

ASESORÍAS Y CONSULTORÍAS S Y C

JULIETH KATHERINE CHALA ARTEAGA

JULLY CAROLINE LARA SIERRA

KAREN JULIETH SANCHEZ COMBITA

YOLET VANESA SANCHEZ COMBITA

Asesorías y Consultorías S y C

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR CUN

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SEDE RESTREPO

OPCIÓN DE GRADO II

BOGOTA, NOVIEMBRE DE 2018



CONTENIDO

INTRODUCCION.....	
1.1. Descripción del Negocio.....	
1.2. Objetivo General	
1.3. Misión (Identidad Estratégica).....	
1.4. Visión (Futuro Preferido)	
1.5. Valores.....	
1.6. Objetivos Específicos	
1.7. Análisis Pestel.....	
1.8. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter	
1.9. Fuerzas Inductoras (Oportunidades y Fortalezas).....	
1.10. Fuerzas Opositoras (Debilidades y Amenazas)	
1.11. Cadenas de Valor	
1.12. Estrategia Competitiva (Componente Innovador)	
2. ESTUDIO DE MERCADOS	
2.1. Objetivos del Estudio del Mercado	
2.2. Segmentación	
2.3. Metodología del Estudio de Mercado.....	
2.4. Análisis Concluyente.....	
3. PLAN DE MARKETING.....	
3.1. Objetivos del Plan de Marketing	
3.2. Estrategia de Producto.....	
3.2.1. Estrategia de Marca	

Asesorías y Consultorías S y C



3.2.2.	Estrategia de Empaque
	Estrategia de Servicio Postventa
3.3.	Estrategia de Precio
3.4.	Estrategia de Publicidad
3.4.1.	Plan de Medios
3.5.	Estrategia de Promoción
3.6.	Estrategia de Distribución.....
3.7.	Proyección de Ventas
4.	CONCLUSIONES
5.	BIBLIOGRAFIA Y CIBERGRAFÍA.....

Asesorías y Consultorías S y C

INTRODUCCIÓN

Con este trabajo buscamos mostrar todos los análisis que se hicieron para la empresa ASESORIAS Y CONSULTORIAS SYC, empezamos mostrando cual es el posible segmento de mercado, después detectamos las necesidades que tiene el mercado para saber en qué aspectos debemos concentrar nuestros servicios, seguido de las soluciones que podemos dar a estas necesidades, después creamos una matriz DOFA tanto interna como externamente, también se realizó una matriz PESTEL la cual identifica los aspectos más legales y generales del mercado, luego nos basamos en analizar las encuestas que realizamos por medio de una plataforma virtual mirando el conocimiento del mercado respecto a los aspectos de recursos humanos y riesgos laborales que se pueden presentar, gracias a estas logramos mirar en que aspectos están menos favorables las empresa y en que podemos trabajar para lograr que las empresas que hasta ahora están empezando pueden consolidarse como empresas con calidad. Además la accesibilidad que tenemos para poder utilizar nuestros servicios ya que la empresa que desee adquirir nuestros servicios lo puede hacer teniendo una cuota fija y poder utilizar nuestros servicios de una mejor manera.

Asesorías y Consultorías S y C

1. PLANEACIÓN ESTRATEGICA GENERATIVA

1.1 Descripción del Negocio

Somos una empresa dedicada a brindar asesorías sobre la seguridad en el trabajo y salud ocupacional. Conformado por los mejores profesionales en estos campos de estudio. Queriendo mantener el buen estado físico, social y mental entre todos los trabajadores sin importar su cargo o profesión de las diferentes empresas, enseñando al buen manejo de personal. Así mismo ofreciendo conocimientos sobre los diferentes riesgos laborales y enfermedades profesionales que puede tener cualquier empleado de la empresa sea cual sea su cargo, y como se pueden prevenir según las condiciones establecidas por la ley.



1.2 Objetivo General

Realizar una planeación estratégica en la cual se dé a conocer la empresa Asesorías y Consultorías S y C en la cual se fijen herramientas de análisis y de interés como es la PODER, PESTEL y DOFA para conocer aspectos significativos que impacten el mercado de la Consultoría en cuando Seguridad y Salud Ocupacional para así conllevar a un estudio de mercados que nos permita identificar metodologías para un plan de marketing en el que se pueda realizar una proyección de ventas alcanzable, duradera, creíble y sostenible en el tiempo.

1.3 Misión

Prestar servicios a las pequeñas, medianas empresas y personas naturales, asesorándolos en la prevención de riesgos laborales y salud ocupacional, con un recurso humano con la mejor especialización, implementando sistemas de gestión de riesgo y mejorando el desarrollo humano de los clientes.

1.4 Visión

Queremos que nuestra empresa Asesorías y Consultorías S y C, en el año 2023 sea una empresa reconocida nacionalmente y empiece a ser reconocida internacionalmente por la calidad, conocimiento y profesionalismo que ofrecemos en nuestros servicios de asesorías y consultorías en salud ocupacional y riesgos laborales.

Asesorías y Consultorías S y C

1.5 Valores

- **Compromiso:** Dedicamos todo el tiempo y el profesionalismo necesario a cada uno de nuestros clientes llevando resultados eficientes al final de la asesoría.
- **Seriedad y profesionalismo:** Con la prestación de nuestros servicios y el compromiso hacia nuestros clientes.
- **Liderazgo:** Estamos comprometidos a enseñar nuestros conocimientos llevando como ejemplo nuestro día a día laboral, intentando siempre ser mejores que el día anterior.
- **Honestidad:** Creemos que es un valor muy importante, para las empresas y la sociedad en común.

1.6 Objetivos Específicos

- Concluir que la empresa tiene buenas bases para trabajar sobre empresas industriales, ya que hemos encontrado que hay muchas empresas que no tienen conocimiento claro de lo que son los recursos humanos y los riesgos laborales.



- Identificar las necesidades del mercado que podemos llegar a trabajar mejor en algunos aspectos para la satisfacción de nuestros clientes.
- Visualizar en el mercado las empresas que están empezando y necesitan capacitarse en recursos humanos y riesgos laborales.
- Realizar el diagnostico del pentágono como herramienta para identificar varios aspectos con respecto al segmento del mercado, las necesidades y soluciones que podemos dar.
- Analizar el resultado de las encuestas con respecto al mercado al que vamos dirigidos y encontrar sus necesidades y satisfacerlas de la mejor manera.
- Brindar asesoría a las empresas va hacer que estas tengan mejor calidad y clima organizacional en sus instalaciones y poder llegar a ser empresas líderes en el mercado.

Asesorías y Consultorías S y C

1.7 Análisis Pestel

P	<p>POLITICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • La intervención del estado nos afecta de manera directa puesto que si se crean y se aprueban referendos o constituyentes de ley que estén orientadas a la seguridad laboral y salud ocupacional para las pequeñas y medianas empresas del sector público y/o privado nos obliga como empresa de asesoría y consultoría a capacitarnos y actualizarnos en normatividad para asegurar el buen funcionamiento de la misma. • La enfermedad laboral es reconocida en la Ley 1562 de 2012 como la contraída del resultado de la exposición a factores de riesgo inherentes a la actividad o del medio en el que el empleado se ha visto trabajar. • Apoyo constante y transparente a los emprendedores jóvenes sobre todo a las mujeres líderes administradoras de empresas.
----------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> • La salud ocupacional a tomado bastante fuerza a nivel empresa ya que es una obligación por parte de los empleadores. • Tener siempre en cuenta los entes regulatorios que sean obligatorios para nuestra empresa.
E	ECONÓMICOS
	<ul style="list-style-type: none"> • Dado al dinamismo de la economía es predecible afirmar que este factor genera gran impacto a nuestra idea de negocio debido a las tasas de interés y tasas de inflación. Los cambios de gobierno que apuestan por cambios significativos en el país que para lo cual debemos estar atentas para planear estratégicamente y tomar decisiones certeras. • En Colombia las firmas internacionales de consultoría tienen ingresos anuales que se aproximan a los US\$ 100 millones y su crecimiento anual en dólares es superior al 20%. • No contamos con vida crediticia empresarial que solicitan las entidades financieras para acceder a un préstamo de libre inversión. • Nos afectaría los cambios en los impuestos.
S	SOCIOCULTURALES
	<ul style="list-style-type: none"> • Las empresas tendrían que cambiar varias estrategias de gestión para adaptarse a lo que exige la ley y lograr certificaciones en NTC's sobre seguridad y salud ocupacional. • Un mayor nivel de información y por lo tanto un mayor criterio de selección. • Pueden presentar discriminaciones y podemos ser vulnerables a críticas. • Generar un bienestar integral a los trabajadores de las diferentes empresas, garantizar al trabajador un puesto de trabajo seguro. • La imagen de nuestra empresa nos ayudaría bastante con el reconocimiento de esta. • La realización de eventos sociales nos ayudaría para que los clientes reconozcan nuestra empresa.
T	TECNOLÓGICOS
	<ul style="list-style-type: none"> • Encontramos barreras en el aspecto tecnológico puesto que ahora se están implementando software para las pausas activas que ofrece las ARL's lo que suple la necesidad de contratar una persona especializada. Las empresas o el gerente se pueden certificar mediante la metodología virtual. • Acceso a información rápida y asesorías en línea. • Nos podemos ver afectados puesto que no manejamos software y hardware de última generación empresarial.

	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización de medios electrónicos para la facilidad de contacto con nuestros clientes. • Buen uso de las TICS.
E	ECOLÓGICOS
	<ul style="list-style-type: none"> • No nos vemos fuertemente impactadas, más bien si se debe contemplar la idea de implementar un sistema integrado de gestión, medio ambiente, seguridad y salud ocupacional en las organizaciones, en la cual se prenda disminuir o mitigar el impacto industrial que tiene la empresa que asesoraremos frente al medio ambiente. • No nos vemos fuertemente impactadas, más bien si se debe contemplar la idea de implementar un sistema integrado de gestión, medio ambiente, seguridad y salud ocupacional en las organizaciones.
L	LEGALES
	<ul style="list-style-type: none"> • Transparencia y cumplimiento en cuanto al conocimiento y aplicación de requisitos de legales como lo es el Decreto 171 del 1° de febrero de 2016, firmado por el Presidente de la República Juan Manuel Santos y el ministro del Trabajo, Lucho Garzón, busca facilitar a las empresas públicas y privadas, la sustitución del programa de Salud Ocupacional por el nuevo Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo y los demás decretos y normas que rigen la implementación de un Sistema Integrado de Gestión de la Seguridad y Salud en el trabajo. • Legalidad en cuanto a la conformación y cumplimiento de requisitos de conformación de la empresa debe ser pronta, veraz y verídica. • Especialización en la norma que rige la implementación de un Sistema Integrado de Gestión de la Seguridad y Salud en el trabajo, para hacer poder certificar a las empresas sobre sus capacitaciones a sus trabajadores.

1.8 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

Competidores Potenciales

Empresas que se encuentran activas en el mercado en este caso las ARL y/o empresas de asesorías y consultorías en el mismo campo tienen mayor número de clientes fijos. Estas empresas también cuentan con personal calificado y de mayor experiencia por el tiempo que llevan en el mercado y esto les da una mayor credibilidad. Nosotros como nueva empresa debemos invertir en publicidad, lo que nos aumenta costos. Contamos con personal calificado



pero con mínima experiencia lo que nos hace poco confiables ante el mercado.

Sector Económico

En referencia al poder de negociación de los proveedores, en nuestro caso al no dedicarnos a comercializar ningún tipo de producto que requiera de unas materias primas para su fabricación, ni tampoco a prestar ningún tipo de servicio que como tal nos obligue a negociar con otros proveedores de servicios adherentes al nuestro, consideramos que este punto en concreto no nos afecta para el desarrollo de nuestra actividad y que por tanto el poder de negociación de los proveedores en nuestro segmento es nulo por la inexistencia de los mismos.

Proveedores

Siendo una empresa de Servicios contamos con poca dependencia de los proveedores. Quizás se podría considerar a las empresas en la que prestemos el servicio que nos recomienden con otras compañías, generando un “good will” y potencializarnos en el mercado.

Sustitutos

En una empresa la propuesta de valor es entregar un servicio cercano en un ambiente grato, garantizando la calidad, el empoderamiento, la aplicación de las prácticas y normas para el buen funcionamiento de las empresas, contando con personal idóneo y capacitado. Sin embargo, se prevén amenazas como deslealtad por parte del cliente y la alta oferta de empresas que presentan asesoría y consultoría en salud y seguridad en el trabajo.

Consumidores

Este factor hace referencia al tamaño del universo de potenciales consumidores de nuestro servicio en relación a la cantidad de proveedores que ofertan unos servicios sustitutivos al nuestro. Es decir, si el número de compradores es inferior al número de compañías que ofrecen servicios similares a los nuestros, el poder de negociación del cliente es muy elevado. En términos generales pese a que el público objetivo al que nos dirigimos cuenta con grandes dimensiones, nos encontramos en una situación de desventaja en cuanto a la negociación, debido a que al tratarnos de una nueva compañía no existirán una gran cantidad de potenciales compradores que conozcan nuestra existencia ni mucho menos la calidad de nuestro trabajo, por

lo que originalmente estaremos algo supeditados a las exigencias del consumidor. Más adelante, cuando nuestra posición se vaya consolidando en el mercado, tomaremos una posición más aventajada y podremos establecer unos precios y condiciones más estándares.

1.9 Fuerzas Inductoras (Oportunidades y Fortalezas)

Oportunidades

- Hay un segmento del mercado que podemos atender y aun no lo estamos haciendo.
- Podemos desarrollar nuevos servicios para satisfacer las necesidades de los clientes
- El mercado está cambiando hacia un mayor uso de nuestros servicios
- Conocimiento de las necesidades de las empresas industriales con el fin de satisfacerlas
- Incremento de participación en el mercado
- Nuestra ubicación geográfica es adecuada

Fortalezas

- Generamos Recursos humanos motivados.
- Contamos con valores agregados a los clientes como son las capacitaciones frecuentes, monitoreos y asesoría normativo.
- Tenemos bajos costos operativos por lo que le podemos dar mayor valor a los clientes.
- Fomentar en los colaboradores el reto de cuidarse, que comprendan que depende de ellos que puedan iniciar y terminar el día bien, sin accidentes, sin contratiempos

1.10 Fuerzas Opositoras (Debilidades y Amenazas)

Debilidades

- No poseemos una imagen corporativa en el mercado
- Baja fuerza del servicio en exclusividad
- Falta conocer más el mercado para adquirir experiencia
- Fortalecimiento en la calidad del servicio

- No contamos con un manual de procedimientos
- Falta de comunicación y/o retroalimentación de los procesos a nuestros clientes
- No contamos con seguros
- Inhabilidad para responder a la tecnología cambiante

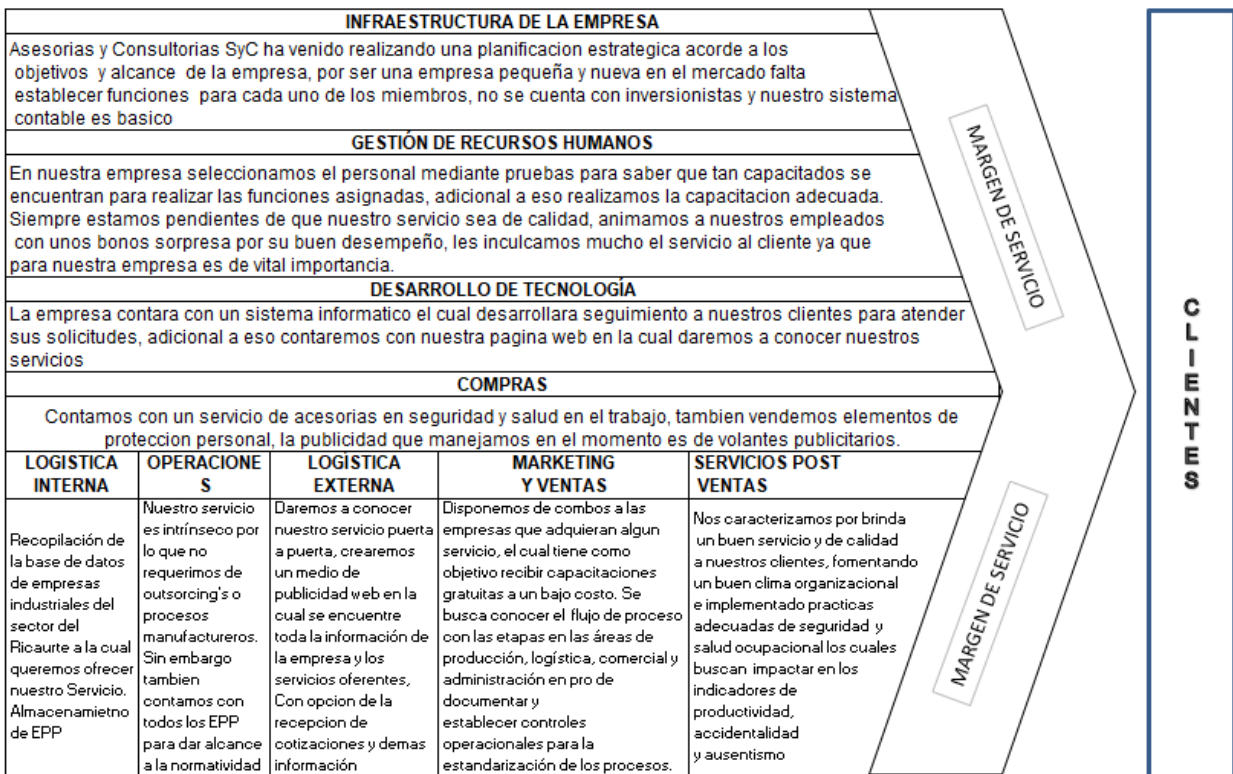
Amenazas

- Esta presente la competencia consolidada en el mercado
- Empresas de tercerización de servicios, Outsourcing's
- Capacitaciones y servicios por parte de las ARL's que se les ofrecen a las empresas afiliadas.
- Las grandes empresas de Consultorías sobre seguridad y salud en los trabajos
- El fortalecimiento de la Cultura Organizacional y sus Sistemas de Gestión

1.11 Cadena de Valor

Asesorías y Consultorías S y C

CADENA DE VALOR ASESORIAS Y CONSULTORIAS SYC



1.12 Estrategia Competitiva (Componente Innovador)

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	
Estrategia de rivalidad: Tenemos como objetivo realizar seguimiento a cada uno de nuestros clientes y brindar capacitación adecuada y completa de acuerdo a la necesidad o que nuestros clientes requieran.	Estrategia de producto: esta es uno de nuestros factores de diferenciación ya que contamos con facilidades de pagos y paquetes de servicios totalmente accesibles para que nuestros clientes obtengan nuestros servicios de manera facil y completa
Estrategia de enfoque: Nuestra empresa esta enfocada a pequeñas y medianas empresas industriales que tienen la necesidad de conocer e implementar un sistema de seguridad y salud ocupacional.	

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1. Objetivos del Estudio del Mercado

Poner a disposición una investigación de mercado para la empresa Asesorías y Consultorías S y C la cual se dedica a ofrecer capacitaciones e implementar Sistemas de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional, con la que se busca definir un problema y una hipótesis que permita definir la formulación del problema, para lo cual se requiere de información basada en antecedentes que nos permita realizar una análisis significativo del mercado, implementando matrices de interés tanto internas como externas que permitan profundizar el movimiento de la oferta y demanda de nuestro servicio y así consolidar un precio factible y durable en el mercado.

2.2. Segmentación

A febrero pasado, en Ricaurte se encontraron 4.018 empresas, siendo las actividades más importantes de esta zona las actividades de impresión con 464 empresas. Le siguen las actividades de publicidad con 254 empresas y sigue en tercer puesto el comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados con 247

empresas. “referencia de:<http://www.bogota.gov.co/bronx-bogota/empresas-en-los-barrios-ricaurte-la-capuchina-voto-nacional-y-la-pepita>”

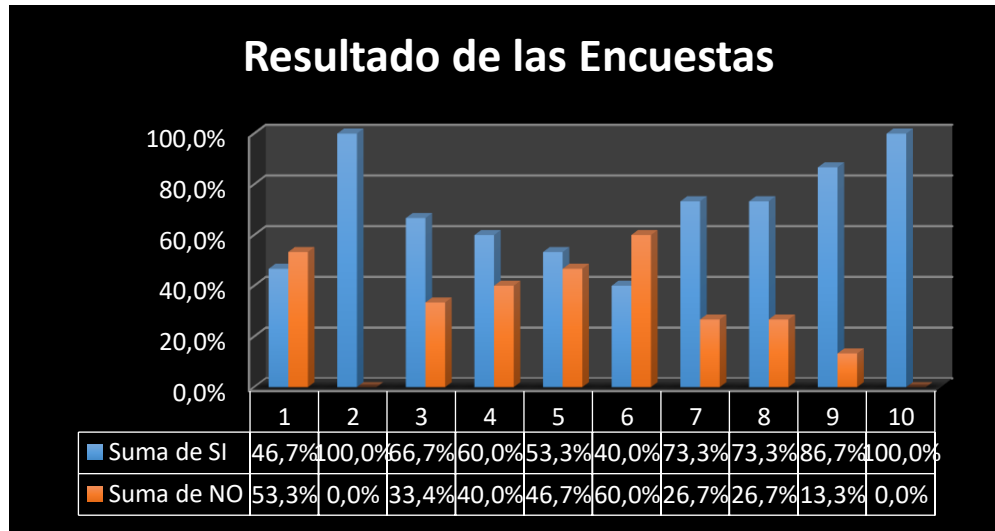
Por lo anterior, nuestro segmento de mercado será en el barrio Ricaurte ubicado en la localidad Los Mártires en la ciudad de Bogotá, entre calles 6 y 13 con carrera 27 hasta la 30, orientado a las pequeñas y medianas empresas y personas naturales dedicadas a la fabricación, comercialización y distribución de artículos de ferretería, pinturas y vidrio.

2.3. Metodología del Estudio de Mercado

A continuación se relacionan las preguntas realizadas en las encuestas. (Ver anexo adjunto: encuestas diligencias)

- 1) ¿La empresa cuenta con asesorías con respecto a salud ocupacional y seguridad en el trabajo?
- 2) ¿Piensa usted que es importante diseñar, administrar y ejecutar un sistema de gestión en seguridad y salud ocupacional en su empresa?
- 3) ¿Usan elementos de protección personal?
- 4) ¿Sabe usted que es la higiene ocupacional?
- 5) ¿Realizan pausas activas durante la jornada laboral?
- 6) ¿Conoce el decreto 1072 / 2015 Decreto único reglamentario del sector trabajo?
- 7) ¿Conoce y aplica la resolución 1111 /2017 Por la cual se definen los Estándares Mínimos del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo para empleadores y contratantes?
- 8) ¿Conoce los tipos de riesgos laborales?
- 9) ¿Considera relevante promover el bienestar físico y mental de sus colaboradores?
- 10) ¿Le gustaría que Consultorías y Asesorías S y C le brindara un acompañamiento en materia de Seguridad Industrial, Salud e Higiene Ocupacional?

2.4. Análisis Concluyente



De las encuestas podemos deducir que las empresas entrevistadas requieren asesorías en implementación de sistemas de gestión de calidad y seguridad en el trabajo. De la misma forma se deduce que los dueños de las empresas no conocen a cabalidad la normatividad que rige y/o cobija a los colaboradores, por lo tanto el segmento de mercado que escogimos consideramos que es la adecuada para ofrecer e implementar nuestros servicios.

3. PLAN DE MARKETING

3.1. Objetivos del Plan de Marketing

- Determinar la necesidad del mercado en cuanto a Seguridad y Salud Ocupacional en las Organizaciones para así definir el problema, conocer los antecedentes y plantear una hipótesis que nos permita centralizar nuestra idea de negocio.

- Realizar un análisis detallado del Servicio frente al mercado, utilizando herramientas de interés como es la de PODER y DOFA para reconocer factores relevantes en la toma de decisiones.
- Definir el Segmento de Mercado para el cual brindaremos nuestro servicio con el fin de conocer sus necesidades para brindar un servicio enfocado a satisfacer sus necesidades.
- Crear un marca y un logo que represente la Asesoría y Consultoría en Seguridad y Salud Ocupacional S y C con el fin de ir darnos a conocer en el mercado.
- Realizar una clasificación del análisis de la oferta y demanda del servicio para conocer el nivel de impacto que puede presentar nuestro servicio frente al mercado y así definir una estrategia de precio.

3.2.Estrategia de Producto.

INTANGIBILIDAD: Entregar un servicio de manera oportuna de acuerdo al agendamiento definido mediante la vía telefónica o por sistema página web.

VARIABILIDAD: En este punto se pretende realizar encuestas de satisfacción de usuarios y de los clientes del servicio para que se pueda controlar la variabilidad.

3.2.1. Estrategia de Marca

Empresa: Asesorías y Consultorías S y C

Sector de la economía: Sección M: Actividades profesionales, Científicas y Técnicas

Definición del producto o servicio: Somos una empresa dedicada a brindar asesorías sobre la seguridad en el trabajo y salud ocupacional. Conformado por los mejores profesionales en estos campos de estudio. Queriendo mantener el buen estado físico, social y mental entre todos los trabajadores sin importar su cargo o profesión de las diferentes empresas, enseñando al buen manejo de personal. Así mismo ofreciendo conocimientos sobre los diferentes riesgos



laborales y enfermedades profesionales que puede tener cualquier empleado de la empresa sea cual sea su cargo, y como se pueden prevenir según las condiciones establecidas por la ley.

Personalidad: Somos una empresa integral, en la que se puede confiar, queremos dar seguridad y profesionalidad.

Plus: Contamos con paquetes en los que puede elegir máximo tres servicios, y los puede cancelar de forma mensual o 50/50

Público objetivo: Nuestro segmento de mercado será en el barrio Ricaurte ubicado en la localidad Los Mártires en la ciudad de Bogotá, entre calles 6 y 13 con carrera 27 hasta la 30, orientado a las pequeñas y medianas empresas y personas naturales dedicadas a la abricación, comercialización y distribución de artículos de ferretería, pinturas y vidrio.

Promesa básica: Asesoramos su salud y seguridad laboral

Razón de respaldo: ¿Por qué razón la marca o empresa va a cumplir con esa promesa? Porque para nosotros el bienestar de sus clientes y sus empleados es lo más importante. ¿cómo o de qué manera va a cumplir con esta promesa? Realizando seguimiento y mejora continua en cada uno de los servicios que prestamos

Posicionamiento: Bienestar, confiabilidad y seguridad.

3.2.2. Estrategia de Empaque

Como nosotros prestamos un Servicio, no utilizamos un empaque físico puesto que el personal se acercará directamente a las instalaciones de la empresa para realizar la consultoría

3.2.3. Estrategia de Servicio Postventa

Nos caracterizaremos por brindar un buen servicio y de calidad a nuestros clientes, fomentando un buen clima organizacional e implementado practicas adecuadas de seguridad y salud ocupacional los cuales buscan impactar en los indicadores de productividad, accidentalidad y ausentismo.

3.3.Estrategia de Precio

Se realizan cotizaciones a empresas del mismo sector, con estos daros tabulados se genero un porcentaje de ayuda para determinar el precio de venta del servicio

Precio Venta	=	Coste	x	% del margen (rentabilidad)
-----------------	---	-------	---	-----------------------------

COSTOS FIJOS	VALOR/MES
DESCRIPCIÓN	
PUBLICIDAD, PROPAGANDA Y PROMOCIÓN	\$ 1.750.000
ELEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA	\$ 150.000
UTILES Y PAPELERIA	\$ 150.000
GASTOS LEGALES	\$ 90.000
SERVICIOS	\$ 750.000
TOTAL	\$ 2.890.000

Igualmente se emplea el mismo procedimiento para determinar el valor a pagar al personal calificado que se encargara de prestar el servicio de consultoría.

3.4.Estrategia de Publicidad

Presentamos nuestros servicios de calidad a un precio accesible a las pequeñas y medianas empresas que deseen adquirirlos en el cuál se brinda la posibilidad de pagar mensualmente una cuota fija y puede disfrutar de 3 asesorías máximo por servicio.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES		DATOS DE LA EMPRESA																																		
ACTIVIDAD	OCTUBRE																															OBSERVACIONES				
	SEMANA 1							SEMANA 2							SEMANA 3							SEMANA 4							SEMANA 5							
	4	5	6	7	11	12	13	14	18	19	20	21	25	26	27	28	29	30	31																	
	Diseño, impresion de volantes publicitarios	■																																		LAS ACTIVIDADES DESTINADAS PARA LA ESTRATEGIA PUBLICITARIA FUERON REALIZADAS DE MANERA CORRECTA Y VERIFICANDO SU VALIDEZ
Contratacion personal para la distribucion de volantes		■	■	■																																
Distribucion de volantes, por las diferentes zonas					■	■	■	■																												
Creacion de pagina web								■	■																											
Diseño y promociones pagina web										■																										
Cosultas con canales de television										■	■	■	■																							
Contrato para realizar un comercial publicitario												■	■	■	■																					
Analisis de resultados																																				
Busqueda de actividades de integracion con clientes																																				
Realizar acompañamiento																																				
Verificacion																																				

3.4.1. Plan de Medios

El Plan de Medios se realizará a nivel local por medio de las redes sociales, en la época del año en que vamos a enfocar nuestra publicidad va a ser a principio de año y estará habilitada por 30 días cada 2 meses.

3.5. Estrategia de Promoción

- Una de nuestras estrategias promocionales es dar bonos de descuento en el próximo pago de la cuota a la empresa que refiera a otra empresa.
- Cada vez que terminemos de realizar una asesoría o consultoría, enviar por correo electrónico una encuesta de satisfacción del cliente, de esa manera vamos a saber que debemos mejorar.
- Manejar todo tipo redes sociales para dar a conocer nuestro producto y también nos puedan contactar por estos medios.
- Hacer un evento de demostración de producto anual mostrando los servicios que ofrecemos y los logros obtenidos en ese año, invitando a todos nuestros clientes y dejar cupos disponibles para los nuevos clientes.

- Dar un obsequio mensual por la fidelización de los clientes. Mensualmente se eligirá la empresa que ha adquirido nuestros servicios con mayor frecuencia y le obsequiaremos algún servicio adicional.

3.6. Estrategia de Distribución

Daremos a conocer nuestro servicio creando un medio de publicidad web en la cual se encuentre toda la información de la empresa y los servicios oferentes, con opción de la recepción de cotizaciones y demás solicitudes. De la misma manera la distribución de nuestro servicio será local y posteriormente departamental.

3.7. PROYECCIÓN DE VENTAS

Definimos un periodo de ventas correspondientes al mes de Octubre de 2018, en el cual se tomaron en cuenta los siguientes gastos, con un margen bruto de 30%. Defina cantidades de ventas por periodo (mensualmente, trimestralmente, o semestralmente, el primer año y los totales por año, para el periodo de evaluación del negocio (este periodo es variable acorde con la naturaleza del negocio min de 5 años), teniendo en cuenta las demandas estacionales en caso de presentarse, así como los aumentos. Determine los ingresos (en \$) de acuerdo a la estrategia de precio y a la proyección de unidades vendidas. Cada producto debe tener asociado la posición arancelaria de Importación /Exportación. La proyección de ventas debe ser producto de un análisis en el que se haya utilizado un método de proyección como los relacionados en la caja de selección que ofrece el sistema. Explique cuál es la fuente de los datos históricos y las razones por las que se utilizó el método seleccionado.

Arriendo \$ 900.000

Servicios Públicos \$ 750,000

Salarios \$ 3,000,000

Total \$ 4,650,000

Ventas Mínimas = Gastos / (Margen Bruto/100)

$$VM = \$ 4,650,000 / (30\% / 100)$$

$$VM = \$ 4,650,000 / 0.30$$

$$\mathbf{VM = \$ 15,500,000}$$

Con los anteriores resultados necesitamos prestar 13 servicios de consultoría para cubrir gastos (no dar pérdida) y recuperar el costo de la mercancía

Asesorías y Consultorías S y C

4. CONCLUSIONES

1. Concluimos que la empresa tiene buenas bases para trabajar sobre empresas industriales, ya que hemos encontrado que hay muchas empresas que no tienen conocimiento claro de lo que son los recursos humanos y los riesgos laborales.
2. Identificamos las necesidades del mercado podemos llegar a trabajar mejor en algunos aspectos para la satisfacción de nuestros clientes.
3. Vimos que en el mercado hay muchas empresas que están empezando y necesitan capacitarse en recursos humanos y riesgos laborales.
4. Realicemos el diagnóstico del pentágono como herramienta para identificar varios aspectos con respecto al segmento del mercado, las necesidades y soluciones que podemos dar.
5. Analizamos el resultado de las encuestas que nos dieron un análisis del mercado al que vamos dirigidos y encontrar sus necesidades y satisfacerlas de la mejor manera.
6. Brindamos asesorías a las empresas que va hacer que éstas tengan mejor calidad y clima organizacional en sus instalaciones y poder llegar a ser empresas líderes en el mercado.

Asesorías y Consultorías S y C

5. BIBLIOGRAFIA Y CIBERGRAFÍA

- Dam Consultores S.A.S
- www.bogota.gov.co
- https://www.google.com.co/search?q=infracciones+seguridad+y+salud+en+el+trabajo&rlz=1C1NHXL_esCO725CO725&oq=INFRACCIONES+SEGURIDAD+Y+SALUD+&aqs=chrome.1.69i57j0l5.10051j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- <https://www.dinero.com/especiales-comerciales/consultoria/articulo/empresas-consultoria-colombia/196119>
- <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3022/T11.09%20C29e.pdf?sequence>

Asesorías y Consultorías S y C