



ASESORIAS SOCIO EMPRESARIALES S.A.S.

CRISTIAN RIASCOS BUSTOS

C.C. 1.111.754.118

ANDRES IGNACIO RAMIREZ ADVINCULA

C.C. 16.514.458

JOSE DAVID GUARIN OLAVE

C.C. 14.476.586

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR- CUN

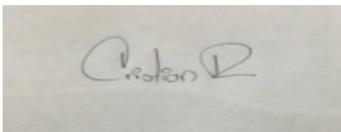
2020 B

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Cristian Riascos Bustos con cédula de identidad 1.111.754.118 de Buenaventura, y alumno del programa académico Administración de Empresas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

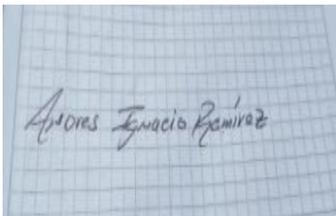
A rectangular box containing a handwritten signature in dark ink. The signature appears to be 'Cristian R' with a stylized flourish at the end.

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Andrés Ignacio Ramírez Advincula con cédula de identidad 16.514.458 de Buenaventura, y alumno del programa académico Administración de Empresas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

A photograph of a handwritten signature in black ink on a light blue grid background. The signature reads "Andrés Ignacio Ramírez Advincula".

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, José David Guarín Olave con cédula de identidad 14.476.586 de Buenaventura, y alumno del programa académico Administración de Empresas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

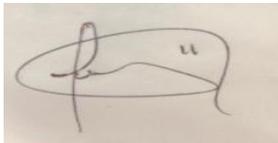
A handwritten signature in black ink on a light-colored background. The signature is stylized and appears to be 'J. D. Guarín Olave'.

TABLA DE CONTENIDO

1. Resumen ejecutivo
2. Introduccion
3. Objetivo general
4. Objetivos especificos
5. Modelos de negocios
6. Ecoinnovacion
7. Estrategias de oceano azul
8. Fuerzas de porter
9. Marketing Mix
10. Desarrollo de Marca
11. Marketing Digital
12. Estrategias de Marketing Digital
13. Metricas Clave
14. Estudio técnico
15. Estudio tecnico II
16. Estudio tecnico III
17. Lanzamiento producto minimo viable
18. Conclusiones
19. Bibliografia

Resumen ejecutivo

Ante las circunstancias actuales, la actividad comercial se va convirtiendo cada vez más en una alternativa importante para a través del emprendimiento, crear y poner en marcha negocios que mediante los estudios correspondientes puedan ser instalados en condiciones óptimas y de forma mucho más segura ante el riesgo y la incertidumbre que de una u otra forma están presentes en mayor o menor grado dependiendo de la actividad.

Introducción

Con el presente proyecto se busca ayudar a las MYPYMES, ya que actualmente han aparecido y entrado al mercado muchas organizaciones nuevas con el fin de generar ingresos y una posibilidad de empleo a muchas personas con discapacidades leves, algunas organizaciones tienen como característica el carecer de poco orden en sus departamentos administrativos por la falta de organización y dar a sus trabajadores una buena capacitación para que ellos puedan desempeñarse de una forma correcta en su especialidad y así tener una mayor productividad en la organización.

Para esto se realiza un seguimiento continuo a la empresa que va a implementar el manual de funciones y procedimientos para recolectar la información apropiada de cómo se manejan los procesos de cada departamento para organizar, orientar, controlar y evaluar las funciones que están ejerciendo internamente en la empresa para definir los procedimientos y

competencias que deben evidenciar los trabajadores dentro de la misma con esto se crea un plan estratégico, llevando un control interno de calidad, para que los procesos mejoren y se incremente la productividad, para que sea un beneficio recíproco y facilite una mejora continua dentro de la empresa.

Objetivo general

Formar una empresa asesora que mejore el ambiente laboral de las MYPYMES mediante la elaboración y diseño de manuales de funciones y procedimientos etiqueta y protocolo, ayudando a las organizaciones a mejorar sus procesos y la inclusión de personas con limitaciones visuales leves.

Objetivos específicos.

- Diseñar material publicitario y de comunicación.
- Evaluar y alimentar los procesos de mercadeo y publicidad.
- Recopilar información sobre el desarrollo de las áreas de mercadeo y publicidad.
- Fomentar el desarrollo del mercadeo.
- Evaluar los medios publicitarios utilizados.
- Realizar una fuerte presencia en los eventos empresariales.

MODELOS DE NEGOCIO.

Descripción de la idea de negocio

Producto o servicio

El proyecto tiene como finalidad ayudar a las MYPYMES, a cumplir un estándar de calidad óptimo implementando un manual de función donde se pueda evidenciar cada función y cada proceso a ejercer en una área específica de la empresa, también se busca minimizar el uso de papel y ayudar a las personas con discapacidad visual lleve a que puedan tener toda la información y puedan ejercer una actividad en la empresa de manera eficiente, gracias a la implementación del manual de funciones en forma de audiolibro, inicialmente se busca implementar este producto en la ciudad de Buenaventura en la zona industrial principalmente en las MYPYMES.

Cliente potencial

Nuestra distribución se basa en la visita a las empresas PYMES para la verificación de la necesidad que requiera el cliente o consumidor la recolección de la información general para tener certeza de los procesos que maneja la organización. Se realiza un estudio de organización, modificación y estructuración de los procesos internos que se realizan dentro de la organización

Problema o necesidad

Actualmente han aparecido y entrado al mercado muchas organizaciones nuevas con el fin de generar ingresos y una posibilidad de empleo a muchas personas con discapacidades leves, algunas organizaciones tienen como característica el carecer de poco orden en sus departamentos administrativos por la falta de organización y dar a sus trabajadores una buena capacitación para que ellos puedan desempeñarse de una forma correcta en su especialidad y así tener una mayor productividad en la organización.

Para esto se realiza un seguimiento continuo a la empresa que va a implementar el manual de funciones y procedimientos para recolectar la información apropiada de cómo se manejan los procesos de cada departamento para organizar, orientar, controlar y evaluar las funciones que están ejerciendo internamente en la empresa para definir los procedimientos y competencias que deben evidenciar los trabajadores dentro de la misma con esto se crea un plan estratégico, llevando un control interno de calidad, para que los procesos mejoren y se incremente la productividad, para que sea un beneficio recíproco y facilite una mejora continua dentro de la empresa.

Como

Diseño y elaboración de los Audios Manuales, para una adecuada re estructuración en los procesos, definiendo las responsabilidades, actividades específicas a cada colaborador en la

organización. Se diseña una plataforma empresarial, para que los usuarios tengan acceso a la información.

Terminación y entrega final del diseño y elaboración de los Audios Manuales, en físico y digital Capacitación al cliente y consumidor de la organización, brindando las instrucciones adecuadas de su uso.

Garantía de 3 meses por fallas técnicas y errores en la plataforma de los Audio Manuales.

Porque lo preferirían

Nuestro servicio variara el precio de promoción dependiendo las necesidades que tenga la empresa, y los ingresos de cada una de ellas ya que nuestro servicio va enfocado a las empresas en desarrollo.

Una de las estrategias de promoción para motivar a que las empresas que acudan a nuestro servicio, es generar un costo no tan alto ofreciendo el servicio completo para la empresa, esto contempla lo que viene siendo la capacitación de etiqueta y protocolo que es un valor agregado el cual no se cobrara por aparte.

Cada cliente tendrá un 25% del descuento, por aplicar a su empresa todo lo que brinda Nuestro servicio. (audio-manuales, plataforma, etiqueta y protocolo)

Modelo de negocio

Segmento Los clientes son las empresas MyPymes	Resolución de problemas o necesidades Nuestra propuesta de valor se centra en que le vamos a facilitar todo al cliente sin necesidad de desplazarse, Atención en línea las veces que lo requiera	Arquitectura del servicio Se trabaja en base a la necesidad del cliente , nos adecuamos a lo que el cliente requiere
Costo y precio \$2.000.000, para determinar el precio del servicio se hizo un estudio previo a la competencia o empresas que prestan un servicio similar, viendo también la viabilidad y teniendo en cuenta los	Mecanismos de entrega No hay necesidad de una entrega personal a menos que el cliente lo requiera.	Ganancias esperadas Se hizo un análisis en la proyección de ventas desde el primer año hasta el quinto con base a la producción que se quiere obtener en el tiempo Estipulado, con un

<p>gastos para poner en marcha el proyecto</p>		<p>incremento anual de un 5% en las ganancias y productividad</p>
<p>Recursos</p> <p>Para lograr posicionarse y mantenerse en el mercado la empresa de Asesorías Integrales, con el manejo directo de la gerencia, presentará un portafolio de servicios en las respectivas empresas.</p>	<p>Fidelidad</p> <p>Una de las estrategias de promoción para motivar a que las empresas que acudan a nuestro servicio, es generar un costo no tan alto ofreciendo el servicio completo para la empresa, esto contempla lo que viene siendo la capacitación de etiqueta y protocolo que es un valor agregado el cual no se cobrara por aparte.</p> <p>Cada cliente tendrá un 25% del descuento, por aplicar a su empresa todo lo que brinda</p>	<p>Cadena</p> <ul style="list-style-type: none"> • Socializar con las personas afectadas y preguntar sus necesidades, para lograr así una mejor calidad de la herramienta que se va ofrecer. • Realizar investigación de mercados para analizar la viabilidad comercial del producto especialmente en la industria metalmecánica, basándose en los

	Nuestro servicio. (audio-manuales, plataforma, etiqueta y protocolo)	objetivos, recursos, estudios del mercado y de la competencia.
--	--	--

Ventas por internet

El modelo escogido es el Cloud Computing , ya que se adapta a nuestra idea de negocio .
Ya que la idea es que el cliente maneje todo por la nube y se pueda conectar desde cualquier lugar sin tener necesidad de tener los archivos instalados en su computador, asi el acceso es mas fácil .

La venta se puede cerrar a traves de video llamadas (chat on line), los pagos pueden ser a nuestra cuenta bancaria, si el cliente lo require puede ir uno de nuestros representantes a sus instalaciones , pero la idea es manejar todo por internet sin necesidad de desplazarnos.
Tendremos asistencia en linea Cuando el cliente lo requiera.

ECOINNOVACION

Innovación sostenible

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
Producto o servicio	Si, porque nuestros proyecto no necesita de agua	Es el recurso que mas utilizamos y lo usamos siempre y Cuando sea necesario, manejamos equipos portatiles y solo se conectan Cuando están descargados, el lugar donde	No aplica	No aplica	Si reciclamos, en las canecas correspondientes

		trabajamos tiene Buena iluminación y no es necesario mantener la luz prendida			
Marketing	No hacemos campaña para cuidar el agua.	Cuando hay necesidad de transportarse a donde algu cliente, el carro.	Publicidad por internet.	No aplica	Si, por eso las personas que vengan a nuestra oficina, encontraran las canecas para poder clasificar la basura, a donde corresponde.

ESTRATEGIAS DE OCEANO AZUL

EMPRE SA	PRODU CTO	CALID AD	PRECI O	VARIEDA D	SERVICI O	PROM OCION ES	CONDICI ONES
HR consultor es S.A.S	Servicio	Alta	\$2.500. 000	Capacitacio nes	Asesoría talento humano	N/A	N/A
AON S.A.S	Servicio	Medio	\$1.500. 000	Capacitacio nes	Acompaña miento	N/A	N/A
S&S consultor es	Servicio	Alta	\$4.000. 000	Capacitacio nes en talento humano.	Asesoría y verificació n	N/A	Acompaña miento a empresas grandes.
	5	4	3	5	5	1	3
	Incremento	Reduccion	Reduccion	Incremento	Incremento	Eliminacion	Reducción

FUERZAS DE PORTER

- **Amenaza de nuevos competidores**

Existe una barrera de entrada, la que se refiere a la curva de aprendizaje o experiencia, ya que en un servicio de consultoría o asesoría es de vital importancia el know-how y por lo tanto se requiere contar con personal capacitado y políticas de servicio ya probadas. Por otro lado, los requisitos de capital, lealtad de los usuarios hacia servicios actuales y políticas gubernamentales no constituyen barreras significativas. El creciente interés por carreras de Asesoría de Imagen y la consecuente inserción al mercado laboral de estos profesionales, así como empresas de otras del país que ya tienen experiencia, representan una amenaza de futuros competidores en el sector. Hay que tener en cuenta que, una vez que la empresa se establezca, su experiencia positiva atraerá a nuevos competidores, dado que ya estará creada la expectativa en las personas. Debido a estos factores, la amenaza de nuevos competidores es alta y por lo tanto la empresa debe estar alerta a cambios en el sector, adaptar sus estrategias competitivas y ofrecer un servicio en constante mejoramiento.

- **Rivalidad entre competidores**

El número de competidores es reducido y se desconocen entre sí, ya que no existe un estudio formal de la competencia para este tipo de negocios. Además no existen guerras de precios o innovación en el servicio. Al igual que no existen campañas publicitarias agresivas, de hecho, la publicidad en medios de comunicación es casi nula. Debido a lo antes ya mencionado,

la rivalidad entre competidores es baja y por lo tanto la industria resulta atractiva, y con estrategias de marketing eficaces, se podría obtener una muy buena participación de mercado.

- **Poder de negociación de los proveedores**

Existen varios proveedores en el sector que manejan altos estándares de calidad, que no están organizados gremialmente y no tienen fuertes recursos para poder imponer sus condiciones de precio. Es poco probable que un proveedor le convenga integrarse hacia adelante, es decir, desee crear su propio negocio de consultoría de protocolo y etiqueta empresarial debido a la falta de conocimiento, ya que sería parcial al usar sus propios productos y/o servicios. En consecuencia, el poder de negociación de los proveedores es bajo.

- **Poder de negociación de los compradores**

No existe concentración de ofertantes del servicio, por el contrario, hay muchos demandantes y son pocos los prestadores de este servicio. Como el servicio es bastante diferenciado, es probable que pocos clientes sustituyan este servicio por el de otra compañía. En el caso que el servicio sea demandado por una compañía o cualquier otra organización, podría existir un grado de exigencia por parte del comprador. Aunque éste no podrá ser muy representativo, ya que no existen compradores dominantes que sean indispensables para la rentabilidad del negocio. Debido a estos factores, el poder de negociación de los compradores es bajo, por tanto existen incentivos para participar en este sector y obtener rentabilidad a largo plazo de un mercado, siempre y cuando, se mantengan altos estándares de satisfacción al cliente.

- **Amenaza de sustitutos**

Los sustitutos como las empresas de eventos protocolarios, representan una alternativa muy lejana al tipo de negocio que propone este plan. Es importante tener en cuenta que en estas opciones los compradores pueden tener preferencias arraigadas a utilizar uno de estos sustitutos. Sin embargo, no son tan completos ni personalizados como los objetivos que persigue una empresa consultora especializada en el manejo de las normas de protocolo y etiqueta empresarial . Luego, la amenaza de sustitutos es baja y la empresa deberá informar y resaltar las ventajas de un servicio de consultoría especializada en protocolo y etiqueta empresarial, sobre otras opciones y sobretodo crear estrategias para obtener clientes leales.

Marketing Mix

Estrategías de producto para clientes

- **Núcleo:** El proyecto tiene como finalidad ayudar a las MYPYMES, a cumplir un estándar de calidad óptimo implementando un manual de función donde se pueda evidenciar cada función y cada proceso a ejercer en una área específica de la empresa, también se busca minimizar el uso de papel y ayudar a las personas con discapacidad visual I leve a que puedan tener toda la información y puedan ejercer una actividad en la empresa de manera eficiente, gracias a la implementación del manual de funciones en forma de audiolibro, inicialmente se busca implementar este producto en la ciudad de Buenaventura en la zona industrial principalmente en las MYPYMES.
- **Calidad:** Nuestra calidad es 100% a satisfacción del cliente y sus necesidades.

- **Envase:** Todo se maneja por la plataforma virtual.
- **Diseño:** A través de la plataforma virtual se maneja todo, y más en estos tiempos con la emergencia sanitaria que vive nuestro país respecto al Covid-19. Se debe manejar toda asesoría y consulta por medio virtual.
- **Servicio:** Nuestro servicio es de manera virtual.

Portafolio

PRODUCTO	DISEÑO Y ELABORACIÓN DE MANUALES DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS - ETIQUETA Y PROTOCOLO
CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO	<ol style="list-style-type: none"> 1. De forma Tradicional: El cual incluye todo lo relacionado con textos. 2. Audiolibro (Audio e Imágenes) 3. Audio - Manuales. Los cuales suplen las diferentes necesidades que puedan presentar las empresas.
CUAL ES EL JUEGO	Empresas MyPymes que buscan la mejora de su estructura organizacional

Estrategia de precios

Precio de lanzamiento del bien o servicio: 2.000.000, para determinar el precio del servicio se hizo un estudio previo a la competencia o empresas que prestan un servicio similar, viendo también la viabilidad y teniendo en cuenta los costos para poner en marcha el proyecto, se opta por dejar este precio.

Estrategia de distribución

Canal Directo: Productor a consumidor

Nuestra distribución se basa en la visita a las empresas PYMES para la verificación de la necesidad que requiera el cliente o consumidor la recolección de la información general para tener certeza de los procesos que maneja la organización. Se realiza un estudio de organización, modificación y estructuración de los procesos internos que se realizan dentro de la organización

Diseño y elaboración de los Audios Manuales, para una adecuada re estructuración en los procesos, definiendo las responsabilidades, actividades específicas a cada colaborador en la organización. Se diseña una plataforma empresarial, para que los usuarios tengan acceso a la información.

Terminación y entrega final del diseño y elaboración de los Audios Manuales, en físico y digital Capacitación al cliente y consumidor de la organización, brindando las instrucciones adecuadas de su uso.

Garantía de 3 meses por fallas técnicas y errores en la plataforma de los Audio Manuales.

Estrategia de comunicación

El canal de comercialización que ofrecerá la empresa de Asesorías Integrales será del tipo directo, por cuanto todos los contratos requerirán del contacto directo entre el gerente de la empresa y los representantes de las empresas que quieran contratar. Esta relación se mantiene durante todo el desarrollo del contrato con el doble propósito de evitar la competencia desleal entre los asesores para con los usuarios del sistema, así como para tener un mayor control y contacto en el servicio ofrecido.

Para lograr posicionarse y mantenerse en el mercado la empresa de Asesorías Integrales, con el manejo directo de la gerencia, presentará un portafolio de servicios en las respectivas empresas en el sector.

Se vinculará tanto en eventos de capacitación y reuniones de la pequeña y mediana empresa, como en los especializados que desarrollen empresas que tengan que ver con el tema, tales como ANDI, Cámara de Comercio

Desarrollo de Marca

Matriz de desarrollo de marca

PASOS	OBJETIVOS	RESULTADO
Diagnóstico del mercado	Empresas MyPymes	
	Nuestra competencia es : HR consultores S.A.S, AON S.A.S y S&S consultores.	
	Mejora Estructura Organizacional	
	Redes Sociales y plataformas	
	Audio libros	
Realidad psicológica de la marca		
	Cultural, económico y social.	
Posicionamiento	Audios manuales	
	Audios Digitales	
Realidad material de la marca	Nuestra propuesta de valor se centra en que le vamos a facilitar todo al cliente sin necesidad de	

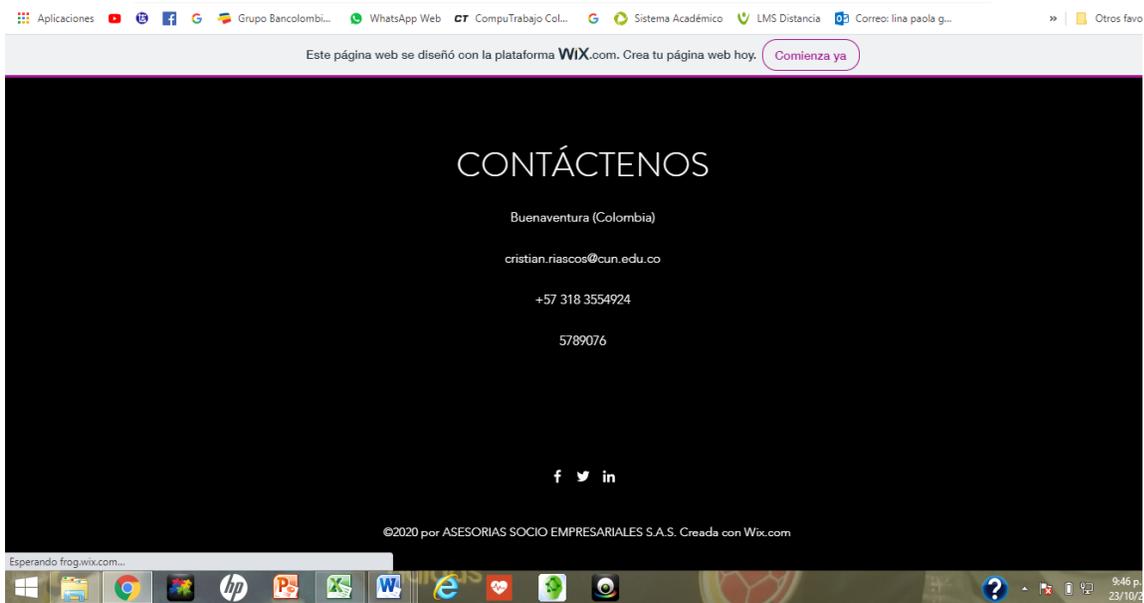
	desplazarse, Atención en línea las veces que lo requiera	
Estrategia de comunicación		
	<p>Campanñas publicitarias por nuestras diferentes redes sociales , como lo son la página web e Instagram</p>	

Marketing digital

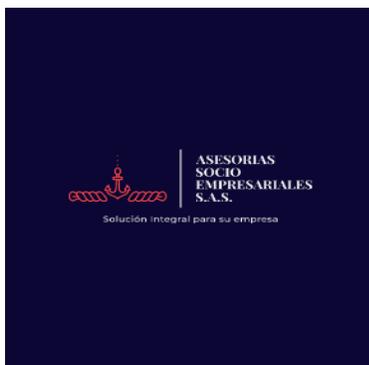
Landing Page

<https://cristianriascos.wixsite.com/website>



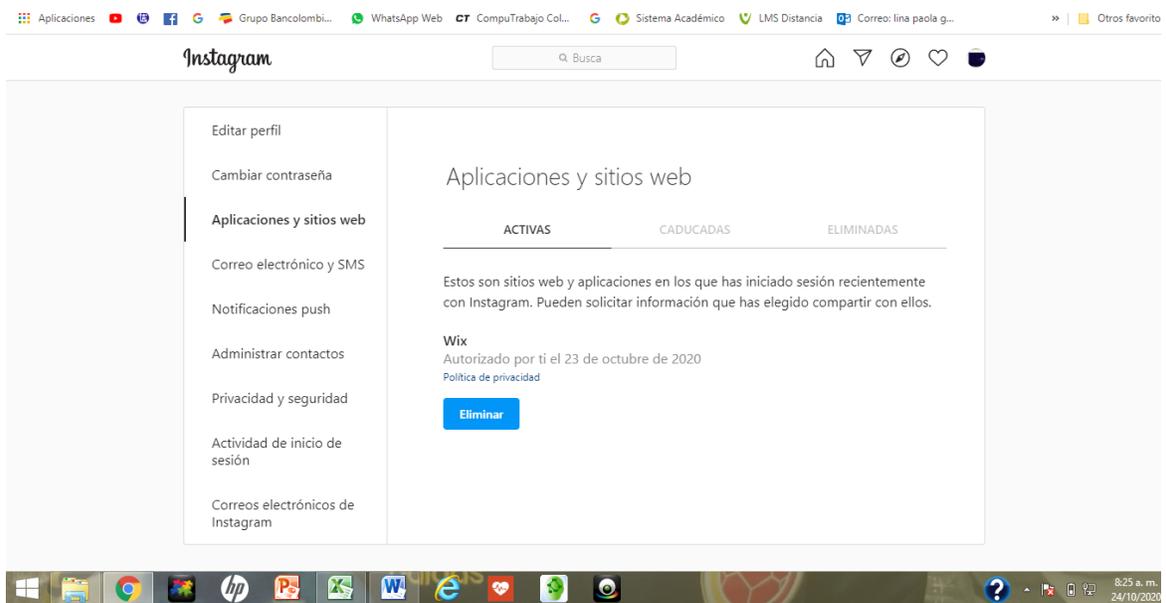
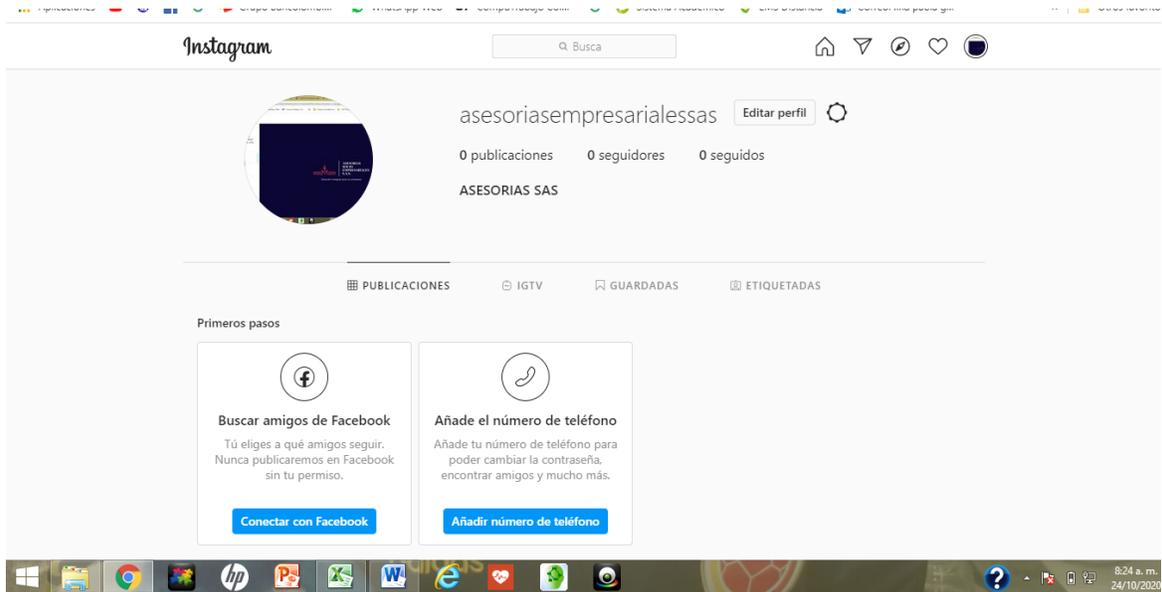


Logo



Estrategias de Marketing Digital

Instagram



Métricas Clave



CAC

Somos una Empresa nueva en el mercado y hasta ahora nos estamos incursionando en las redes sociales, una de las publicaciones que hicimos aun no ha tenido reacciones de los futuros y posibles clientes de nuestro negocio, en nuestra empresa tenemos una persona encargada de manejar las redes sociales y estar al pendiente de las mismas.

Es las publicaciones que hemos realizado en estas semanas hemos tenido respuestas positivas sobre los clientes futuros y potenciales que queremos tener por medio de las redes sociales, contactandonos y teniendo respuestas positivas, acerca del objetivo de nuestra empresa.

LTV

La comparación del resultado de una de una de nuestras publicaciones es que aún no tenemos reacciones de un me gusta o de mensajes que nos hayan enviado los futuros clientes, Debemos revisar en que estamos fallando en las publicaciones de las redes sociales y mejorar en ese aspecto para de esta forma llegar a mas personas y que nos conozcan.

Los resultados en las últimas semanas han sido positivos, generando un buen y excelente desarrollo a nivel global y empresarial, teniendo una Buena respuesta ante la possible competencia que puede tener nuestra compañía.

Estudio Técnico

Ubicación o Localización

La Empresa esta ubicada en la zona industrial de Buenaventura ya que allá es donde se encuentra ubicada la mayor parte de la industria y empresas en proceso de desarrollo organizacional legal la cual podemos con nuestro servicio poder ayudar a un desarrollo integro y organizacional en cada una de las PYMES del lugar.

Macrolocalización

Estamos ubicados en la Ciudad de Buenaventura

- Análisis del tamaño del Proyecto

El tamaño de nuestra empresa es una microempresa

Microlocalización

Buenaventura



Localización del Proyecto

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Requisitos Técnicos
Infraestructura y Adecuaciones	Oficina, ubicada en un edificio de la zona industrial	1	\$600.000	Fallas electrónicas y adecuaciones de espacios
Maquinaria y Equipo	0	0	0	0
Equipo de comunicación y computación	Computadores o equipos móviles	6	\$1.300.000	Software y capacidad de memoria
Muebles y enseres y otros	Escritorios y sillas	6	\$1.100.000	Ergonómicos
Otros (incluido herramientas)	0	0	0	0
Gastos pre-	Inversión de	6	\$5.000.000	Socios

operativos	capital inicial			
------------	-----------------	--	--	--

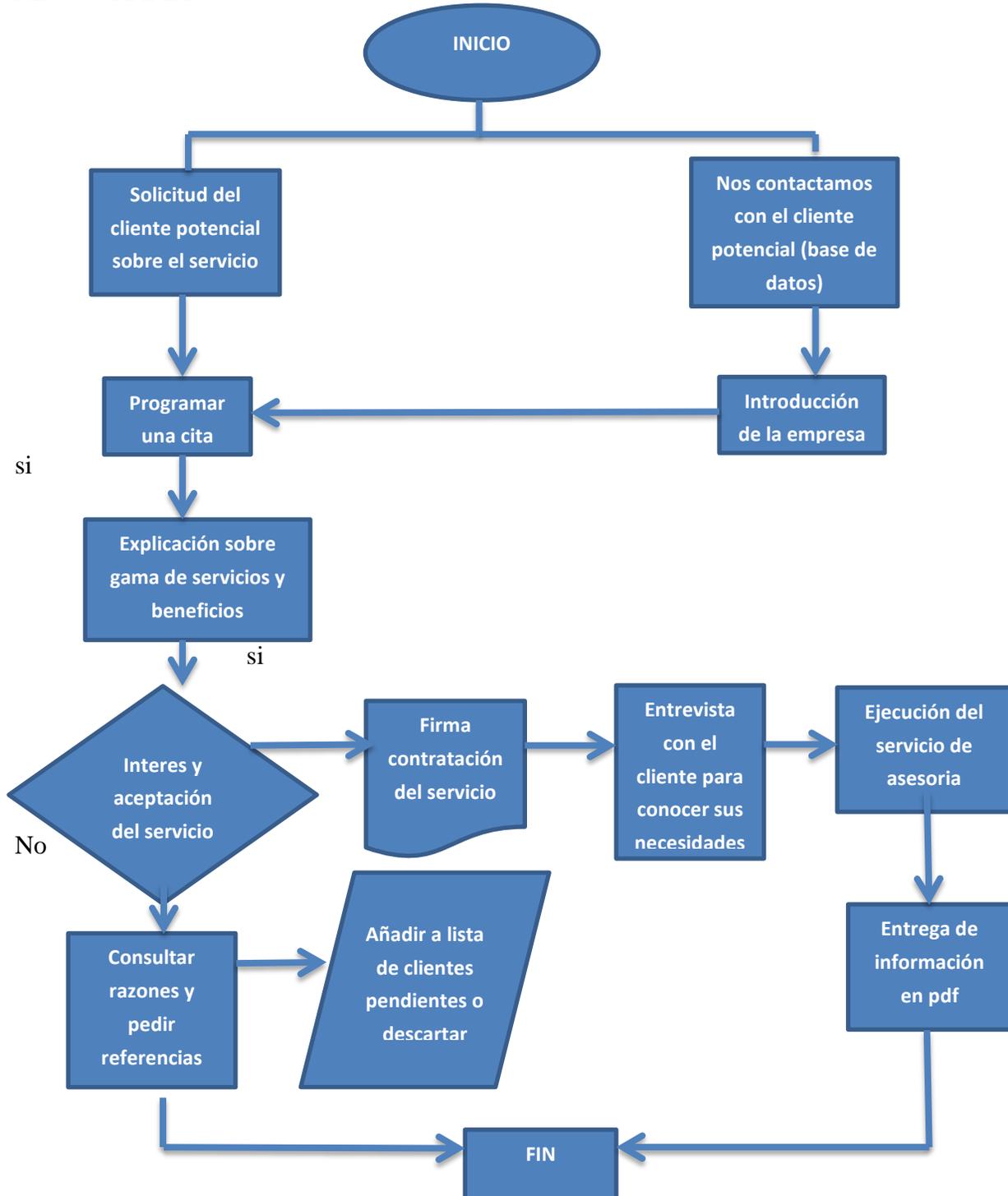
Plano



Estudio Técnico II

Ingeniería del Proyecto

FLUJOGRAMA



Requerimientos de operación

Bien/Servicio:

Unidades a producir:

Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización(minutos/horas)	Cargos que participant en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan. Capacidad de producción por máquina
Actividad 1	4 (Apoyo a los clientes)	Operativos	3	Computadores y telefonos moviles
Actividad 2	8 (Capacitaciones)	Administrativa	6	Computadoras
Actividad 3	4 (Verificaciones)	Operativa	4	Computadores y telefonos moviles
Actividad 4	5 (Control operacional)	Operativa	4	Computadores y telefonos

				moviles
Actividad 5	6 (Verificación de la funcionalidad)	Administrativa	2	Computadoras
Actividad 6	3 (Entrega de audio manual y servicios extras)	Operativa	2	Computadores y telefonos moviles
Total	30		21	

Estudio Técnico III

Ficha Técnica

Presentación del Servicio	
Nombre del Servicio	DISEÑO Y ELABORACIÓN DE MANUALES DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS - ETIQUETA Y PROTOCOLO
Características Del servicio	1 De forma Tradicional: El cual incluye todo lo relacionado con textos. 2 Audiolibro (Audio e Imágenes) 3. Audio - Manuales. Los cuales suplen las

	diferentes necesidades que puedan presentar las empresas.
Tipo de Servicio	Privado
Reglamentación del Servicio	
Denominación del Servicio	\$ 1.400.000
Ubicación	Buenaventura
Modo de Uso	Se utiliza de manera digital por medio de móviles o computadoras para visualizar su contenido y reproducir su contenido multimedia.

Lanzamiento producto mínimo viable

MANUAL DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS *(Edit Title)* by cristian2020b

Updated: 11/15/2020

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
			
La organización en las empresas pymes	Empresas Pymes	Manual de funciones por medio de audios manuales, en físico y digital	Organización administrativa

Create your own at Storyboard That

CONCLUSIONES

- Las empresas de hoy en día llevan un control interno de calidad, para que los procesos mejoren y se incremente la productividad, para que sea un beneficio recíproco y facilite una mejora continua dentro de la empresa.
- Nuestra distribución se basa en la visita a las empresas PYMES para la verificación de la necesidad que requiera el cliente o consumidor, la recolección de la información general para tener certeza de los procesos que maneja la organización.
- Nuestro servicio varia el precio de promoción dependiendo las necesidades que tenga la empresa, y los ingresos de cada una de ellas ya que nuestro servicio va enfocado a las empresas en desarrollo.

- Debido a la emergencia sanitaria que se ha ocasionado por el COVID-19, las empresas han tomado diferentes alternativas para seguir adelante, entre esas esta supervisiones y ventas virtuales que están teniendo más movimiento en situaciones como esta.
- La globalización es uno de los aspectos a tener en cuenta en cualquier tipo de empresa ya que el mundo de hoy en día gira entorno a ella, empresas innovadoras y llenas de nuevas ideas para brindar a las pequeñas y grandes empresas.

BIBLIOGRAFIA

((anonimo. (11 de 09 de 2017). wikipedia. Recuperado el 02 de 09 de 2018, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Audiolibro>)))

((DANE. (2015). DANE. Recuperado el 10 de 09 de 2018, de <http://www.dane.gov.co/>)))

((<https://www.ccb.org.co/>)

(((<https://www.gestiopolis.com/necesidades-de-las-pequenas-y-medianas-empresas/>)))

(((<https://www.gestiopolis.com/necesidades-de-las-pequenas-y-medianas-empresas/>)))

(Material suministrado por la universidad)

(<https://www.wix.com/account/sites?referralAdditionalInfo=Dashboard>)