

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI

ESCUELA DE POSGRADOS

**MAESTRÍA TECNOLÓGICA EN ECOSISTEMAS DIGITALES PARA
NEGOCIOS**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del Título en Magister Tecnológico en
ECOSISTEMAS DIGITALES PARA NEGOCIOS**

**“DISEÑO DE LOS PROCESOS DE GESTIÓN COMERCIAL PARA ENTERPRISES O&R
CONSULTING BUSINESS GROUP EN EL MERCADO DE LA CAPACITACIÓN EN
ECUADOR”.**

AUTORES: BRITO MOYA VIVIANA ALEXANDRA
CANCHIGÑA ALDANA FREDY WILMEN
PULAMARIN ULCUANGO SILVIA MERCEDES

TUTOR: MSC. WILLMAN LEONEL BRAVO ESPINOZA

SANGOLQUI, SEPTIEMBRE 2024



Autor: Brito Moya Viviana Alexandra

Título a obtener: Magister Tecnológico en Ecosistemas

Digitales para Negocios

Matriz: Sangolquí –Ecuador

Correo electrónico: viviana.brito@ister.edu.es

ybrito8@yahoo.com



Autor: Canchigna Aldana Fredy Wilmen

Título a obtener: Magister Tecnológico en Ecosistemas

Digitales para Negocios

Matriz: Sangolquí –Ecuador

Correo electrónico: fredy.canchigna@ister.edu.ec

fredy_canchigna@yahoo.es



Autor: Pulamarín Ulcuango Silvia Mercedes

Título a obtener: Magister Tecnológico en Ecosistemas

Digitales para Negocios

Matriz: Sangolquí –Ecuador

Correo electrónico: silvia.pulamarin@ister.edu.ec

silviap_81@hotmail.com



Dirigido por: Willman Leonel Bravo Espinoza

Título: Magister en Administración y Dirección de Empresas

Matriz: Sangolquí -Ecuador

Correo electrónico: willman.bravo@ister.edu.ec

Todos los derechos reservados

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

@2024 Tecnológico Universitario Rumiñahui

Sangolquí – Ecuador

Brito Moya Viviana Alexandra

Canchigña Aldana Fredy Wilmen

Pulamarín Ulcuango Silvia Mercedes

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO TITULACIÓN

Sangolquí, 20 de septiembre del 2024

MSc. Elizabeth Aldás
Directora de Posgrados
Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui
Presente

De mi consideración:

Me permito comunicar que, en calidad de director del presente Trabajo de Titulación denominado: "Diseño de los procesos de gestión comercial para Empresas O&R Consulting Business Group en el mercado de la capacitación en Ecuador" realizado por Viviana Alexandra Brito Moya, Fredy Wilmen Canchigña Aldana y Silvia Mercedes Pulamarín Ulcuango, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, así mismo ha sido verificado a través de la herramienta de similitud académica institucional, y cuenta con un porcentaje de coincidencia aceptable. En virtud de ello, y por considerar que el mismo cumple con todos los parámetros establecidos por la institución, doy mi aprobación a fin de continuar con el proceso académico correspondiente.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
**WILLMAN LEONEL
BRAVO ESPINOZA**

Willman Leonel Bravo Espinoza
Director del Trabajo de Titulación
C.I.:010283930-5
Correo electrónico: willman.bravo@ister.edu.ec

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Sangolquí, 13 de septiembre del 2024

MSc. Elizabeth Aldás
Directora de Posgrados
Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui
Presente

Por medio de la presente, nosotros, Viviana Alexandra Brito Moya, Fredy Wilmen Canchigña Aldana y Silvia Mercedes Pulamarín Ulcuango, declaramos y aceptamos en forma expresa lo siguiente: ser autores del trabajo de titulación denominado "Diseño de los procesos de gestión comercial para Enterprises O&R Consulting Business Group en el mercado de la capacitación en Ecuador", de la Maestría Tecnológica de Ecosistemas Digitales para Negocios; manifestamos nuestra voluntad de ceder al Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui los derechos de reproducción, distribución y publicación de dicho trabajo de titulación, en cualquier formato y medio, con fines académicos y de investigación.

Esta cesión se otorga de manera no exclusiva y por un periodo indeterminado. Sin embargo, conservo los derechos morales sobre nuestra obra.

En fe de lo cual, firmamos la presente.

Atentamente,

Viviana Alexandra
Brito Moya
CI:171535856-8

Fredy Wilmen
Canchigña Aldana
CI: 170854910-8

Silvia Mercedes
Pulamarín Ulcuango
CI: 171691750-3

**FORMULARIO PARA ENTREGA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN EN
BIBLIOTECA DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI**

MAESTRÍA TECNOLÓGICA: ECOSISTEMAS DIGITALES PARA NEGOCIOS

AUTOR /ES:

Brito Moya Viviana Alexandra

CONTACTO ESTUDIANTE:

0984661223

CORREO ELECTRÓNICO:

vbrito8@yahoo.com

Canchigña Aldana Fredy Wilmen

CONTACTO ESTUDIANTE:

0991323794

CORREO ELECTRÓNICO:

fredy_canchigna@yahoo.es

Pulamarín Ulcuango Silvia Mercedes

CONTACTO ESTUDIANTE:

0984619844

CORREO ELECTRÓNICO:

silviap_81@hotmail.com

TUTOR:

Msc. Willman Leonel Bravo Espinoza

TEMA:

"Diseño de los procesos de gestión comercial para Enterprises O&R Consulting Business Group
en el mercado de la capacitación en Ecuador"

SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Sangolquí, 13 de septiembre del 2024

MSc. Elizabeth Aldás
Directora de Posgrados
Instituto Superior Tecnológico Universitario Rumiñahui
Presente

A través del presente nos permitimos aceptar la publicación del trabajo de titulación denominado: "Diseño de los procesos de gestión comercial para Enterprises O&R Consulting Business Group en el mercado de la capacitación en Ecuador" de la Unidad de Integración Curricular en el repositorio digital "DsPace" de los estudiantes: Viviana Alexandra Brito Moya, con documento de identificación No 171535856-8, Fredy Wilmen Canchigña Aldana, con documento de identificación No 170854910-8 y Silvia Mercedes Pulamarín Ulcuango, con documento de identificación No 171691750-3, estudiantes de la Maestría Tecnológica Ecosistemas Digitales para Negocios.

El trabajo ha sido revisado las similitudes en el software "TURNITING" y cuenta con un porcentaje máximo de 15%; motivo por el cual, el Trabajo de titulación es publicable.

Atentamente,

Viviana Alexandra
Brito Moya
CI: 171535856-8

Fredy Wilmen
Canchigña Aldana
CI: 170854910-8

Silvia Mercedes
Pulamarín Ulcuango
CI: 171691750-3

DEDICATORIA

A nuestras queridas familias y amigos,
quienes nos han brindado su apoyo incondicional a lo largo de este proceso. Su
aliento y comprensión han sido fundamentales para alcanzar esta meta. Esta tesis es
un reflejo de su amor y confianza en nosotros.

¡Gracias por estar siempre a nuestro lado!

Brito Moya Viviana Alexandra
Canchigña Aldana Fredy Wilmen
Pulamarín Ulcuango Silvia Mercedes

AUTORES

AGRADECIMIENTO

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que han sido esenciales en la realización de esta tesis. A nuestros directores y profesores, por su valiosa orientación y apoyo constante a lo largo de este proceso; gracias a la empresa “Enterprises O&R Consulting Business Group” que nos abrió sus puertas para realizar este estudio. A cada uno de ustedes que han contribuido de manera significativa a este logro, brindándonos la fortaleza y el respaldo necesarios para culminar este proyecto. Sin su colaboración, no habríamos podido alcanzar esta meta.

¡Estamos profundamente agradecidos!

Brito Moya Viviana Alexandra
Canchigña Aldana Fredy Wilmen
Pulamarín Ulcuango Silvia Mercedes

AUTORES

RESUMEN

La presente investigación se sitúa en el contexto actual del mercado ecuatoriano de capacitación, donde las organizaciones enfrentan desafíos significativos para adaptarse a las cambiantes tendencias de consumo y preferencias de los responsables de Talento Humano. El problema científico radica en la falta de comprensión sobre cómo estas tendencias impactan la efectividad de las estrategias de marketing en este sector específico. El objetivo general es explorar y analizar las tendencias de consumo en empresas de capacitación, proporcionando un marco teórico que permita desarrollar soluciones prácticas para mejorar su posicionamiento en el mercado. Para ello, se empleará una metodología cualitativa, no experimental y transversal, utilizando fuentes secundarias como libros de texto fundamentales, entre ellos “Dirección de Marketing” de Keller y Kotler (2019) y “Customer Relationship Management: Concepts and Technologies” de Buttle (2019). La justificación de esta investigación radica en la necesidad urgente de que las empresas de capacitación comprendan mejor a sus consumidores para diseñar estrategias más efectivas que respondan a sus necesidades. Y sobre todo al implementar todas las estrategias planteadas serán un paso para logre su visión propuesta. Al finalizar, se espera que los hallazgos contribuyan a un entendimiento más profundo del comportamiento del consumidor en este sector, facilitando la formulación de propuestas concretas que optimicen las prácticas comerciales y fortalezcan la relación con los clientes, lo que resulta esencial para el crecimiento sostenible de estas organizaciones en un entorno competitivo.

Palabras claves: Digitalización, diseño, implementación, innovación, capacitación

ABSTRAC

The present research is set within the current context of the Ecuadorian training market, where organizations face significant challenges in adapting to changing consumption trends and the preferences of Human Talent managers. The scientific problem lies in the lack of understanding of how these trends impact the effectiveness of marketing strategies in this specific sector. The general objective is to explore and analyze consumption trends in training companies, providing a theoretical framework that enables the development of practical solutions to improve their market positioning. To achieve this, a qualitative, non-experimental, and cross-sectional methodology will be employed, using secondary sources such as essential textbooks, including “Marketing Management” by Keller and Kotler (2019) and “Customer Relationship Management: Concepts and Technologies” by Buttle (2019). The justification for this research lies in the urgent need for training companies to better understand their consumers in order to design more effective strategies that address their needs. Moreover, implementing all the proposed strategies will be a step towards achieving their stated vision. Ultimately, it is expected that the findings will contribute to a deeper understanding of consumer behavior in this sector, facilitating the formulation of concrete proposals that optimize business practices and strengthen relationships with clients, which is essential for the sustainable growth of these organizations in a competitive environment.

Keywords: Digitalization, design, implementation, innovation, training.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Tabla de contenido	
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI	1
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO TITULACIÓN	3
CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	4
FORMULARIO PARA ENTREGA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN EN BIBLIOTECA DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO UNIVERSITARIO RUMIÑAHUI	5
SOLICITUD DE PUBLICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	6
DEDICATORIA	7
AGRADECIMIENTO	8
RESUMEN	9
ABSTRAC.....	10
ÍNDICE DE CONTENIDO	11
ÍNDICE DE FIGURAS	14
ÍNDICE DE TABLAS	14
INTRODUCCIÓN.....	15
TEMA:.....	15
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
Descripción de la situación problemática.....	15
Contexto Socioeconómico y Cultural.....	15
Evolución Tecnológica	15
Adaptación de Estrategias Comerciales en Línea.....	16
Formulación del problema	16
OBJETIVOS	17
Objetivo general:	17
Objetivos específicos	18
JUSTIFICACIÓN	19
Importancia de la investigación	19
CAPITULO I.....	23
1. MARCO TEÓRICO	23
1.1 Gestión Comercial en Empresas de Capacitación	23
1.2 El Comportamiento del Consumidor en Servicios de Capacitación	23

1.3 El Impacto de la Transformación Digital en la Gestión Comercial	24
1.4 El Recurso Humano como Activo Estratégico en la Capacitación	25
1.5 Análisis de Oferta y Demanda en el Mercado de Capacitación	25
1.6 Estrategia de Marketing y Ventas en Empresas de Servicios	26
1.7 Customer Relationship Management (CRM)	26
1.8 Innovación en Modelos de Negocio	26
1.9 Estrategias Competitivas en Servicios.....	27
1.10 Diseño de Propuestas de Valor.....	27
1.11 Gestión de la Innovación en Empresas de Servicios.....	28
1.12 Gestión de Operaciones en Servicios	28
1.13 Psicología del Consumidor en Servicios	28
1.14 Estrategias de Venta Consultiva.....	29
CAPITULO II.....	30
2. METODOLOGÍA.....	30
2.1 Diseño y Planeación.....	30
2.2 Tipos de Investigación Científica:	30
2.3 Libros de Texto y Manuales:.....	31
2.4 Informes y Análisis de Instituciones:	31
2.5 Estudios de Mercado y Reportes de Consultoras:.....	31
CAPITULO III	32
3. PROPUESTA DE DESARROLLO DEL PROYECTO TÉCNICO.....	32
3.1. Perfil de la Empresa o Caso de Estudio.....	32
3.1.1 Descripción general.....	32
3.1.1.1 Historia de la Empresa	32
3.1.1.2 Sector	32
3.1.1.3 Tamaño de la Empresa	32
3.1.1.4 Productos y Servicios.....	32
3.1.1.5 Clientes	32
3.1.2 Visión y Misión.....	32
3.1.2.1 Visión:.....	33
3.1.2.2 Misión:.....	33
3.1.3 Valores Corporativos	33
3.1.4 Estructura Organizacional	33
3.1.5 Situación Financiera.....	34
3.1.2 Presencia digital actual.....	35
Sitio Web: diseño, contenido, usabilidad	35

3.1.2.1 Redes sociales: presencia en cada plataforma	35
3.1.2.3 Análisis de la Presencia Digital	37
3.1.2.4 Recomendaciones para Mejorar la Presencia Digital	37
Estrategias de Marketing Digital Actuales	37
3.1.2.5 Evaluar las necesidades de los clientes y medir la estacionalidad	37
Medir la periodicidad de compra	37
3.1.2.6 Implementación de estándares de procesos e indicadores	38
3.1.2.6.1 Herramientas Tecnológicas Utilizadas por Enterprises - O&R Business Consulting Group ..	38
3.1.2.6.2 Sitio Web y Plataformas de Gestión de Contenidos (CMS)	38
3.1.2.6.3 Herramientas de Comunicación	38
3.1.2.6.4 Herramientas de Gestión de Proyectos	38
3.3. Propuesta de Solución y Mejora.....	47
3.3.1. Objetivos de la digitalización	47
3.3.1.2 Mejora de la Experiencia del Cliente	48
3.3.1.2.3 Optimización de Procesos Internos	48
3.3.2 Aumento de la Visibilidad de la Marca	48
3.3.3 Estrategia digital:	49
Selección de Canales Digitales	49
3.3.3.2 Creación de Contenido Relevante y Atractivo.....	50
3.3.4 Diseño de la Experiencia del Usuario (UX)	51
3.3.5 Integración de Herramientas Tecnológicas	51
3.4 Plan de Implementación	53
3.4.1 Fases de Implementación	53
3.4.2. Cronograma.....	54
3.4.3. Responsables.....	54
3.4.4 Presupuesto Estimado	55
Conclusiones.....	62
Recomendaciones	65
Referencias	67

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.....	33
FIGURA 2.....	36
FIGURA 3.....	41
FIGURA 4.....	42
FIGURA 5.....	43
FIGURA 6.....	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	34
Tabla 2.....	52
Tabla 3.....	54
Tabla 4.....	54
Tabla 5.....	55

INTRODUCCIÓN

TEMA:

Diseño de los Procesos de Gestión Comercial para Enterprises O&R Consulting Business Group en el Mercado de la Capacitación en Ecuador.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Descripción de la situación problemática

El ámbito de la formación laboral y la capacitación en Ecuador está presenciando un notorio incremento, motivado por transformaciones socioeconómicas, culturales y progresos tecnológicos. Las compañías dedicadas a la formación deben ajustar sus tácticas comerciales para aprovechar este crecimiento. Se puede señalar la urgencia y los métodos estratégicos para las empresas de formación en Ecuador, teniendo en cuenta aspectos socioeconómicos, culturales y el avance tecnológico.

Contexto Socioeconómico y Cultural

El mercado de la capacitación en Ecuador ha evolucionado en respuesta a cambios socioeconómicos y culturales, destacando la importancia de adaptarse a la tecnología, diversificar las oportunidades laborales y satisfacer la creciente demanda de habilidades especializadas. Este crecimiento ha abierto puertas para empresas de capacitación en línea, las cuales buscan cubrir las necesidades de una población cada vez más inclinada hacia la educación continua y el avance profesional.

Sin embargo, persisten disparidades socioeconómicas que limitan el acceso a la tecnología y la educación en ciertas regiones. Por ende, las empresas de capacitación deben considerar estas diferencias al idear estrategias para llegar a audiencias diversificadas y asegurar un alcance más equitativo.

Evolución Tecnológica

La rápida adopción de tecnología en Ecuador presenta una oportunidad para las estrategias comerciales en línea. El acceso a internet y el uso de dispositivos móviles están en aumento, lo que permite a las empresas de capacitación llegar a un público más amplio. Las plataformas de aprendizaje en línea y las redes sociales son herramientas efectivas para promover programas de capacitación.

Adaptación de Estrategias Comerciales en Línea

- **Segmentación de Mercado Precisa:** Identificar segmentos específicos dentro de la población ecuatoriana basados en necesidades, ubicación geográfica y nivel socioeconómico. Esto permitirá ajustar las ofertas de capacitación para atender a cada grupo de manera más efectiva.
- **Contenido Relevante y Accesible:** Desarrollar contenido de calidad que sea relevante para el mercado ecuatoriano y accesible a través de plataformas en línea. El contenido debe adaptarse a diferentes niveles de educación y preferencias culturales para atraer a una audiencia diversa.
- **Presencia en Redes Sociales y SEO Localizado:** Aprovechar las redes sociales populares en Ecuador para promocionar cursos y programas de capacitación. Además, implementar estrategias de SEO (optimización de motores de búsqueda) localizado para mejorar la visibilidad en línea y atraer a clientes potenciales.
- **Alianzas Estratégicas y Programas de Fidelización:** Colaborar con empresas locales, instituciones educativas o entidades gubernamentales para aumentar la visibilidad y la credibilidad. Implementar programas de fidelización para recompensar la lealtad del cliente y fomentar la participación continua en los programas de capacitación.

Formulación del problema

¿Cuáles son las causas que afectan a la gestión comercial de la empresa Enterprises O&R Consulting Bussines Group y su impacto en las utilidades de la misma?

- **Falta de alineación entre la oferta y la demanda del mercado de capacitación:** La empresa podría no estar adaptando su oferta de servicios de capacitación a las necesidades actuales del mercado, lo que limita su capacidad para atraer y retener clientes. Esto puede resultar en un bajo volumen de ventas y, en consecuencia, afectar negativamente la rentabilidad.
- **Procesos de gestión comercial no optimizados:** Los procesos actuales de gestión comercial pueden ser ineficientes o no estar bien diseñados para el mercado específico de la capacitación. Esto podría generar retrasos en la toma de decisiones, problemas en

la administración de recursos, y una experiencia insatisfactoria para los clientes, reduciendo así las oportunidades de negocio.

- **Inexistencia de un enfoque estratégico en la diferenciación del producto:** La empresa podría no estar destacando adecuadamente sus ventajas competitivas en el mercado de la capacitación, lo que dificulta la diferenciación frente a la competencia. Sin una estrategia clara de posicionamiento, es posible que la empresa pierda participación en el mercado y vea afectadas sus utilidades.
- **Limitada capacidad de penetración en nuevos mercados:** La empresa puede estar concentrando sus esfuerzos comerciales en un segmento reducido del mercado, sin explorar nuevas oportunidades o nichos de mercado en el ámbito de la capacitación. Esto limita su crecimiento y reduce la posibilidad de incrementar las utilidades.
- **Falta de implementación de tecnologías para la gestión comercial:** La ausencia de herramientas tecnológicas avanzadas para la automatización y optimización de los procesos de ventas podría estar afectando la eficiencia operativa. Esto no solo reduce la capacidad de la empresa para manejar un mayor volumen de negocios, sino que también impacta en la calidad del servicio al cliente, afectando la rentabilidad.

Para abordar estas problemáticas, la empresa podría considerar:

- Realizar un estudio de mercado exhaustivo para ajustar su oferta de capacitación a las demandas actuales.
- Rediseñar y optimizar los procesos de gestión comercial para adaptarse mejor a las dinámicas del mercado de capacitación.
- Desarrollar una estrategia de diferenciación clara que resalte las ventajas competitivas de la empresa.
- Explorar y desarrollar nuevos nichos de mercado en el ámbito de la capacitación en Ecuador.
- Implementar tecnologías avanzadas para mejorar la eficiencia en la gestión comercial y optimizar la experiencia del cliente.

OBJETIVOS

Objetivo general:

“Diseñar una estrategia comercial de Enterprises O&R Consulting Business Group, con más de 18 años de experiencia, para aumentar su rentabilidad y asegurar un crecimiento sostenible mediante estrategias de fortalecimiento del equipo de ventas, modernización de procesos

comerciales y de sus ecosistemas digitales de mercadeo y la diversificación de enfoques de ventas.”

Objetivos específicos

Diagnosticar la situación comercial y de ecosistemas digitales de Enterprises O&R Consulting Bussines Group, para definir y entender la situación actual de la empresa sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en el mercado.

Reestructurar integralmente la estrategia comercial de Enterprises O&R Consulting Bussines Group, con más de 18 años de experiencia, para mejorar su rentabilidad y crecimiento sostenible de estrategias de marketing y publicidad, el fortalecimiento del equipo de ventas, la modernización de procesos comerciales, la diversificación de estrategias de ventas y el uso eficiente de análisis de datos como pilares fundamentales para optimizar su desempeño en el mercado.

Objetivo 1 - Realizar una propuesta de estrategia comercial para la empresa Enterprises O&R Consulting Bussines Group, para aumentar su rentabilidad y asegurar un crecimiento sostenible:

Se diseñará una estrategia comercial integral que incluirá la optimización de procesos internos, la diversificación de productos o servicios, y la implementación de tecnologías digitales. Finalmente, se establecerán indicadores clave de rendimiento (KPIs) para monitorear la rentabilidad y asegurar un crecimiento sostenible de la empresa.

Objetivo 2 – Proponer el fortalecimiento el equipo de ventas en la empresa Enterprises O&R Consulting Bussines Group, para acrecentar la venta directa:

Presentar una herramienta de evaluación de las capacidades del equipo de ventas actual, identificar áreas de mejora y proporcionar capacitación específica para mejorar habilidades de venta, comunicación y negociación, así como establecer incentivos que impulsen el rendimiento y la motivación.

Objetivo 3 – Desarrollar la propuesta para modernizar los procesos comerciales en la empresa Enterprises O&R Consulting Bussines Group, para sistematizar el proceso comercial:

Revisar los procedimientos y sistemas existentes, identificar cuellos de botella y puntos de mejora en los procesos de ventas y atención al cliente, e implementar soluciones tecnológicas que agilicen y optimicen dichos procesos, permitiendo una mayor eficiencia y seguimiento.

Objetivo 4 – Desarrollar una propuesta para diversificar estrategias de ventas en la empresa Enterprises O&R Consulting Business Group, para mejorar los sus indicadores de rentabilidad:

Proponer nuevos canales de distribución, alianzas estratégicas, modelos de negocio complementarios o nuevas líneas de servicios para expandir el alcance de la empresa y llegar a nuevos segmentos de mercado.

JUSTIFICACIÓN

Importancia de la investigación

La investigación propuesta sobre el diseño y mejora de los procesos de gestión comercial para Enterprises O&R Consulting Business Group en Ecuador, centrándose en el mercado de la capacitación, reviste una significativa importancia en varios aspectos clave:

Generación de nuevo conocimiento y métodos:

El resultado de esta investigación podría revelar nuevas tendencias, demandas y preferencias en el mercado de la capacitación en Ecuador. Podría descubrir nuevas formas de mejorar la eficacia de las organizaciones de capacitación, así como formas novedosas de abordar los cambios tecnológicos y socioeconómicos.

Relevancia y beneficios:

La relevancia radica en la capacidad de adaptación y aprovechamiento por parte de las empresas de formación y en este caso en particular por parte de Enterprises O&R Consulting Business Group ante el crecimiento del mercado de capacitación en Ecuador. Los beneficios se traducen en el aumento de la efectividad comercial, una posición más competitiva y una mayor captación de clientes y oportunidades de negocio.

Beneficiarios y cómo se benefician:

Enterprises O&R Consulting Business Group sería el principal beneficiario, ya que obtendría estrategias comerciales personalizadas y efectivas para el mercado ecuatoriano. Los potenciales clientes de estas empresas también se beneficiarían al recibir una formación más adaptada a sus necesidades actuales y futuras.

Valor teórico y llenado de vacíos de conocimiento:

Esta investigación podría proporcionar datos sobre cómo las organizaciones de capacitación pueden adaptarse mejor al contexto socioeconómico y tecnológico de Ecuador. Los hallazgos también podrían ayudar a desarrollar teorías sobre estrategias comerciales en nuevos

contextos de capacitación laboral.

Conveniencia y utilidad:

La investigación es altamente útil para las empresas de formación interesadas en expandirse o mejorar su presencia en el mercado ecuatoriano. Ofrece pautas y estrategias específicas para adaptarse a un entorno en evolución.

Relevancia social:

La trascendencia social radica en el impacto directo en la calidad de la formación y capacitación laboral en Ecuador. Un mercado de capacitación más eficiente y actualizado podría mejorar las oportunidades de empleo y contribuir al crecimiento económico del país.

En resumen, la investigación propuesta no solo proporcionaría beneficios directos para Enterprises O&R Consulting Business Group, sino que también tendría implicaciones positivas para el sector de capacitación en Ecuador, generando conocimiento aplicable, estrategias efectivas y una mejora en la oferta formativa, impactando tanto en el ámbito empresarial como en el desarrollo social del país.

Viabilidad de la investigación

La viabilidad de la investigación propuesta sobre la mejora en los procesos de gestión comercial para Enterprises O&R Consulting Business Group en Ecuador se puede evaluar en diferentes aspectos:

Viabilidad técnica:

Se cuenta con el apoyo financiero y los recursos humanos de la empresa, lo que proporciona una base sólida para llevar a cabo la investigación. Además, se cuenta con la capacidad de obtener los datos y habilidades requeridos para abordar el mercado de la capacitación en Ecuador. La disponibilidad de metodologías de investigación adecuadas para analizar el mercado y proponer estrategias comerciales efectivas también determina la viabilidad técnica.

Viabilidad económica:

La empresa está dispuesta a financiar la investigación y proporcionar apoyo con personal operativo, lo que refleja una viabilidad económica favorable. Sin embargo, es esencial también evaluar el costo total de la investigación en términos de recursos financieros y materiales, asegurándose de que esté dentro de los límites presupuestarios establecidos.

Viabilidad temporal:

La duración de la investigación puede ser un factor crucial. Asegurarse de que el marco

temporal sea realista y factible para completar el estudio es fundamental. La planificación cuidadosa del cronograma, dividida en etapas claramente definidas, es esencial para garantizar que la investigación se lleve a cabo de manera oportuna y eficiente, en este caso es viable ya que su duración será de 6 semanas con avances claros que puedan aportar a desarrollar estrategias paso a paso.

Viabilidad ética:

Es importante considerar la ética en la investigación, especialmente al analizar estrategias comerciales y datos de mercado. Garantizar el cumplimiento de los estándares éticos en la recopilación, análisis y presentación de datos es crucial para evitar cualquier impacto negativo en las partes interesadas o el público en general.

Dado que la empresa está comprometida y dispuesta a respaldar financieramente la investigación, aportar recursos humanos y facilitar el acceso a la información, se presenta una base sólida para la viabilidad de este proyecto de investigación. Sin embargo, es esencial llevar a cabo una evaluación más detallada y planificación cuidadosa en cada una de estas áreas para garantizar el éxito y la efectividad de la investigación propuesta. Además, se debe mantener un enfoque ético y responsable durante todo el proceso de investigación para asegurar que los métodos utilizados sean éticos y respeten los estándares morales y sociales.

Limitaciones del estudio

El estudio propuesto sobre la reestructuración de la estrategia comercial de Enterprises O&R Consulting Business Group en Ecuador puede enfrentar diversas limitaciones que podrían influir en el alcance y la validez de los resultados:

Muestra y representatividad:

Representatividad y Relevancia: La elección de fuentes secundarias de alta calidad garantiza que los datos sean representativos y pertinentes para el contexto de esta investigación.

Accesibilidad y Viabilidad: El uso de fuentes secundarias permite acceder a una amplia gama de datos sin la necesidad de realizar una recolección de datos primarios, lo cual resulta más eficiente en términos de tiempo y recursos.

Rigor y Confiabilidad: Las fuentes seleccionadas son reconocidas y confiables, lo que asegura la validez y precisión de los datos utilizados.

Corrección de la Muestra:

Dado que esta investigación se basa en fuentes secundarias, no es necesario ajustar la

muestra en términos de participantes. No obstante, es fundamental garantizar que las fuentes secundarias seleccionadas sean:

- **Actualizadas:** Utilizar datos recientes para reflejar la situación actual del mercado.
- **Diversas:** Incluir una variedad de fuentes para obtener una visión completa y equilibrada.
- **Relevantes:** Asegurarse de que los datos sean pertinentes a los objetivos de la investigación.

Acceso y disponibilidad de datos:

La disponibilidad y acceso a datos precisos sobre estrategias comerciales, ventas y marketing en las empresas de diferentes tamaños en Quito y Guayaquil no es limitada ya que en estas dos ciudades se concentran la mayoría de las empresas en Ecuador, esto permitirá profundidad del análisis y en la precisión de las recomendaciones.

Limitaciones éticas y de confidencialidad:

Al trabajar con empresas y acceder a información confidencial sobre sus estrategias de consumo en temas relacionados con la capacitación y la consultoría, podría haber restricciones éticas en la divulgación o el uso de dichos datos. Durante el estudio, la confidencialidad y la ética profesional deben ser prioritarias.

Para superar estas limitaciones, se pueden considerar técnicas como la maximización del muestreo y el uso de métodos de investigación cualitativos y cuantitativos complementarios. De esta manera, se puede obtener toda la información necesaria para crear un plan de implementación gradual y adaptable a diferentes contextos comerciales.

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Gestión Comercial en Empresas de Capacitación

(Keller, 2019) destacan la importancia de la planificación estratégica para maximizar el impacto de las actividades comerciales en cualquier industria. Para las empresas de capacitación, esta planificación es clave para identificar y anticipar las necesidades del cliente. En el contexto ecuatoriano, donde la demanda de servicios de formación está en crecimiento, una correcta gestión comercial debe integrar el análisis del mercado, el diseño de servicios personalizados y la creación de relaciones duraderas con los clientes.

En este libro, los autores enfatizan la necesidad de enfocarse en el cliente, aplicando principios de customer-centricity (centrarse en las necesidades y expectativas del cliente) como parte esencial del éxito de la empresa. Para O&R Consulting, esto implica identificar con precisión los segmentos de mercado que requieren capacitación especializada, como pequeñas y medianas empresas (PYMES), e implementar procesos comerciales que aseguren que sus programas de capacitación sean altamente relevantes para estos sectores.

Diferenciación y Propuesta de Valor

La diferenciación es otro aspecto fundamental de la gestión comercial según (Keller, 2019) en un mercado saturado de proveedores de capacitación, la empresa debe ofrecer una propuesta de valor única, lo que significa desarrollar servicios que vayan más allá de lo convencional. Esto podría implicar la inclusión de elementos como certificaciones internacionales, capacitaciones online de alto impacto y metodologías de enseñanza innovadoras que no solo se ajusten a las tendencias, sino que también impulsen el crecimiento profesional de los participantes.

1.2 El Comportamiento del Consumidor en Servicios de Capacitación

(Zeithaml, 2019) exploran el comportamiento del consumidor dentro del sector servicios, que difiere sustancialmente del comportamiento en la adquisición de productos físicos. Para O&R Consulting, es crucial comprender que los clientes de servicios de capacitación valoran aspectos como la reputación, la experiencia previa con el proveedor, y las recomendaciones. Debido a la intangibilidad del servicio, la percepción de valor está muy ligada a la experiencia vivida durante el proceso de formación, por lo que la empresa debe garantizar la calidad no solo del contenido, sino también de la interacción con los participantes.

Uno de los hallazgos más relevantes de (Zeithaml, 2019) es que los clientes de servicios tienden a basar su decisión de compra en la percepción del riesgo. Para mitigar este riesgo percibido, es recomendable que O&R Consulting desarrolle estrategias que incluyan testimonios, casos de éxito y, especialmente, un sistema de garantías o pruebas gratuitas que generen confianza en los potenciales clientes.

Expectativas del Cliente y Satisfacción

En el mercado de servicios de capacitación, las expectativas de los clientes varían según sus necesidades específicas. Los millennials y generación Z, por ejemplo, suelen preferir plataformas de aprendizaje en línea flexibles y accesibles, mientras que generaciones anteriores pueden optar por capacitaciones presenciales o métodos más tradicionales. La clave, según (Zeithaml, 2019) es gestionar estas expectativas a través de comunicación clara y ofrecer opciones personalizadas que aseguren la satisfacción del cliente y su fidelización.

1.3 El Impacto de la Transformación Digital en la Gestión Comercial

En La transformación digital ha cambiado radicalmente la forma en que las empresas interactúan con sus clientes. (Alonso, 2019) señalan que las empresas de servicios, como las de capacitación, deben integrar tecnologías emergentes para mantenerse competitivas. Para O&R Consulting, esto implica la adopción de herramientas de gestión de relaciones con el cliente (CRM), plataformas de e-learning y sistemas de automatización de marketing, que optimizan los procesos comerciales y mejoran la experiencia del cliente.

Marketing Digital y Estrategia Omnicanal

El uso de estrategias digitales se ha vuelto una necesidad para las empresas en el mercado actual. (Alonso, 2019) explican que una estrategia omnicanal que integre tanto el marketing tradicional como el digital es esencial para empresas de capacitación. El marketing en redes sociales, la creación de contenido educativo en formato de blogs y videos, y la publicidad digital permiten a O&R Consulting llegar a nuevos clientes y retener a los actuales. Implementar una estrategia basada en el SEO y el marketing de contenidos es clave para posicionar a la empresa como un líder en el sector de la capacitación.

Además, el análisis de datos (big data) permite a las empresas tomar decisiones más informadas sobre el diseño de productos y servicios. Al emplear herramientas de análisis de datos, O&R Consulting puede identificar patrones en la demanda de capacitación, mejorar la segmentación de su mercado y ofrecer servicios más personalizados.

1.4 El Recurso Humano como Activo Estratégico en la Capacitación

En el libro (Martínez, 2019) exploran la importancia de los recursos humanos como el principal activo de una organización. Las empresas de capacitación, como O&R Consulting, deben enfocarse en desarrollar un equipo docente altamente capacitado, que no solo transmita conocimientos, sino que también inspire y motive a los participantes.

Los autores destacan que los procesos de evaluación continua y la formación interna son esenciales para garantizar que el personal esté alineado con las tendencias actuales del mercado y pueda ofrecer servicios de alta calidad. En el sector de la capacitación, el éxito a menudo depende de la reputación del personal docente y de su capacidad para conectarse con los estudiantes de manera efectiva.

Capacitación Interna y Certificación

En un entorno competitivo, las empresas que invierten en el desarrollo continuo de su personal tienen una ventaja significativa. (Martínez, 2019) recomiendan que las empresas implementen programas de formación continua interna, no solo para mejorar las habilidades del personal docente, sino también para asegurar que estén al día con las últimas tendencias y tecnologías en su campo de especialización.

1.5 Análisis de Oferta y Demanda en el Mercado de Capacitación

(Hernández, 2019) el mercado de servicios de capacitación está en constante expansión, impulsado por la creciente demanda de profesionales que buscan mejorar sus habilidades. En Ecuador, la oferta de servicios de capacitación ha crecido considerablemente en áreas como la gestión empresarial, ventas y tecnologías de la información.

Hernández señala que las empresas que operan en este sector deben estar atentas a las fluctuaciones en la demanda y adaptar sus servicios en consecuencia. Esto implica realizar estudios de mercado frecuentes y ajustar la oferta para responder a las necesidades cambiantes del mercado. O&R Consulting debe desarrollar una oferta flexible y diversificada que permita a los clientes elegir entre una amplia gama de programas de capacitación, desde cursos intensivos de corta duración hasta certificaciones profesionales más profundas.

Ajuste de la Oferta a la Demanda

El autor sugiere que las empresas que ajustan su oferta de servicios para satisfacer las demandas específicas del mercado tienen más probabilidades de éxito. En el caso de O&R Consulting, esto significa centrarse en áreas de alta demanda, como la capacitación en liderazgo y

gestión administrativa, al tiempo que se introducen programas en áreas emergentes como gestión de proyectos ágiles y transformación digital.

1.6 Estrategia de Marketing y Ventas en Empresas de Servicios

(Chaffey, 2019) proporciona una guía completa para empresas de servicios que buscan optimizar sus estrategias de marketing digital. En el caso de O&R Consulting, la empresa puede mejorar sus procesos comerciales integrando herramientas digitales avanzadas para atraer y retener clientes. Los autores sugieren el uso de técnicas de segmentación avanzada y automatización de marketing para personalizar la oferta y mejorar la experiencia del cliente, lo que es crucial en el sector de la capacitación, donde la personalización es clave para la fidelización de los usuarios.

Estrategia Omnicanal

En el ámbito del marketing digital, la estrategia omnicanal también es fundamental. (Chaffey, 2019) indican que las empresas deben integrar diversos canales de comunicación (redes sociales, correos electrónicos, páginas web) para crear una experiencia unificada que aumente la tasa de conversión de potenciales clientes en inscritos a los cursos.

1.7 Customer Relationship Management (CRM)

(Buttle, 2019) ofrece un enfoque profundo sobre cómo las empresas de servicios pueden usar tecnologías de CRM para mejorar sus relaciones con los clientes. Para O&R Consulting, el uso de un sistema CRM le permitirá gestionar mejor las relaciones con sus clientes, desde la captación hasta la fidelización, personalizando las comunicaciones y ajustando las ofertas de capacitación de acuerdo con las necesidades específicas de cada cliente.

Lealtad del Cliente y Satisfacción

El libro explica cómo los datos obtenidos del CRM pueden ser usados para medir la satisfacción del cliente, un factor crítico en la industria de servicios, donde la lealtad del cliente depende en gran medida de su percepción del valor recibido. Este conocimiento permitirá a O&R Consulting desarrollar programas de seguimiento posterior a la capacitación que fomenten la repetición de negocios.

1.8 Innovación en Modelos de Negocio

(Osterwalder, 2020) expone modelos de negocio adaptativos que pueden ser utilizados por empresas de servicios para mantener su relevancia en mercados competitivos. O&R Consulting podría aplicar estos principios desarrollando un modelo de negocio ágil, que se ajuste

constantemente a las nuevas necesidades del mercado, mejorando su propuesta de valor y permitiendo una rápida adaptación ante los cambios de la demanda en el mercado de capacitación.

Prototipado y Validación de Servicios

Los autores enfatizan la importancia de la prototipación rápida de nuevas ofertas de servicios y su validación mediante pruebas de mercado. Este enfoque le permitiría a O&R Consulting lanzar nuevos cursos o certificaciones en función de la retroalimentación del mercado y ajustarlos sobre la marcha para maximizar la satisfacción del cliente.

1.9 Estrategias Competitivas en Servicios

(Porter, 2020) sigue siendo una obra clave en el análisis de la competencia. Aunque su edición más reciente sigue algunos de los principios clásicos, Porter actualiza sus estrategias para las industrias de servicios. En el caso de O&R Consulting, es crucial realizar un análisis competitivo que permita identificar los principales competidores y evaluar sus fortalezas y debilidades.

Diferenciación y Liderazgo en Costos

Porter señala que una empresa debe elegir entre ser un líder en costos o una empresa diferenciada. Para O&R Consulting, la clave sería apostar por una estrategia de diferenciación basada en la calidad del servicio, los profesores altamente capacitados y la innovación en los métodos de enseñanza, lo cual ofrecería una ventaja competitiva frente a otros proveedores de capacitación en Ecuador.

1.10 Diseño de Propuestas de Valor

(Barnes, 2019) profundiza en la creación de propuestas de valor claras y convincentes para atraer y retener clientes en mercados altamente competitivos. O&R Consulting puede beneficiarse de este enfoque al refinar su propuesta de valor, enfocándose en ofrecer programas de capacitación que aborden directamente las necesidades específicas de los profesionales ecuatorianos.

Segmentación y Valor Perceptible

Los autores sugieren que la clave del éxito radica en comprender profundamente los segmentos de mercado objetivo y personalizar la propuesta de valor para cada uno de ellos. Para O&R Consulting, esto implica desarrollar diferentes paquetes de capacitación que se ajusten a sectores específicos, como la industria tecnológica o el comercio minorista.

1.11 Gestión de la Innovación en Empresas de Servicios

(Tidd, 2020) presenta estrategias para gestionar la innovación en empresas de servicios. En el sector de capacitación, la innovación continua en métodos de enseñanza, contenido y tecnologías de entrega (por ejemplo, plataformas de e-learning o realidad aumentada) es esencial para mantenerse relevante y atraer a una audiencia moderna.

Innovación Abierta y Colaboración

El concepto de innovación abierta, en el que las empresas colaboran con socios externos para desarrollar nuevas ideas y productos, podría ser clave para O&R Consulting, permitiéndole asociarse con universidades o empresas tecnológicas para desarrollar programas de capacitación más avanzados y atractivos para los clientes.

1.12 Gestión de Operaciones en Servicios

(Fitzsimmons, 2019) ofrece una visión profunda de la gestión de operaciones en empresas de servicios. O&R Consulting puede mejorar su gestión operativa optimizando la logística de sus cursos, la programación de capacitaciones y el uso eficiente de recursos humanos y tecnológicos, todo lo cual impactará positivamente en la satisfacción del cliente.

Optimización de Recursos y Capacidad

El manejo adecuado de los recursos es fundamental en la industria de servicios. Los autores sugieren que la clave está en la gestión eficiente de la capacidad, asegurando que los recursos, como el personal docente, las instalaciones y las plataformas de capacitación, sean utilizados de manera óptima sin sobrecargar ninguna de las áreas.

1.13 Psicología del Consumidor en Servicios

(Solomon, 2020) explora el comportamiento del consumidor, que es crucial en la industria de servicios. O&R Consulting puede aplicar los principios de este libro para entender mejor las motivaciones y percepciones de sus clientes al momento de elegir un curso de capacitación. El conocimiento profundo de la psicología del consumidor puede ayudar a diseñar campañas de marketing y ventas más efectivas.

Motivación y Decisión de Compra

La motivación intrínseca (mejorar habilidades, avanzar en la carrera) y extrínseca (certificaciones reconocidas, recomendaciones) juegan un papel importante en la decisión de compra de servicios de capacitación. O&R Consulting puede utilizar este conocimiento para

adaptar su estrategia de ventas, destacando no solo el valor del contenido del curso, sino también el impacto a largo plazo en la carrera del profesional.

1.14 Estrategias de Venta Consultiva

(Rackham, 2019) es un clásico en las estrategias de ventas que se actualizó recientemente para incluir técnicas adaptadas a la venta de servicios complejos. En el contexto de O&R Consulting, donde los servicios de capacitación requieren una venta personalizada, la metodología SPIN (Situación, Problema, Implicación, Necesidad) ayuda a los vendedores a conectar con las necesidades reales de los clientes y ofrecer soluciones de capacitación específicas que resuelvan problemas concretos de los profesionales o empresas.

De acuerdo con (Rackham, 2019) el mercado de servicios de capacitación está en constante expansión, impulsado por la creciente demanda de profesionales que buscan mejorar sus habilidades. En Ecuador, la oferta de servicios de capacitación ha crecido considerablemente en áreas como la gestión empresarial, ventas y tecnologías de la información.

Hernández señala que las empresas que operan en este sector deben estar atentas a las fluctuaciones en la demanda y adaptar sus servicios en consecuencia. Esto implica realizar estudios de mercado frecuentes y ajustar la oferta para responder a las necesidades cambiantes del mercado. O&R Consulting debe desarrollar una oferta flexible y diversificada que permita a los clientes elegir entre una amplia gama de programas de capacitación, desde cursos intensivos de corta duración hasta certificaciones profesionales más profundas.

Ajuste de la Oferta a la Demanda

El autor sugiere que las empresas que ajustan su oferta de servicios para satisfacer las demandas específicas del mercado tienen más probabilidades de éxito. En el caso de O&R Consulting, esto significa centrarse en áreas de alta demanda, como la capacitación en liderazgo y gestión administrativa, al tiempo que se introducen programas en áreas emergentes como gestión de proyectos ágiles y transformación digital.

CAPITULO II

2. METODOLOGÍA

2.1 Diseño y Planeación

Esta investigación adoptará un **diseño no experimental**, es decir de fuentes secundarias dado que no se manipularán variables. Se llevará a cabo un análisis de los datos tal como se encuentran, sin intervención directa sobre los fenómenos observados. Además, el estudio será **transversal**, ya que se recogerá la información en un solo momento, sin seguimiento a lo largo del tiempo. El objetivo es **descriptivo**, enfocado en caracterizar y analizar las tendencias y comportamientos dentro del contexto investigado.

2.2 Tipos de Investigación Científica:

- Según los datos empleados: La investigación será de tipo cualitativo, orientada a explorar y comprender fenómenos que son difíciles o imposibles de cuantificar matemáticamente, como creencias, significados, actitudes y símbolos. En este caso, se analizarán las tendencias de consumo y preferencias de los responsables de los departamentos de Talento Humano en las organizaciones.
- Según el objeto de estudio: La investigación será aplicada, ya que se busca desarrollar conocimientos que puedan ser utilizados para proponer soluciones prácticas en el ámbito del marketing para empresas de capacitación.
- Según el conocimiento previo del objeto de estudio: La investigación será exploratoria, porque se pretende investigar un fenómeno poco estudiado o nuevo, como las tendencias de consumo en el sector específico de empresas de capacitación.
- Según el grado de manipulación de variables: La investigación será no experimental, ya que se observarán los fenómenos tal como ocurren en su contexto natural, sin intervenir en ellos.
- Según el momento o tiempo del estudio: La investigación será transversal, puesto que se realizará en un único momento temporal, permitiendo analizar una "fotografía" de la situación actual sin seguir su evolución a lo largo del tiempo.

Una fuente secundaria es un recurso que nos proporciona información recopilada, analizada, interpretada o sintetizada a partir de fuentes primarias, por lo que, no presentan datos

originales de primera mano, sino que comentan, resumen o explican el material obtenido de fuentes primarias.

Las fuentes que se utilizarán para este plan de titulación son:

Libros de Texto: Que consolidan información de múltiples investigaciones para educar sobre un tema de marketing y gestión comercial.

Informes y Análisis: Elaborados por instituciones, donde se analizan y presentan datos de investigaciones previas.

2.3 Libros de Texto y Manuales:

“Dirección de Marketing” de Keller y Kotler (2019): Este libro es fundamental para entender las estrategias de marketing y gestión comercial.

“Customer Relationship Management: Concepts and Technologies” de Buttle (2019): Proporciona una visión profunda sobre la gestión de relaciones con los clientes, crucial para tu estudio.

2.4 Informes y Análisis de Instituciones:

INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador): Ofrece datos estadísticos sobre educación, empleo y profesionalización en Ecuador.

Mentino: Presenta investigaciones sobre tendencias de consumo y penetración de las redes sociales a nivel nacional, incluyendo datos por provincias.

2.5 Estudios de Mercado y Reportes de Consultoras:

Deloitte, PwC, y McKinsey: Estas consultoras publican informes detallados sobre tendencias de mercado, estrategias comerciales y transformación digital que pueden ser muy valiosos.

CAPITULO III

3. PROPUESTA DE DESARROLLO DEL PROYECTO TÉCNICO

3.1. Perfil de la Empresa o Caso de Estudio

3.1.1 Descripción general

Enterprises - O&R Business Consulting Group es una empresa con más de 18 años de experiencia en asesoría gerencial y capacitación. Son dueños de la metodología Clima Laboral 360° y han colaborado con medios como Líderes, FM Mundo, La Red y Roastbrief de México. Su objetivo es convertirse en aliados estratégicos para cualquier requerimiento de Talento Humano o Capacitación, ofreciendo cursos complementarios a los de la Red Equinoccio y especializados en áreas como talento humano, riesgo psicosocial, igualdad y team building.

3.1.1.1 Historia de la Empresa

La idea de la empresa nació en 1998 y fue fundada en 2005 por Ricardo Efraín Ortega Vargas. Está ubicada en Quito y cuenta con convenios y certificados válidos en la Comunidad Andina de Naciones, con planes de expansión a Argentina y Chile.

3.1.1.2 Sector

La empresa es una sociedad civil mercantil, pertenece al sector de educación y asesoría. Este sector se ve afectado por tendencias como la educación en línea, la proliferación de falsos gurús y los “vende humo”.

3.1.1.3 Tamaño de la Empresa

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones del Ecuador, una empresa con 5 empleados y un valor bruto de ventas anuales de \$27,630 se clasificaría como una microempresa. De acuerdo con esta normativa, las microempresas deben tener hasta 10 empleados y un valor bruto de ventas anuales que no exceda los \$100,000

3.1.1.4 Productos y Servicios

Ofrecen servicios de liderazgo, procesos del talento humano, capacitación y gerencia del cambio. Destacan por sus laboratorios vivenciales de team building y la metodología innovadora Clima Laboral 360°, que incluye evaluación, sensibilización y coaching.

3.1.1.5 Clientes

Sus principales clientes son cooperativas, empresas nacionales y multinacionales. Algunos de sus clientes destacados incluyen Megaprofer y el agua potable de Mejía y Cayambe.

3.1.2 Visión y Misión

3.1.2.1 Visión:

Ser una escuela de Psicología que brinde asesoría y formación a nivel organizacional y empresarial para 2026.

3.1.2.2 Misión:

Convertirse en asesores estratégicos en capacitación y consultoría gerencial para empresas nacionales e internacionales, brindando calidad y calidez en la atención al cliente con personal altamente calificado y motivado.

3.1.3 Valores Corporativos

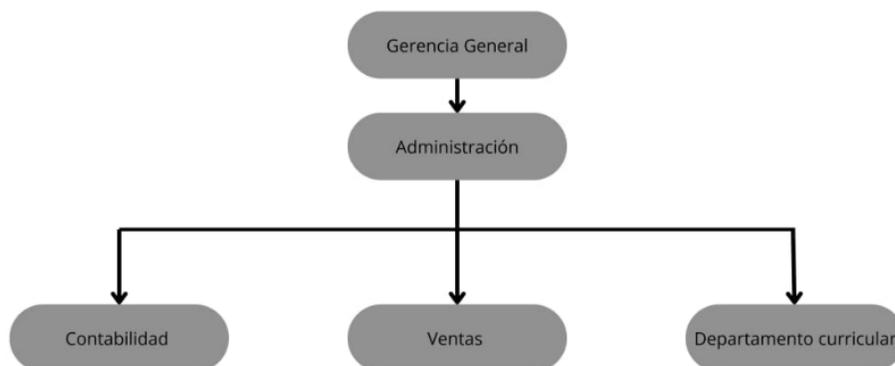
- **Equidad:** Tratar a todos con justicia y sin favoritismos.
- **Imparcialidad:** Mantener la objetividad en todas las decisiones.
- **Escucha Activa:** Valorar y considerar las opiniones de todos.
- **Honradez:** Actuar con integridad y transparencia.

3.1.4 Estructura Organizacional

La empresa está estructurada en los departamentos de administración, contabilidad, ventas, departamento curricular.

FIGURA 1

Estructura Organizacional



Nota. Organigrama de la empresa

Fuente: Información interna de la empresa

3.1.5 Situación Financiera

Tabla 1

Balance de Ingresos y Gastos (Año Fiscal 2023) - Empresa: O&R CONSULTORES

Concepto	Valor (USD)
Ingresos	
Ventas locales de bienes	23,500.00
Ventas gravadas con tarifa 0% de IVA	4,130.00
Total Ingresos	27,630.00
Gastos	
Honorarios profesionales y dietas	6,414.00
Promoción y publicidad	2,841.07
Suministros, herramientas, materiales	1,694.35
Comisiones no relacionadas	1,867.91
Impuestos, contribuciones y otros	1,799.94
Consumo de combustibles	90.48
Servicios públicos	89.57
Otros gastos diversos	4,184.68
Total Gastos	19,006.15
Resultado Operativo (Ingresos - Gastos)	8,623.85

Nota. Balance de Ingresos y gastos 2023.

Fuente: Información interna de la empresa

Los resultados financieros de O&R Consultores, reflejan varios aspectos clave:

El contexto de la empresa es de reinicio de operaciones, durante la pandemia la empresa O&R Consultores, que opera en el sector de capacitación empresarial en Ecuador, retomó sus actividades en 2023 tras haber permanecido inactiva desde la pandemia. Antes de la crisis sanitaria, la empresa había estado en funcionamiento, pero las restricciones y cambios económicos derivados de la pandemia de COVID-19 forzaron una interrupción en sus operaciones. Esta pausa prolongada significó que, en 2023, O&R tuvo que iniciar desde cero, reconstruyendo su estructura operativa, su base de clientes y sus relaciones comerciales.

- **Ingresos Modestos pero Sostenibles:** La empresa generó ingresos de \$27,630, lo cual es una señal positiva de recuperación. Dado que el mercado de capacitación empresarial en Ecuador es pequeño y competitivo, es normal que los ingresos iniciales no sean muy altos, especialmente si la empresa está reconstruyendo su red de clientes y reputación.

- **Control de Gastos:** Los gastos totales ascendieron a \$19,006.15, de los cuales una parte significativa se destinó a honorarios profesionales (\$6,414), publicidad (\$2,841) y otros gastos operativos. Esto muestra que la empresa está invirtiendo en aspectos clave para su crecimiento, como la promoción y el talento humano, pero aún mantiene un buen control de costos, resultando en una utilidad operativa de \$8,623.85.
- **Resultados Prometedores para un Reinicio:** A pesar de los desafíos de retomar operaciones, la empresa ha logrado mantenerse rentable en su primer año de regreso al mercado. La utilidad neta es un buen indicador de que la estrategia implementada está funcionando, lo que es crucial en un mercado competitivo y pequeño como el de capacitación empresarial.
- **Desafíos Futuros:** Es importante que la empresa continúe optimizando sus estrategias de marketing y diversificación de servicios para mantenerse competitiva. La publicidad y la captación de nuevos clientes serán esenciales, ya que en un mercado pequeño la diferenciación puede ser la clave del éxito.

Los resultados al final del año 2023 muestran una empresa en fase de recuperación, con buen control de gastos y una base sólida para crecer, pero que deberá enfrentar la competencia y las limitaciones del mercado ecuatoriano.

3.1.2 Presencia digital actual

Sitio Web: diseño, contenido, usabilidad

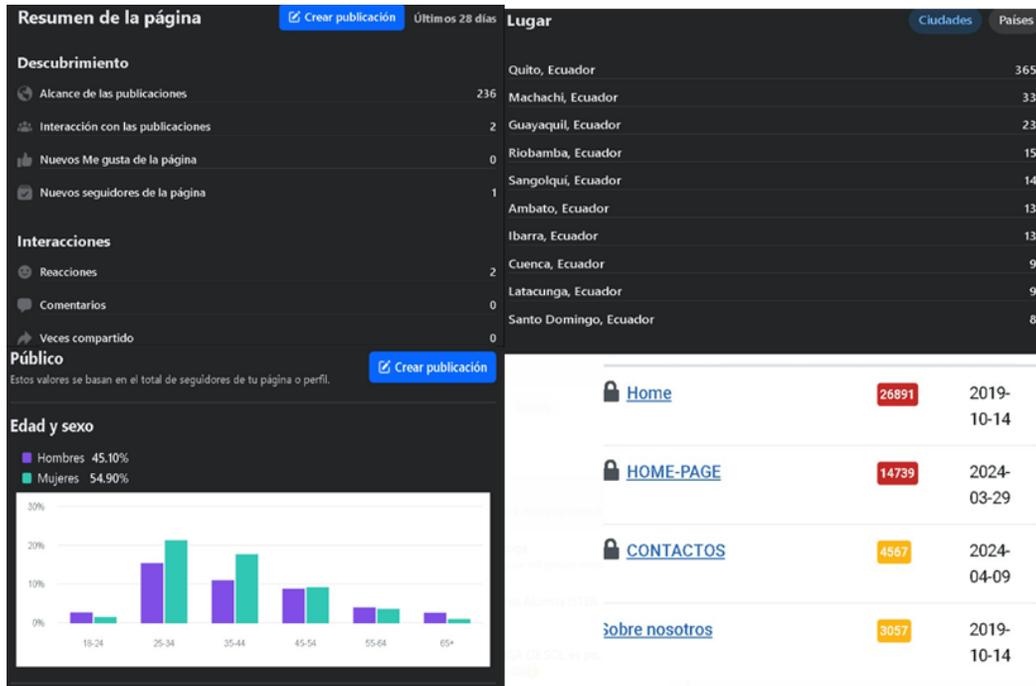
Sitio Web: <https://www.capacitacionasesoria.com/>

Redes sociales: <https://www.facebook.com/enterprisesconsulting?mibextid=ZbWKwL>

3.1.2.1 Redes sociales: presencia en cada plataforma

FIGURA 2

Presencia en plataformas



Nota. Estadística de la presencia en las plataformas

Fuente: Información interna de la empresa

3.1.2.2 Sitio Web: El sitio web de Enterprises - O&R Business Consulting Group, está diseñado para ser intuitivo y fácil de navegar. La página principal destaca los servicios clave de la empresa, como la capacitación, asesoría y el trabajo en equipo. El contenido está bien estructurado, con secciones claras que incluyen la historia de la empresa, sus servicios y testimonios de clientes. La usabilidad es alta, permitiendo a los usuarios encontrar rápidamente la información que necesitan y acceder a recursos adicionales como publicaciones y certificaciones¹.

3.1.2.2.1 Redes Sociales: La empresa tiene una presencia activa en Facebook, donde mantiene una página Enterprises Consulting. En esta plataforma, publican regularmente actualizaciones sobre sus servicios, artículos técnicos y reflexiones sobre talento humano y trabajo en equipo. La interacción con los seguidores es constante, lo que ayuda a mantener una comunidad comprometida y bien informada.

3.1.2.3 Análisis de la Presencia Digital

Alcance y Engagement: La página de Facebook muestra un buen nivel de alcance e interacciones, con publicaciones que generan comentarios y reacciones de los seguidores. Esto indica una audiencia activa y comprometida.

Demografía del Público: La audiencia está diversificada en términos de ubicación geográfica, con seguidores principalmente de ciudades como Quito, Machachi y Guayaquil. Además, hay un equilibrio en la distribución de género, con una ligera mayoría de mujeres.

Contenido Popular: Las publicaciones que destacan artículos técnicos y reflexiones sobre temas de talento humano y trabajo en equipo tienden a generar más interacciones, lo que sugiere que estos temas son de gran interés para la audiencia.

3.1.2.4 Recomendaciones para Mejorar la Presencia Digital

Optimización del Sitio Web: Continuar mejorando la usabilidad del sitio web, asegurándose de que todas las secciones sean fácilmente accesibles y que el contenido esté actualizado.

Estrategia de Contenidos: Mantener una estrategia de contenidos consistente en redes sociales, enfocándose en temas que generen alto engagement. Considerar la creación de más contenido multimedia, como videos y webinars, para diversificar el tipo de publicaciones.

Interacción con la Audiencia: Fomentar más interacciones con la audiencia a través de encuestas, preguntas abiertas y sesiones en vivo para aumentar la participación y el compromiso.

Estrategias de Marketing Digital Actuales

Para analizar las estrategias de marketing digital actuales de Enterprises - O&R Business Consulting Group, consideraremos las prácticas mencionadas y evaluaremos su aplicación:

3.1.2.5 Evaluar las necesidades de los clientes y medir la estacionalidad

Aplicación: La empresa se encuentra en contacto constante con sus clientes a través de redes sociales y su sitio web, sin embargo, no hay información específica sobre la medición de la estacionalidad.

Medir la periodicidad de compra

Aplicación: La empresa no dispone de un indicador de periodicidad de compra, que es una estrategia útil para entender mejor el comportamiento del cliente y ajustar las ofertas en consecuencia.

3.1.2.6 Implementación de estándares de procesos e indicadores

Aplicación: La empresa carece de procesos establecidos, especialmente en la metodología Clima Laboral 360°.

Desarrollo de un portafolio de productos

Aplicación: La empresa tiene un portafolio de productos bien definido, incluyendo la metodología Clima Laboral 360°.

3.1.2.6.1 Herramientas Tecnológicas Utilizadas por Enterprises - O&R Business Consulting Group

Para desarrollarse y ofrecer sus servicios de manera eficiente, Enterprises - O&R Business Consulting Group utiliza una variedad de herramientas tecnológicas. Aquí se presentan algunas de las más relevantes:

3.1.2.6.2 Sitio Web y Plataformas de Gestión de Contenidos (CMS)

Herramienta: WordPress

Uso: El sitio web de la empresa está diseñado para ser intuitivo y fácil de navegar, utilizando WordPress como su plataforma de gestión de contenidos. Esto permite actualizar y gestionar el contenido de manera eficiente.

Redes Sociales

Herramienta: Facebook

Uso: La empresa mantiene una presencia activa en Facebook, donde publica actualizaciones sobre sus servicios, artículos técnicos y reflexiones sobre talento humano y trabajo en equipo. Utilizan esta plataforma para interactuar con su audiencia y mantener una comunidad comprometida.

3.1.2.6.3 Herramientas de Comunicación

Herramienta: Microsoft Teams, Zoom

Uso: Para la comunicación interna y externa, la empresa utiliza herramientas como Microsoft Teams y Zoom. Estas plataformas permiten realizar videoconferencias, reuniones virtuales y colaborar en tiempo real con empleados y clientes.

3.1.2.6.4 Herramientas de Gestión de Proyectos

Herramienta: Trello, Asana

Uso: Para la gestión de proyectos, la empresa utiliza herramientas como Trello o Asana, que permiten organizar tareas, asignar responsabilidades y seguir el progreso de los proyectos.

Plataformas de E-learning

Herramienta: Moodle, Google Classroom

Uso: Para ofrecer cursos en línea y capacitaciones, la empresa utiliza plataformas de e-learning como Moodle o Google Classroom, que facilitan la creación y gestión de cursos virtuales.

3.2. Análisis del Entorno Objetivo (Diagnóstico)

3.2.1. Análisis del mercado:

Para realizar el análisis del mercado donde se desenvuelve Enterprises O&R Consulting Business Group es necesario dar a conocer que la empresa está ubicada en la ciudad de Quito cuenta con 18 años de experiencia en el servicio de capacitación y asesoramiento a profesionales en el Ecuador brindando sus servicios a gerentes de recurso humanos, gerentes y personal administrativo que se encarga de guiar a cada una de las empresas donde presta sus servicios.

3.2.2. Tamaño del mercado

El tamaño del mercado donde desarrolla sus actividades Enterprises O&R Consulting Business Group son las empresas grandes y medianas afiliadas a la Cámara de Comercio de Quito que suman 132 hasta la actualidad.

3.2.3. Tendencias del mercado

La experiencia del empleado se rige como un pilar fundamental para el óptimo funcionamiento organizacional. En este contexto, es imperativo implementar una estrategia que contemple una comunicación interna efectiva y un robusto programa de integración que facilite la inmersión de los nuevos colaboradores en las diversas actividades operativas. Es crucial que los gerentes de recursos humanos, así como el personal administrativo, reciban una formación profesional alineada con las exigencias de sus respectivos roles. En la actualidad, las organizaciones están en constante búsqueda de adaptabilidad ante los cambios en el entorno laboral, así como ante la adopción de procesos innovadores y tecnológicos. En este sentido, Enterprises O&R Consulting Business Group se posiciona como un referente al ofrecer programas de capacitación y asesoría diseñados para satisfacer estas necesidades emergentes.

3.2.4. Competidores directos e indirectos

Los competidores directos de Enterprises O&R Consulting Business Group son:

Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP): Como entidad pública, el SECAP ofrece programas de capacitación y certificación por competencias laborales. Su enfoque está en el desarrollo de habilidades y conocimientos para el desempeño eficiente en el trabajo.

Capacitadores independientes: Además de las instituciones, existen capacitadores independientes en Ecuador. Para calificar como capacitador independiente, se requiere un título de educación superior o certificación por competencias laborales, experiencia en la especialidad y estar registrado en el RUC o RISE.

Consejo Nacional de Competencias (CNC): El CNC también desempeña un papel en la capacitación y certificación por competencias laborales. Su objetivo es fortalecer instituciones y garantizar la calidad de la formación. Así como también tenemos a las diferentes empresas que ofrecen sus servicios como son: Coaching Ecuador, Efic, Liderando Ecuador, Ideas Group, Pebel Consultores, Coaching Estratégico y Profesional.

Los competidores indirectos de Enterprises O&R Consulting Business Group son:

McKinsey & Company, Accenture, Bain & Company, Boston Consulting Group (BCG), Deloitte, KPMG y PricewaterhouseCoopers (PwC) son consultoras de gestión reconocidas internacionalmente. Aunque no están específicamente basadas en Ecuador, su presencia global podría ser relevante.

Así también tenemos a los competidores indirectos como son las Universidad Central la escuela de Psicología, la Universidad UTE, Funiber – Fundación Universitaria Iberoamericana y la plataforma Udemmy entra las más destacadas.

3.2.5. Análisis PORTER

Las Cinco Fuerzas de Porter nos ayudan siendo una herramienta esencial para las empresas que evalúan su competitividad en el contexto del mercado en el cual realizan sus actividades. Para Enterprises O&R Consulting Business Group, que se especializan en la capacitación y asesoría en recursos humanos y administración, comprende que estas fuerzas son fundamental para identificar oportunidades y desafíos en su entorno competitivo. Este análisis considerará factores como la amenaza de nuevos competidores, el poder de negociación de proveedores y clientes, los productos sustitutos y la rivalidad entre competidores. Al evaluar cada una de estas fuerzas, la empresa podrá diseñar estrategias más efectivas que refuercen su posición en el mercado y se adapten a las dinámicas cambiantes del sector.

FIGURA 3

Matriz de las Cinco Fuerzas de Porter



Nota. El gráfico representa las cinco fuerzas de Porter que se realiza para ver estrategias para mejora de la empresa.

FUENTE: Elaboración de los autores

3.2.6. Análisis PESTEL (Político, Económico, Sociocultural, Tecnológico, Ecológico, Legal)

El entorno empresarial se vuelve cada vez más complejo y dinámico, lo que hace esencial la capacidad de adaptación y anticipación a los cambios del mercado para el éxito organizacional e institucional. Enterprises O&R Consulting Business Group, especializada en capacitación y asesoría en recursos humanos y administración, enfrenta diversas influencias externas que pueden impactar su estrategia. El análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal) proporciona un entorno para examinar estos factores macro ambientales. Este análisis busca identificar oportunidades y amenazas que afecten su oferta de servicios. Con esta información, la empresa podrá entender mejor su contexto operativo y desarrollar estrategias proactivas que fortalezcan su posición en el mercado.

FIGURA 4

Matriz de Análisis PESTel



Nota. El análisis PESTel nos ayuda a ver cómo se encuentra la empresa dentro de los aspectos Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal.

FUENTE: Elaboración de los autores

3.2.2 Análisis del cliente

3.2.2.1 Segmentación de clientes

La segmentación de clientes de la empresa Enterprises O&R Consulting Business Group, dedicada a prestar servicios profesionales y asesoría identifica grupos específicos a los que puede dirigir su marketing y sus ofertas.

FIGURA 5

Técnica de Segmentación de Mercado

TÉCNICA DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO	
 ENTERPRISES <small>D&R Business Consulting Group</small>	
FECHA: AGOSTO/2024	
VARIABLES DE SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICAS
VARIABLE GEOGRÁFICA	
País	Ecuador
Región	Pichincha - Quito
Idioma	Español
Zona	Urbana
VARIABLE DEMOGRÁFICA	
Edad	De 18 a 44 años
Género	Masculino y Femenino
Nivel de educación	Tercer Nivel
Ocupación	Gerentes, Gerentes de Recursos Humanos, Personal Administrativo
VARIABLE PSICOGRÁFICA	
Personalidad	Abierto al cambio
Intereses	Tenga la necesidad de superación personal y profesional
Gustos	Tener el gusto de aprender y enseñar
Opiniones	Prestas y dispuestas a dar Opiniones
Valores	Personas con altos valores humanos
Inquietudes	Dispuestas a resolver inquietudes
Estilo de vida	Individuos, organizaciones que requieran de servicios profesionales y asesoría
VARIABLE CONDUCTUAL	
Beneficios buscados	Precio, calidad, servicio
Tasa de respuesta	Personas que valores la publicidad
Lealtad de marca	Personas que demuestren lealtad a la marca

Nota. En la segmentación del mercado es donde especificamos a que tipo de mercado nos estamos diciendo como empresa.

FUENTE: Elaboración de los autores

3.2.2.2 Comportamiento de compra en línea

Al hablar al comportamiento de compra en línea nos refiere a la forma en que los

consumidores interactúan con plataformas digitales para adquirir productos o servicios. Este proceso ha evolucionado significativamente con el auge del comercio electrónico y está influenciado por diversos factores, la investigación previa es fundamental. Los consumidores suelen buscar información sobre productos, comparar precios y leer reseñas antes de tomar una decisión. Esta fase de evaluación es crucial, ya que les permite sentirse seguros sobre su elección.

La experiencia del usuario juega un papel vital en el proceso de compra. Un sitio web intuitivo, rápido y fácil de navegar puede aumentar las tasas de conversión. La optimización para dispositivos móviles también es esencial, dado que un número creciente de usuarios realiza compras desde sus teléfonos.

La confianza en el vendedor es otro factor determinante. Elementos como testimonios de clientes, certificaciones de seguridad y políticas claras ayudan a construir credibilidad y reducir la ansiedad del consumidor.

Además, la personalización se ha vuelto cada vez más importante. Las recomendaciones basadas en comportamientos anteriores o preferencias individuales pueden mejorar la experiencia del cliente y fomentar la lealtad, las redes sociales influyen significativamente en el comportamiento de compra, ya que los usuarios buscan opiniones y recomendaciones antes de realizar una compra.

En resumen, el comportamiento de compra en línea es un proceso multifacético que combina investigación, confianza, personalización y facilidad de uso, lo que obliga a las empresas a adaptarse constantemente para satisfacer las expectativas cambiantes de los consumidores.

El comportamiento de la compra en línea de los clientes de la empresa Enterprises O&R Consulting Business Group en la actualidad es a través de la plataforma WhatsApp y personalmente es decir directo con el cliente y la empresa, esta estrategia es la que ha estado funcionando en estos momentos es por ello que se desea plantear las mejoras en la página web de la empresa para que el cliente tengan una mejor experiencia, más innovadora y sobre todo estar a la par con los procesos tecnológicos actuales.

3.2.2.3 Canales digitales utilizados

Para una empresa como Enterprises O&R Consulting Business Group con poco conocimiento en comercio electrónico, es esencial entender los canales digitales y su relevancia. Los sitios web de comercio electrónico son fundamentales, ya que permiten a los clientes navegar y comprar productos en línea. Es aconsejable desarrollar un sitio intuitivo y fácil de usar. Las redes

sociales, como Facebook e Instagram, son clave para promocionar productos y conectar con el público. Publicar contenido atractivo y responder a preguntas ayuda a crear una comunidad. El email marketing también es útil para informar sobre ofertas y novedades; construir una lista de correos electrónicos puede ser un buen inicio. Además, las aplicaciones móviles mejoran la experiencia del cliente al facilitar el acceso a los servicios que tiene la empresa y así poder llegar a potenciales clientes y mejorar los actuales.

3.2.2.4 Necesidades y deseos de los clientes

Enterprises O&R Consulting Business Group empresa que se dedica a proporcionar servicios profesionales y asesoría integral, dispone de un equipo de especialistas en talento humano, riesgo psicosocial, igualdad y team building, permite ofrecer soluciones personalizadas que se ajustan a las necesidades particulares de cada cliente.

Nuestro enfoque se centra en la colaboración y en una comprensión profunda de los retos que enfrentan nuestros clientes, asegurando así un servicio de alta calidad. También ofrecemos capacitaciones y talleres para desarrollar las habilidades del personal y aumentar la eficiencia organizacional. Nos comprometemos a ser un aliado estratégico en el crecimiento y desarrollo de nuestros clientes, ayudándoles a cumplir sus objetivos y maximizar su potencial. Con una sólida reputación en el sector, nuestra misión es brindar asesoría confiable y efectiva que impulse el éxito de quienes depositan su confianza en Enterprises O&R Consulting Business Group y así poder satisfacer las necesidades y deseos de nuestros clientes y que ellos permanezcan junto a la empresa.

3.2.3 Análisis interno:

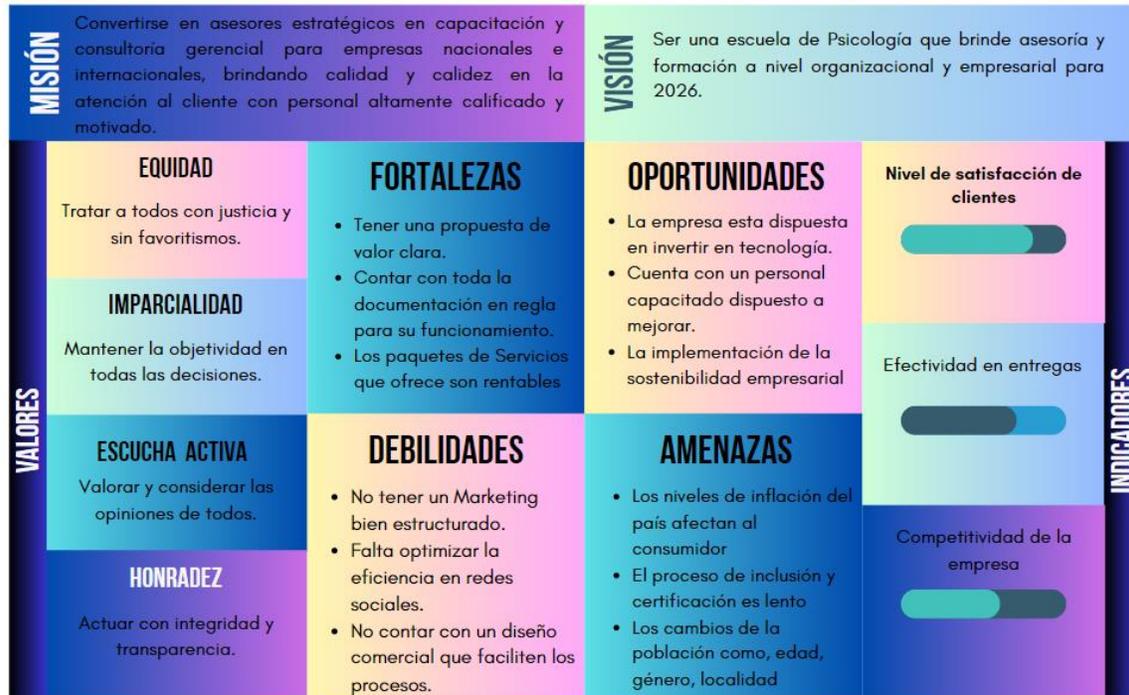
3.2.3.1 Identificación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA), mediante la Matriz Planificación estratégica

Como resultado del análisis de la Matriz de Planificación Estratégica podemos decir que la empresa Enterprises O&R Consulting Business Group al estar dispuesta en invertir en tecnología, contar con un personal dispuesto al cambio, y querer implementar la sostenibilidad empresarial son oportunidades que hay que saber aprovechar para así lograr obtener mejores resultados financieros y profesionales, siempre teniendo como pilares sus valores Equidad, Imparcialidad, Escucha Activa, Honradez y así conseguir cumplir la visión propuesta para el 2026 de “Ser una escuela de Psicología que brinde asesoría y formación a nivel organizacional y empresarial”.

FIGURA 6

Matriz de Planeación estratégica

MATRIZ DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA



Nota. Matriz de planeación estratégica donde podemos observar los valores de la empresa, el Foda de la empresa.

FUENTE: Elaboración de los autores

3.2.3.2 Evaluación de la cultura organizacional hacia la transformación digital

La valoración de la cultura organizacional de Enterprises O&R Consulting Business Group en la empresa que ofrece servicios profesionales es crucial para fomentar la transformación digital. Crear un entorno que prioriza la innovación, la colaboración y la adaptabilidad, aspectos clave para afrontar los retos del entorno digital. El compromiso de todo el equipo que se dedica al aprendizaje constante y a la optimización de procesos, lo que facilita la integración de nuevas tecnologías y herramientas digitales.

Fomentamos una actitud receptiva al cambio, donde cada integrante se siente capacitado para presentar ideas y soluciones innovadoras. Además, llevamos a cabo talleres y capacitaciones que fortalecen las habilidades digitales del personal, al realizar evaluaciones continuas de nuestra cultura organizacional, garantizamos estar listos para evolucionar y proporcionar un servicio excepcional en un mundo cada vez más digital.

Es por ello que se propone se realice la mejora y la reestructuración de la página web para ofrecer a los clientes la oportunidad de poder comprar los servicios que ofrece Enterprises O&R Consulting Business Group en Venta en línea a través de las diferentes redes sociales, LinkedIn, WhatsApp entre otras y tengan la posibilidad de comparar y vivir una experiencia innovadora.

3.2.3.3 Análisis de los procesos internos y su adaptación al entorno digital.

El análisis de los procesos internos de Enterprises O&R Consulting Business Group que ofrece servicios profesionales es esencial adaptarse al entorno digital. Revisando cada fase de nuestros procedimientos operativos, identificando oportunidades para la digitalización y automatización. Esto implica la adopción de herramientas tecnológicas que optimizan la gestión de proyectos, mejoran la comunicación interna y facilitan el acceso a la información. Fomentamos una cultura de mejora continua, promoviendo la retroalimentación del equipo para perfeccionar los procesos. La capacitación en habilidades digitales es prioritaria, asegurando que nuestro personal esté listo para utilizar nuevas tecnologías. Al integrar soluciones digitales, aumentamos la eficiencia y mejoramos la experiencia del cliente con servicios más ágiles y personalizados, lo que nos mantiene competitivos en un mercado en constante cambio.

3.3. Propuesta de Solución y Mejora

3.3.1. Objetivos de la digitalización

3.3.1.1 Aumento de Ventas en Línea

- Crear un blog especializado que aborde temas clave de talento humano y capacitación empresarial, utilizando palabras clave estratégicas para mejorar el posicionamiento SEO.
- Publicar casos de éxito y testimonios de clientes, mostrando cómo la formación ofrecida por *Enterprises O&R Consulting* ha generado un impacto positivo en otras organizaciones.
- Desarrollar una sección en la página web que ofrezca un diagnóstico de capacitación en línea y sus posibles soluciones. Esta herramienta permitirá a las empresas interesadas evaluar rápidamente sus necesidades de capacitación y recibir un informe personalizado con recomendaciones de programas de formación específicos.
- Implementar un sistema de comercio electrónico optimizado que permita a las empresas adquirir cursos en línea directamente desde la web. Ofrecer planes de suscripción para acceso continuo a contenido exclusivo y actualizado.

- Utilizar técnicas de remarketing para atraer a usuarios que visitaron la página web pero no completaron la compra, aumentando así la tasa de conversión.

3.3.1.2 Mejora de la Experiencia del Cliente

3.3.1.2.1 Implementación de un Sistema de Atención al Cliente Multicanal:

- Desarrollar un centro de atención al cliente que funcione a través de múltiples canales (chat en vivo, correo electrónico, redes sociales y teléfono). Esto garantizará que los clientes reciban respuestas rápidas y personalizadas a sus consultas.
- Incorporar un sistema de seguimiento de clientes que permita evaluar su satisfacción después de cada servicio y gestionar proactivamente cualquier inconveniente.

3.3.1.2.2 Personalización de la Experiencia de Capacitación:

- Ofrecer soluciones personalizadas basadas en las necesidades específicas de cada empresa, incluyendo la adaptación de cursos y la creación de contenido exclusivo.
- Desarrollar un portal para clientes donde puedan acceder a sus historiales de capacitación, recomendaciones de cursos futuros y reportes de progreso.

3.3.1.2.3 Optimización de Procesos Internos

3.3.1.2.3.1 Automatización de Procesos Administrativos:

- Implementar un software de gestión empresarial (ERP) que integre todos los procesos internos, desde la gestión de proyectos hasta la administración de recursos humanos y la contabilidad.
- Utilizar herramientas de gestión de proyectos como Kanban Flow o Trello para mejorar la colaboración interna y asegurar que los proyectos se ejecuten de manera eficiente y en los plazos establecidos.

3.3.1.2.3.2 Mejora Continua y Capacitación Interna:

- Establecer programas de formación continua para el personal, asegurando que estén actualizados con las últimas tendencias en capacitación y desarrollo empresarial.
- Crear un sistema de retroalimentación interna que permita a los empleados sugerir mejoras en los procesos y la metodología de trabajo.

3.3.2 Aumento de la Visibilidad de la Marca

3.3.2.1 Estrategia de Marketing Digital y Presencia en Redes Sociales:

- Fortalecer la presencia en redes sociales mediante campañas publicitarias dirigidas y contenido interactivo que resuene con los directores de talento humano y líderes empresariales.
- Colaborar con influencers y líderes de opinión en el campo del desarrollo organizacional para aumentar la visibilidad de la marca en el mercado.

3.3.2.2 Participación en Eventos y Webinars:

- Organizar y participar en eventos virtuales, como webinars y conferencias en línea, donde se presenten casos de estudio, tendencias en el desarrollo de talento humano y demostraciones de productos.
- Ofrecer talleres y cursos gratuitos en línea como una estrategia para atraer nuevos clientes y generar leads.

3.3.3 Estrategia digital:

Selección de Canales Digitales

3.3.3.1 Redes Sociales

- **LinkedIn:** Principal canal para conectar con profesionales y líderes de empresas, compartiendo contenido relacionado con el desarrollo de talento humano y casos de éxito.
- **Facebook:** Utilizado para fortalecer la relación con pequeñas y medianas empresas, publicando contenido educativo y promocionando eventos y webinars.
- **Instagram:** Centrado en la construcción de la marca, con publicaciones visuales que destacan la cultura empresarial y el impacto de las soluciones de capacitación en diferentes sectores de la industria.
- **YouTube:** Canal para publicar videos educativos, tutoriales y testimonios de clientes, mejorando la visibilidad de la empresa en el campo de la capacitación.

SEO (Search Engine Optimization)

- **Optimización On-Page:** Implementar estrategias de SEO en las páginas del sitio web, incluyendo la optimización de títulos, descripciones meta, y el uso de palabras clave específicas del sector de capacitación.
- **Blogging:** Crear un blog con contenido relevante, como artículos sobre tendencias en desarrollo organizacional, liderazgo, y casos de éxito de clientes.

- **Link Building:** Colaborar con sitios web relevantes y líderes de opinión para generar backlinks de alta calidad, mejorando el dominio de autoridad y el ranking en motores de búsqueda.

SEM (Search Engine Marketing)

- **Campañas de Google Ads:** Implementar campañas de pago por clic (PPC) dirigidas a empresas que buscan soluciones de capacitación, utilizando anuncios que respondan a palabras clave relevantes como "capacitación empresarial", "desarrollo de talento humano", y "consultoría organizacional".
- **Remarketing:** Crear campañas de remarketing para captar la atención de usuarios que han visitado el sitio web pero no han realizado una conversión, incentivándolos a regresar con ofertas personalizadas.

Email Marketing

- **Segmentación de Bases de Datos:** Dividir la base de datos de clientes y prospectos en segmentos específicos basados en sectores de la industria, tamaño de la empresa y necesidades de capacitación.
- **Campañas Automatizadas:** Diseñar campañas de email marketing automatizadas que envíen contenido personalizado, como recomendaciones de cursos o recordatorios de eventos, en función del comportamiento del usuario.
- **Boletines Informativos:** Enviar boletines mensuales con noticias del sector de la capacitación, actualizaciones sobre los servicios ofrecidos, y artículos del blog, fomentando la interacción continua con los suscriptores.

3.3.3.2 Creación de Contenido Relevante y Atractivo

Contenido Educativo

- **Webinars y Talleres en Línea:** Organizar eventos en línea sobre temas de interés, como desarrollo de liderazgo, innovación organizacional, y gestión de equipos. Estos eventos deben ser promocionados a través de redes sociales y campañas de email marketing.
- **Guías y Whitepapers:** Publicar guías detalladas y documentos técnicos que aborden desafíos comunes en la capacitación y desarrollo de talento humano, ofreciendo soluciones prácticas.

Testimonios y Casos de Éxito

- **Videos Testimoniales:** Grabar testimonios en video de clientes satisfechos que hablen sobre los resultados obtenidos tras implementar programas de capacitación con Enterprises O&R Consulting.
- **Estudios de Caso:** Publicar estudios de caso detallados que muestren cómo la empresa ha ayudado a otras organizaciones a superar desafíos específicos.

Contenido Visual y Multimedia

- **Infografías:** Crear infografías que expliquen de manera visual temas complejos o que resuman tendencias y datos clave del sector.
- **Presentaciones Interactivas:** Desarrollar presentaciones interactivas que los usuarios puedan explorar en el sitio web, ofreciendo una experiencia de aprendizaje envolvente.

3.3.4 Diseño de la Experiencia del Usuario (UX)

Optimización del Sitio Web

- **Facilidad de Navegación:** Mejorar la navegabilidad y el diseño UX/UI para facilitar la experiencia de los usuarios.
- **Diseño Responsivo:** Asegurar que el sitio web esté completamente optimizado para dispositivos móviles, proporcionando una experiencia de usuario consistente y agradable en cualquier dispositivo.
- **Navegación Intuitiva:** Simplificar la estructura del sitio web para que los usuarios puedan encontrar fácilmente la información que buscan, con menús claros y rutas de navegación lógicas.

Interacción y Usabilidad

- **Chatbots y Asistentes Virtuales:** Implementar chatbots en el sitio web para responder preguntas comunes en tiempo real y guiar a los usuarios hacia los recursos o servicios más relevantes.
- **Optimización de Velocidad:** Mejorar la velocidad de carga del sitio web para reducir la tasa de rebote y aumentar la satisfacción del usuario.

3.3.5 Integración de Herramientas Tecnológicas

CRM (Customer Relationship Management)

- **Implementación de un CRM:** Integrar un sistema CRM como HubSpot para gestionar la relación con los clientes, automatizar la comunicación, y personalizar las interacciones basadas en el historial y comportamiento del cliente.
- **Análisis de Datos:** Utilizar el CRM para realizar un análisis profundo de los datos de clientes, identificando patrones y oportunidades para mejorar la oferta de servicios de capacitación.

ERP (Enterprise Resource Planning)

- **Gestión de Recursos:** Implementar un sistema ERP para centralizar y automatizar los procesos internos, desde la gestión de inventarios hasta la contabilidad y la gestión de proyectos.
- **Integración con el CRM:** Asegurar que el ERP esté completamente integrado con el CRM, permitiendo una visión unificada del cliente y la operación.

Herramientas de Análisis y Seguimiento

- **Google Analytics y Tag Manager:** Configurar Google Analytics para monitorear el comportamiento de los usuarios en el sitio web, y utilizar Google Tag Manager para gestionar etiquetas de seguimiento sin necesidad de modificar el código del sitio.

Tabla 2

Calendario de Contenido Mensual

Semana	Día	Canal	Tipo de Contenido	Descripción	Objetivo
Semana 1	Lunes	Blog (Sitio Web)	Artículo Informativo	"¿Qué es un Diagnóstico de Capacitación en Línea y Cómo puede beneficiar a tu empresa?"	Explicar el valor del diagnóstico en línea y atraer tráfico al sitio web.
Semana 2	Miércoles	LinkedIn	Publicación Informativa	"Descubre cómo un Diagnóstico en Línea puede transformar el desarrollo de tu personal"	Generar interés y dirigir tráfico al sitio web
Semana 3	Jueves	Facebook & Instagram	Video Promocional	Breve video resaltando los beneficios clave de los diagnósticos en línea.	Aumentar el alcance a través de contenido visual atractivo.
Semana 4	Viernes	Email Marketing	Campaña de Recordatorio	Recordatorio sobre la oferta especial para diagnósticos en línea, con un enlace directo para agendar.	Incentivar conversiones antes de que termine la promoción.

Nota. Calendario de contenido por semana

FUENTE: Elaboración de los autores

Este calendario de contenidos permite que cada semana esté enfocada en un solo tipo de actividad, facilitando la planificación y ejecución de la campaña para promocionar los diagnósticos en línea de la empresa Enterprises O&R Consulting Business Group.

3.4 Plan de Implementación

3.4.1 Fases de Implementación

Fase 1: Planificación y Preparación

- **Actividades:**
 - Revisión de la infraestructura digital actual.
 - Definición de objetivos específicos y métricas clave (KPI).
 - Desarrollo de la estrategia digital.
 - Capacitación del equipo sobre el uso de nuevas herramientas (CRM, ERP, Google Analytics).
- **Duración:** 2 semanas.

Fase 2: Desarrollo de Herramientas y Plataformas

- **Actividades:**
 - Creación de una sección para diagnósticos en línea en el sitio web.
 - Implementación de un sistema de atención al cliente multicanal (chat en vivo, correo, teléfono).
 - Integración del CRM para automatizar la relación con los clientes.
 - Configuración del sistema ERP para centralizar los procesos internos.
- **Duración:** 4 semanas.

Fase 3: Estrategia de Marketing Digital

- **Actividades:**
 - Lanzamiento de campañas de marketing en redes sociales (LinkedIn, Facebook, Instagram).
 - Implementación de campañas de SEM (Google Ads) y remarketing.
 - Creación de contenido (artículos, infografías, videos).
 - Envío de campañas de email marketing.
- **Duración:** 4 semanas (continuo).

Fase 4: Lanzamiento y Optimización

- **Actividades:**
 - Monitoreo de la implementación de diagnósticos en línea.
 - Evaluación de la experiencia del usuario y ajuste de las herramientas.
 - Revisión y ajuste de las campañas de marketing según las métricas de rendimiento.
- **Duración:** 2 semanas.

3.4.2. Cronograma

Tabla 3

Cronograma por semana

Fase	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10
Fase 1: Planificación	X	X								
Fase 2: Desarrollo			X	X	X	X				
Fase 3: Estrategia Mktg.					X	X	X	X		
Fase 4: Lanzamiento									X	X

Nota. Cronograma de implementación de las fases de implementación

FUENTE: Elaboración de los autores

3.4.3. Responsables

Tabla 4

Actividades y responsables

Actividad	Responsable
Revisión de infraestructura digital y definición de KPIs	Personal de TI
Desarrollo de la sección de diagnósticos en línea	Equipo de Desarrollo Web
Implementación del CRM y ERP	Consultor de Tecnología
Estrategia de marketing digital (redes sociales, SEM, SEO)	Encargado de Marketing Digital
Creación de contenido y gestión de campañas de email marketing	Equipo de Contenidos y Copywriting
Capacitación interna del equipo	Recursos Humanos y Capacitación
Monitoreo de KPIs y ajuste de la estrategia	Analista de Datos y Marketing

Nota. Responsables de las actividades a por área.

FUENTE: Elaboración de los autores

3.4.4 Presupuesto Estimado

Tabla 5

Presupuesto estimado de la implementación

Categoría	Costo Aproximado (USD)
Desarrollo Web	\$5,000
- Creación de la sección de diagnósticos en línea	\$2,000
- Integración de chatbots	\$1,500
CRM (HubSpot o similar)	\$3,000 (anual)
ERP (Licencias y setup)	\$10,000
Marketing Digital	\$6,000
- Campañas de SEM	\$3,000
- Redes sociales (LinkedIn, Facebook, Instagram)	\$2,000
- Email marketing (software y campañas)	\$1,000
Producción de Contenidos	\$4,000
- Videos testimoniales, infografías	\$2,500
- Creación de artículos y guías	\$1,500
Capacitación Interna	\$2,000
Total Estimado	\$30,000

Nota. Detalle de las herramientas a implementar

FUENTE: Elaboración de los autores

3.5 Implementación

3.5.1 Incorporación de E-commerce en la Página Web

Objetivo: Facilitar la compra de cursos y servicios en línea, mejorando la accesibilidad y aumentando las ventas.

Acciones:

- **Plataforma E-commerce:** Integrar una plataforma de comercio electrónico como WooCommerce en el sitio web actual (WordPress).
- **Catálogo de Productos:** Crear un catálogo detallado de cursos y servicios, con descripciones, precios y opciones de compra.
- **Planes de Suscripción:** Ofrecer planes de suscripción para acceso continuo a contenido exclusivo y actualizado.
- **Pasarela de Pago:** Implementar pasarelas de pago seguras como PayPal y Stripe para facilitar las transacciones.

3.5.2 Configuración de Herramientas Tecnológicas Extra

Objetivo: Optimizar la gestión interna y mejorar la experiencia del cliente.

Acciones:

- **CRM (Customer Relationship Management):** Implementar un CRM como HubSpot para gestionar la relación con los clientes, automatizar la comunicación y personalizar las interacciones.
- **ERP (Enterprise Resource Planning):** Integrar un sistema ERP para centralizar y automatizar los procesos internos, desde la gestión de inventarios hasta la contabilidad y la gestión de proyectos.
- **Herramientas de Gestión de Proyectos:** Utilizar herramientas como Trello o Asana para mejorar la colaboración interna y asegurar que los proyectos se ejecuten de manera eficiente.
- **Google Analytics y Tag Manager:** Configurar Google Analytics para monitorear el comportamiento de los usuarios en el sitio web y utilizar Google Tag Manager para gestionar etiquetas de seguimiento.

3.5.3 Desarrollo de una Aplicación para Diagnóstico de Capacitación

Objetivo: Permitir a los responsables de talento humano realizar un diagnóstico de capacitación de manera rápida y sencilla.

Acciones:

- **Diseño y Desarrollo:** Crear una aplicación móvil simple que permita a los usuarios realizar un diagnóstico de capacitación. La aplicación debe ser intuitiva y fácil de usar.
- **Funcionalidades:**
 - **Cuestionarios Personalizados:** Incluir cuestionarios que evalúen las necesidades de capacitación de la empresa.
 - **Generación de Informes:** Proporcionar informes personalizados con recomendaciones de programas de formación específicos.
 - **Integración con CRM:** Asegurar que los datos recopilados se integren con el CRM para un seguimiento y análisis más detallado.

3.5.4 Creación de Contenidos

Objetivo: Atraer y retener clientes a través de contenido relevante y atractivo.

Acciones:

- **Blog Especializado:** Crear un blog que aborde temas clave de talento humano y capacitación empresarial, utilizando palabras clave estratégicas para mejorar el posicionamiento SEO.
- **Casos de Éxito y Testimonios:** Publicar casos de éxito y testimonios de clientes, mostrando cómo la formación ofrecida ha generado un impacto positivo.
- **Webinars y Talleres en Línea:** Organizar eventos en línea sobre temas de interés, como desarrollo de liderazgo y gestión de equipos.
- **Guías y Whitepapers:** Publicar guías detalladas y documentos técnicos que aborden desafíos comunes en la capacitación y desarrollo de talento humano.

3.5.5 Lanzamiento de Campañas de Marketing Digital

Objetivo: Aumentar la visibilidad de la marca y atraer nuevos clientes a través de campañas de marketing digital.

Acciones:

- **Google Ads:** Implementar campañas de pago por clic (PPC) dirigidas a empresas que buscan soluciones de capacitación, utilizando anuncios que respondan a palabras clave relevantes.
- **TikTok:** Crear contenido visual atractivo y campañas publicitarias dirigidas a un público más joven y dinámico.

- **LinkedIn:** Publicar contenido relacionado con el desarrollo de talento humano y casos de éxito, y utilizar LinkedIn Ads para llegar a profesionales y líderes de empresas.
- **Facebook e Instagram:** Fortalecer la presencia en estas plataformas mediante campañas publicitarias dirigidas y contenido interactivo que resuene con los directores de talento humano y líderes empresariales.

3.6 Propuesta de Seguimiento y Control para el Plan de Digitalización

Para asegurar el éxito del plan de digitalización de Enterprises - O&R Business Consulting Group, es crucial implementar un sistema de seguimiento y control efectivo. A continuación, se presenta una propuesta detallada que incluye la definición de KPIs, herramientas de medición y la generación de informes periódicos.

3.6.1 KPIs (Indicadores Clave de Rendimiento)

Los KPIs son esenciales para medir el progreso y el éxito de las estrategias implementadas. Aquí se definen los KPIs para cada área clave del plan:

Propuesta de Seguimiento y Control para el Proyecto de Implementación

Para asegurar el éxito del proyecto de implementación de la digitalización, incluyendo la creación de una tienda en línea y otras herramientas tecnológicas, es crucial definir KPIs específicos y establecer un sistema de seguimiento y control. A continuación, se presenta una propuesta detallada:

3.6.2 KPIs para el Proyecto de Implementación

E-commerce en la Página Web

- **Tiempo de Implementación:** Duración desde el inicio del proyecto hasta la puesta en marcha de la tienda en línea.
- **Funcionalidades Completadas:** Porcentaje de funcionalidades planificadas que se han implementado (e.g., catálogo de productos, pasarela de pago, planes de suscripción).
- **Pruebas de Usabilidad:** Resultados de pruebas de usabilidad realizadas con usuarios finales para asegurar una experiencia de compra fluida.
- **Tasa de Errores:** Número de errores técnicos reportados durante la fase de pruebas y después del lanzamiento.

3.6.3 Aspectos Extras para la Tienda en Línea

- **Optimización SEO:** Implementación de estrategias de SEO para mejorar la visibilidad de la tienda en motores de búsqueda.

- **Integración de Pasarelas de Pago:** Número de pasarelas de pago integradas y su funcionalidad.
- **Seguridad:** Implementación de medidas de seguridad como certificados SSL y cumplimiento con normativas de protección de datos.
- **Velocidad de Carga:** Tiempo promedio de carga de la tienda en línea.

3.6.4 Aplicación para Diagnóstico de Capacitación

- **Tiempo de Desarrollo:** Duración desde el inicio del desarrollo hasta la disponibilidad de la aplicación.
- **Funcionalidades Clave:** Porcentaje de funcionalidades planificadas que se han implementado (e.g., cuestionarios personalizados, generación de informes).
- **Tasa de Adopción:** Número de usuarios que descargan y utilizan la aplicación.
- **Satisfacción del Usuario:** Evaluaciones y comentarios de los usuarios sobre la aplicación.

3.6.5 Campañas de Marketing Digital

- **Alcance de la Campaña:** Número de personas alcanzadas a través de cada plataforma (Google Ads, TikTok, LinkedIn, Facebook, Instagram).
- **CTR (Click-Through Rate):** Porcentaje de clics en anuncios en relación con el número de impresiones.
- **CPC (Cost Per Click):** Costo promedio por cada clic en los anuncios.
- **Conversiones:** Número de conversiones generadas a partir de las campañas publicitarias.

3.6.6 Herramientas de Medición

Google Analytics

- **Configuración:** Implementar Google Analytics para rastrear el comportamiento de los usuarios en la tienda en línea y en la aplicación.
- **Informes Personalizados:** Crear informes personalizados para monitorear KPIs específicos como la tasa de conversión y la velocidad de carga.

Google Tag Manager

- **Gestión de Etiquetas:** Utilizar Google Tag Manager para gestionar etiquetas de seguimiento sin necesidad de modificar el código del sitio web.

- **Eventos y Conversiones:** Configurar eventos y conversiones para rastrear acciones específicas de los usuarios, como clics en botones de compra y formularios completados.

CRM (HubSpot)

- **Gestión de Clientes:** Utilizar HubSpot para gestionar la relación con los clientes, automatizar la comunicación y personalizar las interacciones.
- **Análisis de Datos:** Realizar análisis profundos de los datos de clientes para identificar patrones y oportunidades de mejora.

3.6.7 Herramientas de Marketing Digital

- **Google Ads:** Monitorear el rendimiento de las campañas de PPC, incluyendo CTR, CPC y conversiones.
- **Redes Sociales:** Utilizar las herramientas de análisis de Facebook, Instagram, LinkedIn y TikTok para medir el alcance, la interacción y el rendimiento de las campañas publicitarias.

Informes Periódicos

Informes Semanales

- **Contenido:** Resumen de las métricas clave de la semana, incluyendo el progreso de la implementación, pruebas de usabilidad y rendimiento de campañas publicitarias.
- **Objetivo:** Identificar tendencias a corto plazo y realizar ajustes rápidos en las estrategias.

Informes Mensuales

- **Contenido:** Análisis detallado de los KPIs, incluyendo comparaciones con el mes anterior, identificación de áreas de mejora y recomendaciones de acciones.
- **Objetivo:** Evaluar el progreso mensual y ajustar las estrategias a mediano plazo.

Informes Trimestrales

- **Contenido:** Evaluación integral del rendimiento del proyecto de implementación, incluyendo análisis de tendencias a largo plazo, ROI y cumplimiento de objetivos.
- **Objetivo:** Revisar el progreso general y realizar ajustes estratégicos significativos.

3.5 Presentación de Resultados

3.5.1 Evaluación de los Resultados

3.5.1.1 Estrategia Comercial:

Fortalezas: Metodología de capacitación Clima Laboral 360°, presencia en redes sociales con buen engagement, y personal capacitado.

Áreas de mejora: Implementar un CRM para la gestión de relaciones con los clientes y diversificación de los servicios de capacitación.

3.5.1.2 Evaluación de la Transformación Digital:

Implementación de herramientas tecnológicas para mejorar los procesos internos (WordPress, Trello, Moodle).

Progreso: Inicio de la automatización de procesos, pero con necesidad de fortalecer la presencia digital y comercio electrónico, ya que la empresa no tiene presencia digital de ventas, con expectativas a conseguir un 2% de crecimiento semestral.

3.5.1.3 Comparación de los Resultados con los Objetivos

Objetivo 1: Diagnóstico Comercial y Digital:

Resultado: Diagnóstico completado, se identificaron debilidades en la gestión de relaciones con los clientes y necesidad de optimización de procesos internos.

Evaluación: Se deberá implementar las mejoras recomendadas.

Objetivo 2: Reestructuración Integral de la Estrategia Comercial:

Resultado: Se desarrollaron estrategias digitales y se propusieron mejoras en el manejo de redes sociales y en la segmentación de mercado.

Evaluación: Se requiere mayor implementación de herramientas tecnológicas.

Objetivo 3: Fortalecimiento del Equipo de Ventas:

Resultado: Se realizaron propuestas de mejora para la formación continua del equipo de ventas.

Evaluación: Es fundamental implementar los programas de formación y capacitación.

Objetivo 4: Modernización de Procesos Comerciales:

Resultado: Se implementarán herramientas de gestión para mejorar el sistema de seguimiento de ventas.

Evaluación: Es primordial que la empresa implemente el sistema de seguimiento de ventas.

Objetivo 5: Diversificación de Estrategias de Ventas:

Resultado: Se propusieron nuevos canales de ventas como el e-commerce y planes de suscripción.

Evaluación: Se requiere fortalecer el comercio en línea.

Conclusiones

Se ha logrado un avance considerable en la reestructuración de la estrategia comercial de Empresas O&R Business Consulting Group, lo que ha permitido mejorar la alineación de la oferta con las demandas actuales del mercado. Sin embargo, este progreso debe complementarse con la implementación de tecnologías avanzadas para lograr una automatización efectiva de los procesos internos, particularmente en áreas como la gestión comercial, la atención al cliente, y la optimización de los canales de venta digitales.

En este sentido, la adopción de un sistema de gestión empresarial (ERP) es clave. Este tipo de herramienta no solo facilita la automatización de tareas administrativas, sino que también integra diversas funciones empresariales en un único sistema, mejorando la visibilidad de la operación, la eficiencia y la toma de decisiones basada en datos. Asimismo, la implementación de un CRM (Customer Relationship Management) permitiría optimizar la gestión de relaciones con los clientes, personalizando las interacciones y mejorando la experiencia del usuario en cada punto de contacto. El proceso de digitalización no debe verse como un objetivo final, sino como un elemento de mejora continua. La integración de herramientas como Google Analytics para el seguimiento del comportamiento de los usuarios en la plataforma web y la optimización de la experiencia de usuario mediante chatbots y asistentes virtuales puede mejorar significativamente los resultados operativos. De esta forma, la empresa podrá no solo reducir errores, sino también aumentar su capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente.

El éxito del proyecto ha sido evidente en la identificación de oportunidades de mejora dentro de la estrategia comercial de la empresa. Las áreas de marketing digital, presencia en redes sociales y la segmentación de mercados han sido claramente delimitadas como puntos clave para su optimización. Sin embargo, es imprescindible que el enfoque en estas oportunidades se mantenga a largo plazo, estableciendo un proceso de seguimiento continuo que permita evaluar los resultados e implementar los ajustes necesarios.

En cuanto al seguimiento, es esencial definir KPIs (Indicadores Clave de Rendimiento) que midan tanto el impacto de las nuevas herramientas digitales como el rendimiento general del equipo de ventas y el sistema comercial en su conjunto, permitirá detectar posibles desvíos y áreas que requieran mayor atención o ajuste en las fases posteriores a la implementación.

La falta de un seguimiento adecuado puede derivar en la pérdida de las mejoras propuestas, especialmente si no se garantiza la correcta adopción de las nuevas tecnologías por parte del

personal. Es por que la capacitación continua es un componente vital de este proceso. Además de asegurar que los empleados estén familiarizados con las herramientas tecnológicas, también debe promoverse una cultura de mejora continua dentro de la organización.

A Enterprises O&R Business Consulting Group se ha propuesto la implementado de una serie de herramientas y estrategias tecnológicas que optimizan su operativa y mejoran la experiencia del cliente. El uso de WordPress como plataforma de gestión de contenidos permite a la empresa mantener un sitio web intuitivo y fácil de navegar, lo que es crucial para atraer y retener visitantes. Sin embargo, es fundamental que se realicen actualizaciones regulares basadas en el comportamiento del usuario y las tendencias del mercado para maximizar la efectividad del sitio.

La presencia activa en Facebook demuestra un compromiso con la interacción y el engagement con la audiencia. La empresa comparte actualizaciones sobre sus servicios, artículos técnicos y reflexiones sobre temas relevantes como el talento humano y el trabajo en equipo, para aumentar aún más el alcance y la participación, sería beneficioso diversificar el contenido compartido, incorporando formatos multimedia como videos y webinars. Un área que requiere atención es la falta de indicadores sobre la periodicidad de compra y la estacionalidad. Implementar herramientas analíticas que permitan rastrear estas métricas puede ayudar a personalizar ofertas y optimizar campañas de marketing, mejorando así la comprensión del comportamiento del cliente.

La carencia de procesos establecidos, especialmente en relación con metodologías como Clima Laboral 360°, sugiere que hay espacio para mejorar la eficiencia operativa. Documentar estos procesos y establecer indicadores clave permitirá a la empresa monitorear su desempeño y realizar ajustes proactivos. Esto no solo mejorará la productividad interna, sino que también contribuirá a un ambiente laboral más positivo. Las herramientas tecnológicas adoptadas, como Microsoft Teams, Zoom, Trello, Moodle y Google Classroom, son fundamentales para facilitar la comunicación interna, gestionar proyectos eficientemente y ofrecer capacitaciones en línea. Asegurarse de que todos los empleados estén capacitados en el uso óptimo de estas herramientas maximizará su efectividad y fomentará una colaboración más fluida entre equipos.

Además, aunque el portafolio actual está bien definido, es importante que Enterprises - O&R Business Consulting Group continúe evaluando las necesidades emergentes del mercado para desarrollar nuevos servicios o adaptar los existentes. Esto no solo mantendrá su relevancia en un entorno competitivo, sino que también atraerá a una base más amplia de clientes.

El fomento de una cultura organizacional positiva es otro aspecto crucial. La implementación de metodologías como Clima Laboral 360° puede ser un motor para mejorar el ambiente.

En conclusión, Enterprises O&R Business Consulting Group está en un momento clave para crecer y consolidarse en el mercado. Al implementar todas las estrategias tecnológicas planteadas, optimizar procesos y fomentar una cultura organizacional positiva, la empresa podrá adaptarse a cambios, mejorar la satisfacción del cliente y fortalecer su posición competitiva.

Recomendaciones

Priorizar la implementación del CRM para mejorar la gestión de relaciones con los clientes. La implementación de un CRM (Customer Relationship Management) es esencial para optimizar la gestión de las relaciones con los clientes, ya que centraliza la información y facilita el seguimiento de interacciones. Esto permitirá una mayor personalización de los servicios, lo cual es crucial en un entorno competitivo donde la experiencia del cliente se ha convertido en un diferenciador clave. El uso de CRM también ayuda a mejorar la eficiencia del equipo de ventas, proporcionando herramientas de seguimiento y análisis que facilitan la gestión de leads, clientes potenciales y oportunidades de venta.

Este enfoque no solo mejora la retención de clientes actuales, sino que también facilita la captación de nuevos. Además, un sistema CRM integrado permite una evaluación continua del rendimiento del equipo y del nivel de satisfacción del cliente, ayudando a tomar decisiones basadas en datos concretos.

Continuar con la digitalización de procesos, con un enfoque en la automatización de ventas y seguimiento

La digitalización de procesos empresariales, con un enfoque particular en la automatización de ventas y el seguimiento, es un paso necesario para mejorar la eficiencia operativa. Automatizar procesos como la gestión de inventarios, la facturación y el seguimiento de clientes permitirá liberar recursos que pueden ser invertidos en áreas estratégicas como la innovación y el desarrollo de nuevos productos. Además, la implementación de sistemas de automatización de ventas permite un seguimiento más preciso de cada etapa del proceso comercial, reduciendo errores y mejorando la tasa de conversión.

Es vital que las herramientas de automatización sean flexibles y escalables para poder ajustarse al crecimiento de la empresa. Esto incluye la integración de plataformas de e-commerce, sistemas de pago en línea y soluciones de logística automatizadas, que optimicen la experiencia del cliente y aseguren un flujo constante de información entre todas las áreas del negocio.

Fortalecer la presencia en redes sociales y comercio electrónico para diversificar las fuentes de ingresos

La presencia en redes sociales y el desarrollo de una estrategia robusta de comercio electrónico son pilares fundamentales para diversificar las fuentes de ingresos. La empresa debe continuar con la optimización de su estrategia de marketing digital, utilizando herramientas de

análisis de datos y segmentación para identificar las preferencias de su audiencia y ajustar sus campañas publicitarias.

El uso de plataformas como Facebook, Instagram y LinkedIn, junto con la implementación de técnicas de SEO y SEM, permitirá aumentar el alcance y mejorar la interacción con los clientes. A su vez, el comercio electrónico debe expandirse a través de plataformas accesibles y fáciles de usar que ofrezcan una experiencia de usuario optimizada, garantizando la fidelización de clientes y la conversión de nuevos.

En conjunto, estas estrategias no solo impulsarán el crecimiento económico, sino que también mejorarán el posicionamiento de la empresa en el mercado digital.

Es por ello por lo que se recomienda la implementación de todo lo expuesto anteriormente para lograr que Enterprises O&R Business Consulting Group sea una empresa líder en su mercado y logre cumplir con su visión.

Referencias

- Alonso, R. C. (2019). *Transformación digital: Estrategias y herramientas para la empresa 4.0*.
- Barnes, C. B. (2019). *Creating and delivering your value proposition: Managing customer experience for profit*.
- Buttle, F. &. (2019). *Customer relationship management: Concepts and technologies*.
- Chaffey, D. &.-C. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice*.
- Fitzsimmons, J. A. (2019). *Service management: Operations, strategy, and information technology*.
- Hernández, C. (2019). *Economía de los servicios de capacitación en América Latina*.
- Keller, K. &. (2019). *Dirección de Marketing*. Pearson: 15 Edición.
- Martínez, C. &. (2019). *Liderazgo y gestión del talento en la era digital*.
- Osterwalder, A. &. (2020). *The invincible company*.
- Porter, M. E. (2020). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*.
- Rackham, N. (2019). *SPIN selling*.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being*.
- Tidd, J. &. (2020). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change*.
- Zeithaml, V. A. (2019). *Marketing de servicios*. McGraw-Hill.