momento de su implementación, o si no lo es por lo menos contar con herramientas de apoyo necesarias para su correcto manejo.

## **3. PLAN DE MARKETING**

### **3.1 Definición de la Identidad Estratégica del Negocio**

La Identidad Estratégica de GUNG HO define la importancia de satisfacción al usuario con una respuesta o solución efectiva en el menor tiempo posible, brindando confianza y reserva total en la información contable de su empresa.

GUNG HO trabaja en modalidad outsourcing brindando servicio de soporte y capacitación para la implementación y manejo del programa contable y financiero World Office, basándose en la eficiencia, confiabilidad y confidencialidad que requiere el usuario al igual que la satisfacción al cliente.

### **3.2 Objetivos del Plan de Marketing**

- Dar a conocer la marca y las ventajas de una alianza estratégica que permita a nuestro cliente reducir costos y aumentar de manera potencial las ventas, brindando un servicio de soporte contable eficiente para la satisfacción del usuario.
- Mostrar el trabajo en equipo y la nueva modalidad de servicio que se prestará en soporte contable para captar nuevos clientes.
- Incrementar la base de usuarios que usan World Office dejando en su memoria la satisfacción con la prestación del servicio, de este modo nos recomendarán en otras empresas.
- Lograr la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa al convertirla en aliada indispensable para World Office.
- Tomar ventaja sobre la posible competencia, implementando creatividad e innovación en la prestación del servicio.

### **3.3 Estrategia de Mercadeo**

*GUNG HO* no va a comercializar ningún producto, se convertirá en aliado estratégico de World Office Colombia S.A.S, para brindar un servicio de soporte contable óptimo al usuario.

La tercerización del servicio de soporte contable permite que se centre toda la atención en los usuarios y en brindar respuestas en el menor tiempo posible de este modo aumentará la satisfacción y por parte del cliente permitirá que haya más enfoque en soporte técnico, desarrollo de actualizaciones y de más.

### **3.4 Línea de productos relacionados**

- Capacitación en las oficinas de GUNG HO para manejo del programa y su implementación.
- Capacitaciones en las oficinas del usuario.

- Grabación de vídeos cuando se presta un servicio de soporte, para que le cliente tenga ayuda instantánea cuando se vuelva a presentar el inconveniente.
- Atención a través de Team Viewer para resolver errores que presente el programa. Para una mejor explicación al cliente.
- Posible reclutamiento de personal que maneje el programa contable y financiero World Office con el fin de que las empresas puedan obtener esa información y vinculen a los postulantes a trabajar directamente con ellos.

### **3.5 Estrategia de Mercado Meta**

El mercado Meta para GUNG HO está concentrado en todas aquellas empresas que manejan el programa contable y financiero World Office y que necesiten aprender su implementación y parametrización, Hay empresas que no cuentan con el tiempo para capacitarse o capacitar a todo el personal, es por eso que buscan asesorías más personalizadas que les permitan ahorrar tiempo a cambio de dinero.

### **3.6 Descripción del Servicio Gung Ho**

- GUNG HO brinda un servicio de soporte contable óptimo y eficiente con enfoque en soporte técnico, desarrollo de actualizaciones y de más, a los usuarios del sistema World Office.
- Por medio del servicio que brinda nuestra entidad, el usuario de World podrá adquirir asesoría técnica, capacitaciones, actualizaciones y demás soportes contables en las diversas funcionalidades del sistema (elaboración automática de la contabilidad, liquidación e impresión de los impuestos de IVA, Retención en la Fuente e Industria y Comercio, elaboración de informes Estados Financieros Comparativos y contables de forma gráfica, presupuesto, nomina, etcétera).

- Somos aliados estratégicos de World Office Colombia S.A.S., lo que soporta la garantía y veracidad del servicio que nuestra entidad ofrece a todas las entidades que adquieren el sistema contable.
- Para GUNG HO es de gran importancia que los usuarios del sistema World Office confíen en la calidad y eficiencia del servicio que prestamos, por esta razón establecemos un sistema de servicio post-venta detallado de la siguiente manera:

**Servicio:** El personal de nuestra entidad estará altamente capacitado en conocimientos técnicos y de atención al usuario.

**Eficacia:** El servicio de soporte, capacitación y actualización cumplirá con lo requerido por cada uno de los usuarios.

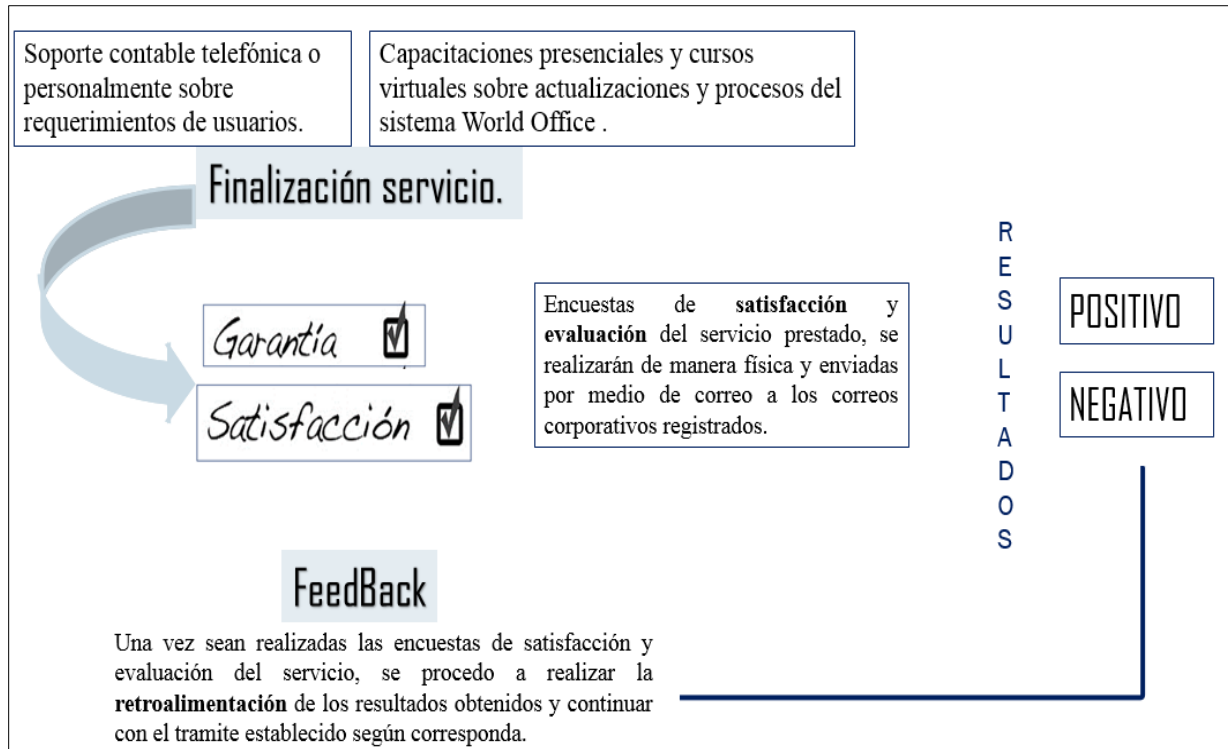
**Garantía:** Gung Ho brindará el soporte requerido por cada uno de los usuarios hasta garantizar la solución total del inconveniente presentado, la certificación de las capacitaciones y conocimiento total de las actualizaciones del sistema.

**Fiabilidad:** De la mano de World Office Colombia S.A.S. velaremos para el óptimo funcionamiento del sistema contable, con el fin de brindar fiabilidad a nuestros clientes.

**Satisfacción:** Garantizar la satisfacción del servicio que prestamos a las entidades que adquieren el sistema contable World Office y hacen uso continuo de nuestro soporte, es el mayor objetivo de nuestra organización.

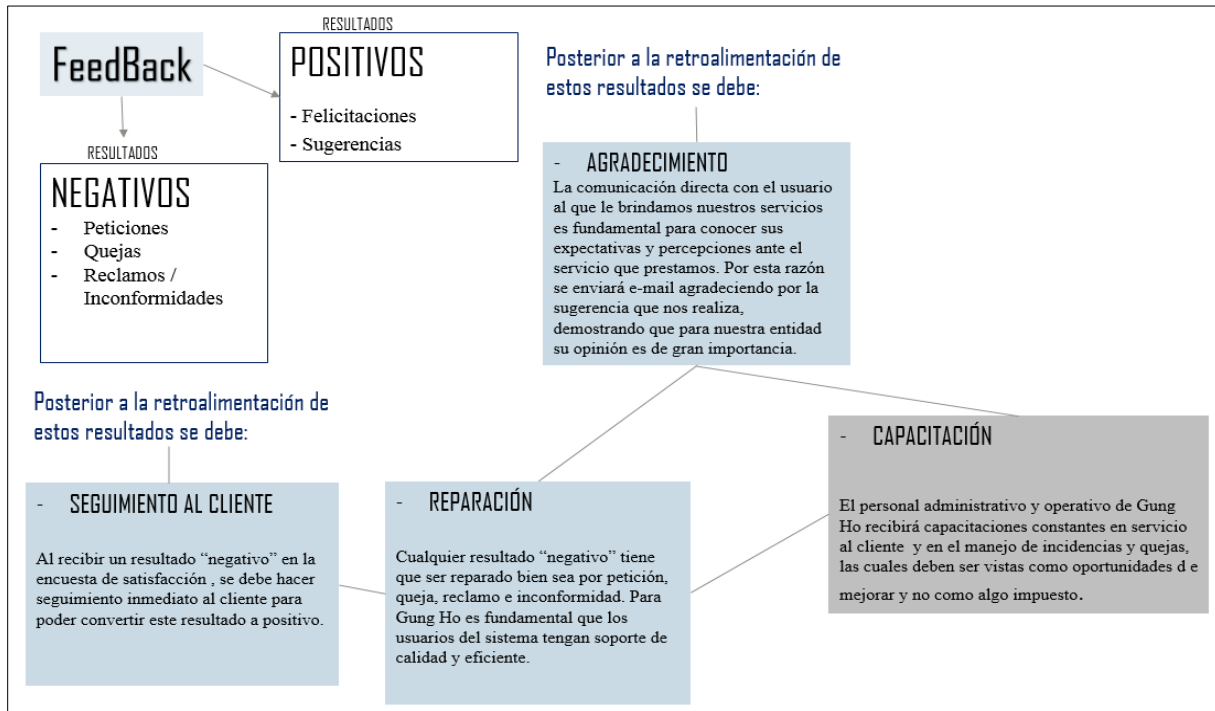
## Servicio Post-Venta:

Figura 10 Servicio post-venta 1.



**Fuente.** Elaboración propia

Figura 11 Servicio post-venta 2.



Fuente. Elaboración propia

### 3.7 Creación de Marca

Gung Ho: Esta expresión proviene del idioma chino y significa: "El arte de trabajar juntos" implica todas las estrategias, tácticas y comportamientos que se practican para llevar a un equipo a la máxima expresión de alto desempeño (Resultados con pertenencia) David Huerta.

Al escoger este nombre pensamos no solamente en la necesidad de trabajar en equipo con nuestro cliente (World Office) sino también con cada uno de los miembros que confirman la organización y el usuario final, de este modo se logrará una servicio de alta calidad y una mejora continua en cada uno de los procesos.

### 3.8 Representación Visual de la Marca

Gung Ho 

Nuestra marca visual fue diseñada en base a:

- Con la tipografía de letra empleada queremos demostrar solidez en los procesos que hacen parte del servicio que prestamos.
- Las flechas indican que deseamos avanzar siempre con calidad en la prestación del servicio, trabajando conjuntamente.

### 3.9 Slogan

**Arte de trabajar juntos**

El personal que hacemos partes de Gung Ho somos profesionales, aptos, ágiles y eficaces, comprometidos, responsables y confiables con el fin de facilitar el óptimo funcionamiento del sistema y el cumplimiento de los objetivos establecidos por nuestros usuarios con el manejo del mismo.

#### Colores corporativos

**Color Negro:** Expresa poder, sofisticación, prestigio, valor.

**Color Azul oscuro:** Expresa seriedad, integridad, profesionalismo, sinceridad.



### 3.10 Estrategia de Plaza (Distribución)

- **Canales minoristas o detallistas:**

***Venta directa:*** La representación legal de Gung Ho buscará establecer reunión con la representación de World Office Colombia S.A.S. con el fin de presentar nuestro portafolio de servicios y poder establecer la relación comercial que se desea.

Una vez sea establecida la relación comercial entre Gung Ho y World Office Colombia S.A.S., nuestro portafolio de servicios debe ser presentando ante las empresas que poseen y utilizan el sistema contable World Office con el fin de que estas entidades acepten el servicio que les brinda la compañía como un complemento para la implementación y manejo del programa contable y financiero.

***Correo directo:*** Una vez la gerencias de las entidades que poseen el sistema contable conozcan el portafolio de servicios de soporte y capacitación que brinda Gung HO para la implementación y manejo del programa contable y financiero World Office, nuestra entidad buscará obtener la base de datos específicamente de correos corporativos de cada una de estas entidades con el fin de dar a conocer a cada uno de los usuarios directos del programa nuestro portafolio para que den uso de este.

- **Canal de distribución directo Nivel (0)**

***Fabricante – Cliente:*** Este tipo de canal se presenta en el momento en que Gung Ho vende su portafolio de servicios a World Office Colombia S.A.S. y a las entidades que poseen el sistema operativo y contable.

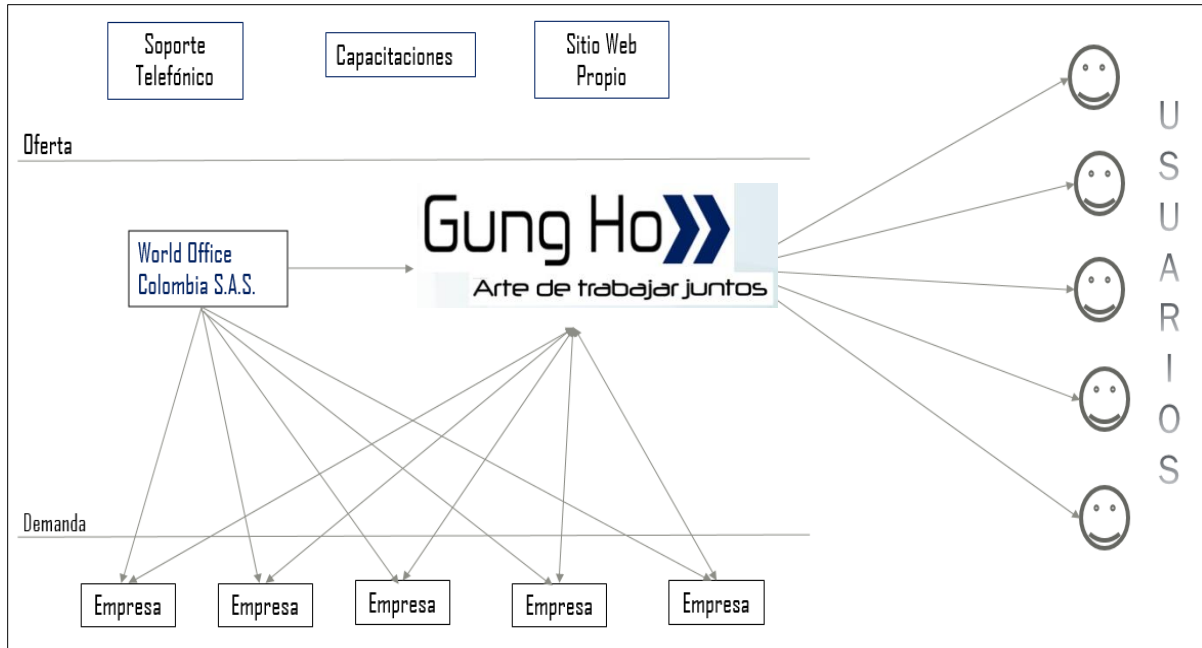
- **Canal de distribución corto Nivel (1)**

***Fabricante – Minorista – Cliente :*** Gung Ho se encarga en compañía con World Office Colombia S.A.S. de capacitar de manera correcta a nuestros empleados que brindaran el

soporte requerido directamente a los usuarios de las entidades que poseen el sistema en el momento oportuno.

- **Red de distribución**

Figura 12 Red de distribución



Fuente. Elaboración propia

### 3.11 Estrategia de Promoción

#### Publicidad

Medios pasivos: Gung Ho tomará como estrategia de publicidad los medios que visitan diariamente los usuarios del sistema contable World Office y a su vez los empleados de las empresas que cuentan con este sistema en el entorno laboral, bien sea correos corporativos y páginas empresariales.

Esta publicidad será realizada por profesionales en esta área y mercadeo, con el fin de diseñar medios y piezas visuales que sean racionales y que a su vez sean motivacionales para que los usuarios y empleados empiecen a dar uso del diverso portafolio de servicios de soporte contable que ofrecemos.

*¿Qué deseamos que piensen nuestros clientes y usuarios cuando vea o escuche nuestra marca?*

- Brindan **CONFIDENCIALIDAD**: Siendo parte de nuestros valores corporativos buscamos garantizar la absoluta reserva profesional de la información antes, durante y después de la prestación del servicio para cada una de las compañías que requieran nuestros servicios.
- **SERVICIO DE CALIDAD**: Deseamos que nuestros clientes al ver y escuchar nuestra marca piensen en mejora continua de calidad, nuestra entidad por medio del Feedback busca estar mejorando las actividades y procesos que hacen parte de nuestros servicios con el fin de obtener satisfacción de los usuarios.

### **3.12 Las relaciones públicas (Comunicación Corporativa)**

Para Gung Ho no solo nuestros clientes y usuarios son la razón de ser de nuestra entidad, nuestros empleados son los principales agentes encargados de promover una imagen positiva de la empresa por medio de la Calidad del servicio que se presta. Para contar con esta calidad la gerencia de Gung Ho creará sistemas de relaciones laborales (bienestar, educación, retribución monetaria, estabilidad laboral) que generen en nuestros empleados satisfacción y sentido de pertenencia por la entidad. Es así como inicialmente se creará **mensajes internos positivos** para luego ser convertidos en **mensajes externos positivos** para conseguir promover y mantener la imagen positiva que se desea.

#### **Promoción de Ventas**

*“OBSEQUIOS – PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA”*

Inicialmente con el fin de dar a conocer nuestra entidad buscaremos que nos permitan realizar inicialmente en las instalaciones de World Office Colombia S.A.S. y posteriormente las

entidades que poseen el sistema contable una ACTIVACIÓN DE MARCA PRESENCIAL la cual consiste en:

- Ubicar un “Estand” o “Punto Informativo” en un lugar estratégico de las instalaciones donde sea alto y constante el tráfico de personas.
- Con el fin de atraer personas al punto, se realizará actividad recreativa como lo son las Gafas VR Box o de realidad virtual, donde estaremos presentando un video cortó sobre el portafolio de servicios.

En este punto estaremos inicialmente la representación legal de la entidad brindando información y aclaraciones sobre el portafolio de servicios que presta nuestra corporación.

#### ***Herramientas para la promoción de ventas comerciales***

- ***CAPACITACIÓN***

Brindaremos capacitaciones constante sobre actualizaciones de sistemas y procesos de acceder a cada uno de nuestros servicios, por vía telefónica, presencial o por medio del portal web con el que contará nuestra entidad donde nuestros usuarios podrán radicar sus solicitudes,

- ***LAS DEMOSTRACIONES EN TIENDA***

Dentro de nuestro portafolio de servicios no solo se encuentra el soporte contable telefónico, nuestra entidad realiza capacitaciones sobre la implementación y manejo del sistema World Office pero no solo cuando se requiera el servicio por parte del usuarios, como estrategia de promoción y fidelización nuestro personal estará realizando “brigadas” de capacitación y orientación presencial en las instalaciones de las empresas.

- ***JUNTAS DE NEGOCIOS, CONVENCIONES Y EXHIBICIONES COMERCIALES***

Estaremos informados de todas las juntas de negocios, convenciones y exhibiciones comerciales donde la empresa World Office Colombia S.A.S. este presente, para realizar compañía a la presentación de sus entidad como un servicio complementario que brinda

nuestra compañía para la implementación y manejo del programa contable y financiero World Office.

- ***VENTA PERSONAL***

Son dos personas quienes hacen parte de la representación legal y gerencia de la empresa, por ende las personas principalmente indicadas para realizar este tipo de venta inicialmente a personas en las que podamos buscar apoyo financiero, tecnológico y profesional para la estructuración de nuestra empresa. Posteriormente pasaremos a establecer esta venta con World Office Colombia S.A.S. y a las empresas que cuentan con este sistema contable y solicitan de nuestros servicios.

*Ventajas de la venta personal:*

Ø Explicación o demostración detallada del producto: El conocimiento del sistema contable es una ventaja para poder presentar nuestros servicios.

Ø Público objetivo: Por medio de la investigación de mercados y el estar laborando dentro de la compañía conocemos a nuestro público objetivo.

Ø Costos de ventas ajustables y controlables.

Ø Efectividad en ventas, convencimiento hacia un cliente satisfecho.

Ø Contamos con la posibilidad de establecer relaciones a largo plazo con los clientes (World Office Colombia S.A.S. – empresas que cuentan con el sistema contable) construyendo relaciones benéficas.

### **3.13 Estrategia de Precio**

#### **Orientaciones en la determinación de precio**

- *Orientación hacia las utilidades*

Utilidades satisfactorias: Nuestro presupuesto en relación a las utilidades es razonable, nuestra entidad desea principalmente generar satisfacción de nuestros clientes y del aliado principal World Office Colombia S.A.S. por medio de la prestación de un servicio de calidad, al igual que el de la representación legal de la empresa donde inicialmente buscamos darnos a conocer en el mercado que generar un margen de utilidades altas.

- *Orientación hacia las ventas*

Participación de mercado: Esta medición se refiere a las ventas mediante la participación de la empresa en el mercado expresada en porcentaje. Es importante saber si la participación en la industria a la que pertenece el producto se expresa en ingresos o en unidades.

### **3.14 Proyección del precio**

- **Soporte técnico (telefónico,online,presencial)**

El valor del soporte técnico (telefónico - online - presencial) se tomará en base a los siguientes aspectos:

- World Office Colombia S.A.S. realiza la venta de la licencia a las empresas por un valor aproximado de \$3.500.000 por equipo.
- Se cobra el 15% anual sobre el valor de la venta de la licencia total de la empresa para brindar actualizaciones y soporte.
- Con base a ese porcentaje, Gung Ho recibiría el 5% sobre la sumatoria total de las ventas anuales que realiza World Office Colombia SAS por ventas de licencias.

#### ***Proyectado:***

(World Office Colombia SAS)

Valor licencia\*cantidad de unidades vendidas año anterior = VALOR TOTAL VENTAS LICENCIAS

15 % VALOR TOTAL VENTAS LICENCIAS

15% ----- 5% corresponde a Gung Ho

$\$3.500.000 + \text{IVA (valor unt. Licencia) * 5000 cant. Und. Vendido año ant.} = \$17.500.000.000 + \text{IVA (VALOR TOTAL VENTAS LICENCIAS)}$

$15\% \$17.500.000.000 = \$2.625.000.000 + \text{IVA}$

$\$2.625.000.000 \text{ ----- } \$875.000.000 + \text{IVA (Valor contrato Gung Ho anual)}$

***Incremento valor anual contrato:***

El valor anual del contrato será de la siguiente manera = A partir del 01 de enero de todos los años el valor del contrato se incrementará tomando como base el valor del contrato del año inmediatamente anterior más incremento porcentual equivalente al IPC certificado por el Gobierno Nacional para el año inmediatamente y así sucesivamente para cada año, más el IVA legal vigente.

$4,09\% \text{ (IPC año 2017) } \$875.000.000 = \$35.787.500$

$\$875.000.000 \text{ (valor anterior contrato) } + \$35.787.500 \text{ (incremento IPC) } = \$910.787.500 \text{ (valor contrato nuevo año)}$

**Nota:** Se toman como base incremento el IPC (Índice de precios al consumidor) por motivo en que este mismo porcentaje se incrementará anualmente el salario de nuestro personal.

- **Capacitaciones**

Teniendo en cuenta que el brindar las capacitaciones requiere de un proceso más arduo, como lo es el desplazamiento del personal a las oficinas del usuario, transportes y de más. Es de aclarar que estas capacitaciones no van incluidas entre el 15% que World Office Colombia le cobra a las entidades por actualizaciones y soporte.

***Proyectado:***

Se generará un cobro por capacitaciones en las oficinas del usuario por un valor de \$ 20.000 la hora y se podrán agendar como mínimo bloques de 4 horas y 8 horas diarias.



#### 4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Hernandez Sampieri, R (1991), Metodología de la investigación, México. Recuperado de [https://www.academia.edu/28774132/Hernandez\\_Sampieri\\_et\\_al\\_Metodologia\\_de\\_la\\_investigaci%C3%B3n\\_5ta\\_Edici%C3%B3n](https://www.academia.edu/28774132/Hernandez_Sampieri_et_al_Metodologia_de_la_investigaci%C3%B3n_5ta_Edici%C3%B3n)
- Huerta, D (2014). Gung Ho, un paradigma empresarial alternativo, Awareness's blog. Recuperado de <http://davidhuerta.typepad.com/blog/2014/01/gung-ho-un-paradigma-empresarial-alternativo.html>
- Romero Tena, R Metodología de la Investigación, Capítulo III. Recuperado de [http://ocwus.us.es/didactica-y-organizacion-escolar/investigacion-en-medios-1/investigacion\\_medios/recursos/rosalia.pdf](http://ocwus.us.es/didactica-y-organizacion-escolar/investigacion-en-medios-1/investigacion_medios/recursos/rosalia.pdf)
- David Huera (2014), Gung Ho, un paradigma empresarial alternativo. Recuperado de <http://davidhuerta.typepad.com/blog/2014/01/gung-ho-un-paradigma-empresarial-alternativo.html>
- Planeación Estratégica Generativa. Cumbre (Dirección Nacional de Emprendimiento y Liderazgo de la CUN). Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN.
- 3° Cartilla Guía Elaborando Plan de Negocio. Estudio de Mercadeo Investigación de Mercados. Cumbre (Dirección Nacional de Emprendimiento y Liderazgo de la CUN). Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN.

- 3,2° Cartilla Guía Elaborando Plan de Negocio. Estudio de Mercadeo Marketing Estratégico. Cumbre (Dirección Nacional de Emprendimiento y Liderazgo de la CUN). Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN.