

**PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO
DE VENTAS PARA LA EMPRESA “CONSUL GD” DEDICADA A LA CONSULTORIA
EN GESTION DOCUMENTAL EN LA CIUDAD DE CALI**

**ÁNGELA MARÍA LÓPEZ LOPÉZ
ANGELICA YICEL ANGULO ORDOÑEZ**

**INSTITUTO TÉCNICO DE COMERCIO “SIMÓN RODRIGUEZ” INTENALCO
TECNOLOGO EN GESTION EMPRESARIAL
HARRISON SANCHEZ SEVILLANO
CALI – COLOMBIA
2025**

**PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO
DE VENTAS PARA LA EMPRESA “CONUL GD” DEDICADA A LA CONSULTORIA
EN GESTION DOCUMENTAL EN LA CIUDAD DE CALI**

**ÁNGELA MARÍA LÓPEZ LÓPEZ
ANGELICA YICEL ANGULO ORDOEÑEZ**

**Proyecto presentado para optar al título de: TECNOLÓGO EN GESTION
EMPRESARIAL**

Docente asesor: HARRISON SANCHEZ SEVILLANO

**INSTITUTO TÉCNICO DE COMERCIO “SIMÓN RODRIGUEZ” INTENALCO
TECNOLOGO EN GESTION EMPRESARIAL
HARRISON SANCHEZ SEVILLANO
CALI – COLOMBIA**

2025

Contenido

INTRODUCCIÓN	7
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8
1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	8
1.3 ANTECEDENTES.....	9
PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE VENTAS PARA LA EMPRESA	
“CONSUL GD” DEDICADA A LA CONSULTORIA EN GESTION DOCUMENTAL EN LA CIUDAD DE CALI	9
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	10
1.5 SISTEMATIZACIÓN DE PROBLEMA.....	11
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	11
2.1 OBJETIVO GENERAL	11
2.2 OBJETIVO ESPECIFICO.....	11
3. JUSTIFICACIÓN	12
3.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	12
3.2 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	15
3.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	16
4. MARCO REFERENCIAL	17
4.1 MARCO TEÓRICO	20
4.2 MARCO CONCEPTUAL	28
4.3 MARCO CONTEXTUAL	30
4.4 MARCO LEGAL.....	33
4.5 MARCO TEMPORAL	36

5.	DISEÑO METODOLÓGICO	37
5.1	CLASE O TIPO DE INVESTIGACIÓN	37
5.2	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	41
	TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	41
5.3	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	42
5.3.1	<i>. El Análisis de procesos.</i>	<i>48</i>
5.3.2	<i>Procedimientos</i>	<i>50</i>
5.3.3	<i>Fases del diagnóstico en la empresa Consul GD.</i>	<i>50</i>
5.3.4	<i>Pasos para estudio de procesos de la empresa Cónsul Gd.</i>	<i>51</i>
5.3.5	<i>Pasos para calcular los costos de la propuesta.</i>	<i>51</i>
6.	RESEÑA HISTÓRICA EMPRESARIAL	52
6.1	TIPO DE EMPRESA – CONSTITUCIÓN.....	53
6.2	CAPITAL SOCIAL	55
6.3	OBJETO SOCIAL.....	55
6.4	MISIÓN Y VISIÓN EMPRESARIAL	56
6.5	POLÍTICAS DE EMPRESA	56
6.6	ESTRUCTURA EMPRESARIAL – ÁREAS FUNCIONALES.....	57
6.7	PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	57
6.8	MERCADO	58
6.9	EVOLUCIÓN FINANCIERA	58
7.	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA.....	59
7.1	ANÁLISIS DEL SECTOR	61
7.1.1	<i>Análisis sectorial de Michael Porter.....</i>	<i>63</i>
7.2	COMPETENCIAS	67
7.3	EL MERCADO ACTUAL - PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	67

7.4	ESTRATEGIAS DE MERCADEO Y VENTAS	69
7.5	MATRIZ DOFA ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO DE LA EMPRESA	70
7.5.1	<i>Matriz DOFA Para El Sector Al Que Pertenece La Empresa</i>	<i>73</i>
8.	PLAN DE MEJORAMIENTO	77
8.1	ÁREA FUNCIONAL DE INTERVENCIÓN	77
8.2	DIAGNÓSTICO.....	78
8.2.1	<i>Estrategias Fo, Do, Fa, Da Para El Área De Departamento De Ventas.</i>	<i>79</i>
8.2.2	<i>Producto</i>	<i>81</i>
8.2.3	<i>Precio</i>	<i>82</i>
8.2.4	<i>Plaza</i>	<i>82</i>
8.2.5	<i>Promoción.....</i>	<i>83</i>
8.2.6	<i>Análisis De La Competencia</i>	<i>83</i>
8.3	IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE MEJORAMIENTO	84
8.4	PLAN DE ACCION CONSUL GD	85
8.4.1	<i>Nueva estructuración del área de mercadeo y ventas</i>	<i>90</i>
8.4.2	<i>El proceso administrativo aplicado al área de mercadeo.....</i>	<i>92</i>
8.4.3	<i>Objetivos.....</i>	<i>93</i>
8.4.4	<i>Necesidades de personal y sus funciones</i>	<i>94</i>
8.4.5	<i>Estrategias de ventas.....</i>	<i>94</i>
8.4.6	<i>Formatos de sugerencias para los clientes en los puntos de venta</i>	<i>95</i>
8.4.7	<i>Análisis de la competencia</i>	<i>96</i>
8.4.8	<i>Estrategias de distribución</i>	<i>96</i>
8.5	LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	97
9.	PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACIÓN	98
	CONCLUSIONES	99

RECOMENDACIONES	100
BIBLIOGRAFÍA.....	101

Introducción

En un mundo cada vez más competitivo y exigente, no basta con ser el mejor en lo que haces; también hay que saber cómo llegar a quienes nos necesitan. En un entorno tan competitivo, ofrecer un servicio de calidad es solo la mitad del camino; la otra mitad es tener una estructura interna capaz de posicionarnos con fuerza en el mercado. El área de ventas es mucho más que otro departamento cuando se consideran empresas de servicios especializados; es el motor de crecimiento sostenible a largo plazo. La empresa que le da nombre es Consul GD, en cali, la empresa ha demostrado una experiencia técnica impecable en consultoría en gestión documental y cumplimiento normativo. Pero hemos encontrado una gran dificultad: no hay un departamento de ventas establecidas. Actualmente, el crecimiento de esta organización depende principalmente de las recomendaciones de boca en boca y de los clientes recurrentes. Si bien esto habla bien de nuestro trabajo, también limita nuestro potencial, ya que carecemos de procesos claros para salir a buscar nuevas oportunidades, hacer seguimiento y cerrar negocios de forma estratégica.

El presente trabajo responde a esa necesidad de transformación. No es suficiente con crear solo un departamento de ventas, sino de dotar a Consul GD de un sistema organizado que convierta el conocimiento técnico en una ventaja competitiva consolidada. Mediante este proyecto, se estudia las carencias que existen en la actualidad y se proponen tácticas prácticas para formalizar una gestión comercial que esté a la altura de los objetivos de la empresa.

1. Planteamiento del problema

1.1 Identificación del problema

La empresa Consul GD no cuenta con un plan estratégico comercial. Debido a la ausencia de un departamento de ventas estructurado. Actualmente la empresa no cuenta con procesos claros para la captación de nuevos clientes, la planificación comercial, ni el seguimiento de ventas, lo cual ha limitado su posicionamiento en el mercado. Ha hecho que los procesos comerciales sean desorganizados, dependa en gran medida de los clientes existentes y no pueda mantenerse competitivo ni lograr un crecimiento sostenible a largo plazo.

1.2 Descripción Del Problema

La empresa Consul GD nació el 28 de febrero del año 2020, con la finalidad de prestar servicios de asesoría en gestión documental, en cumplimiento a lo establecido en la Ley 594 de 2000, la cual le exige a todas las entidades que mantengan sus archivos organizados. Ahora está conformado por cinco socios, los cuales se encuentran trabajando activamente, y el gerente general es el Sr. Néstor Daniel Zapata Yanten.

Consul GD Se originó a raíz de un grupo de profesionales especializados en gestión documental, con trayectoria, que decidieron agruparse para prestar servicios especializados en dicha área. Inicialmente comenzó con su trabajo en empresas privadas que debían acatar la Ley 594. No obstante, a raíz de la entrada en vigor del Decreto 2578 de 2012 que establece el

régimen para el Sistema Nacional de Archivos y establece la obligatoriedad para todas las empresas de esta regulación, ha surgido una gran posibilidad para ofrecer sus servicios a más personas.

Consul GD adaptó un nuevo modelo de negocio para hacer que los procedimientos del Decreto 2578 sean convenientes para apoyar y ser apoyados de forma remota. Su propuesta de valor es muy clara: asegurarse de que no solo las instituciones organicen sus archivos, sino que cumplan estrictamente con las normas existentes. Ese deseo está en desacuerdo con una realidad interna enredada. Hay problemas que la organización debe resolver, factores subyacentes que necesitan ser solucionados si quiere consolidar su presencia en el mercado y alcanzar sus objetivos comerciales.

1.3 Antecedentes

PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE VENTAS PARA LA EMPRESA “CONSUL GD” DEDICADA A LA CONSULTORIA EN GESTION DOCUMENTAL EN LA CIUDAD DE CALI			
SINTOMAS	CAUSAS	PRONOSTICO	CONTROL DEL PRONOSTICO
Baja captación de clientes nuevos	No existe un equipo especializado en ventas que se dedique a la prospección activa de nuevos clientes y mercados potenciales.	Si no se corrige, la empresa seguirá dependiendo de referencias y clientes existentes, limitando su expansión en el mercado.	Crear un departamento de ventas que implemente estrategias de prospección y gestión de relaciones con clientes potenciales.
Desconocimiento del mercado objetivo	No se han realizado estudios de mercado ni	La empresa puede estar dirigiendo esfuerzos a	Realizar un análisis de mercado y definir un plan de segmentación de

	segmentación adecuada de los posibles clientes en Cali que requieren servicios de gestión documental.	segmentos no adecuados, desperdiciando recursos en estrategias ineficientes.	clientes, enfocándose en empresas que valoran la gestión documental.
Escasa visibilidad y posicionamiento de la marca en el mercado	Ausencia de estrategias de marketing y ventas que promuevan la empresa de manera efectiva.	Dificultad para competir y posicionarse como líder en el sector de la gestión documental.	Implementar una estrategia de marketing digital y comercial, impulsada por el nuevo departamento de ventas, para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la marca.
Desorganización en las tareas comerciales	No existen procesos definidos ni un equipo encargado de organizar y ejecutar las actividades de ventas.	Desperdicio de oportunidades de ventas, poca claridad en los roles comerciales y falta de coordinación en las tareas de ventas.	. Definir procesos comerciales, capacitar al personal de ventas y crear indicadores de rendimiento para medir la efectividad del nuevo equipo de ventas.

1.4 Formulación del problema

¿Cómo puede Consul GD, una empresa de consultoría especializada en gestión documental en Cali, crear e implementar un área de ventas que no solo atraiga más clientes, sino que también optimice sus procesos comerciales para aumentar su participación en el mercado?

1.5 Sistematización de problema

1. ¿Cuál sería el diagnóstico que se podría plantear para mejorar el sistema de comercialización en el área de ventas de la empresa Consul GD?
2. ¿Qué estrategias estandarizadas se podría aplicar para optimizar las actividades del área de ventas en Consul GD?
3. ¿Qué tipo de plan de acción podría elaborar para gestionar y hacer un seguimiento a las actividades del área de ventas en Consul GD?
4. ¿Qué costo-beneficio tendría la empresa Consul GD al implementar un programa de capacitación enfocado en el área de ventas?

2. Objetivos De La Investigación

2.1 Objetivo general

Crear e implementar un departamento de ventas en la empresa Consul GD con el objetivo de definir de manera clara los roles, responsabilidades y procedimientos necesarios para optimizar el área de ventas.

2.2 Objetivo específico

- Crear un diagnóstico en el área de ventas para mejorar el sistema de comercialización en la empresa cónsul GD

- Crear estrategias estandarizadas que optimicen las actividades relacionadas con el área de ventas en Consul GD
- Desarrollar un plan de acción para la gestión de ventas en Consul GD
- Evaluar el costo-beneficio de un programa de capacitación dirigido a la empresa cónsul GD

3. Justificación

3.1 Justificación Teórica

Existe muchas teorías relacionadas con el funcionamiento de la empresa y entre ellas varias aportan al crecimiento y mejora continua, para este trabajo se hace necesaria la implementación de ellas para poder llevar a cabo un plan de mejoramiento, donde se extrae de cada información importante que nos permita conocer un paso a paso para llevar a cabo las estrategias del trabajo

Hemos elegido cinco teorías para establecer un departamento de ventas efectivo en Consul GD, que se basa en un análisis sistemático del negocio. Esto nos ayuda a definir objetivos a largo plazo, identificar metas, y desarrollar estrategias y recursos para lograrlos. Se trata de una herramienta muy útil para el diagnóstico, análisis y toma de decisiones, que permite a las organizaciones enfrentar los retos del entorno y adaptarse a los cambios de manera sistemática, buscando siempre mejorar la eficiencia y la calidad.

La teoría científica de Frederick Taylor nos enseña que el éxito en ventas no puede depender de improvisación. Usando este enfoque aplicado a Consul GD, un análisis de costo-beneficio desde una perspectiva Marshalliana sugiere que una inversión estratégica en el área de ventas no es solo un gasto, sino un catalizador. Este esfuerzo comercial permitiría captar a aquellas organizaciones presionadas por el cumplimiento de regulaciones documentarias, asegurando que el aumento en la base de clientes traduzca la inversión inicial en una rentabilidad superior.

Mientras que la teoría clásica de Fayol nos ofrece marcos estructurados para que el esfuerzo individual no esté aislado. Sin embargo, aplicar sus principios al plan de ventas actual significa hacer mucho más que ejecutar el enfoque antiguo; requiere un plan estratégico diseñado para anticipar la evolución del mercado, una organización que delinea y define jerarquías, y un control que permita medir el progreso a medida que ocurre. El enfoque de Fayol, para los propósitos de este proyecto, es asegurar que los objetivos que crea el equipo de ventas no sean una "isla", sino que se ajusten a la visión general de la empresa, y por lo tanto, uno bien considerado que conduzca hacia un flujo de trabajo saludable y, sobre todo, sostenible.

La teoría de la demanda de Alfred Marshall es una base para comprender la motivación de las actividades corporativas con su análisis de costo de oportunidad y maximización de ganancias. Aplicando este mismo enfoque a la realidad de Consul GD, a través del análisis de costo/beneficio Marshalliano, argumentamos que una inversión efectiva en el área de ventas proporciona más que su propio costo; proporciona un catalizador económico. Este esfuerzo económico permitiría capturar los negocios cuya organización se ve obligada a cumplir con las

regulaciones documentales, de modo que el aumento en la base de clientes pueda transformarse en mejores ganancias que resultaron de la inversión inicial.

Kotler señala lo importante que es conocer las necesidades y deseos de los clientes. Eso realmente puede ayudar al departamento de ventas en que ayuda a idear las estrategias correctas centradas en el cliente, lo que lleva a una mejor satisfacción y lealtad del cliente. Con esta segmentación de mercado, el equipo no solo encuentra perfiles demográficos o psicográficos, sino que obtiene una visión del cliente real. Con esa claridad, 'Consul GD' ya no puede enviar mensajes generalizados y da un paso más allá personalizando sus estrategias de ventas. En última instancia, esta es la razón por la que el posicionamiento crea valor en que no crea un mensaje falso, sino uno basado en el conocimiento y la capacidad, que resuena con quién eres y cómo eres percibido a los ojos del mercado.

El autor Raiffa enfatiza que la toma de decisiones debe realizarse con la aplicación de métodos. La forma en que él aborda puede proporcionar mucho valor al sector al hacer concesiones entre diferentes propuestas de políticas comerciales con respecto a costos, beneficios y riesgos. Las reglas de análisis costo-beneficio también permiten al equipo de ventas medir lo que significa para que ocurran diversas actividades como la publicidad, si es una estrategia viable y efectiva tomar acciones para mejorar el retorno de la inversión en cuanto a campañas publicitarias, promociones y lanzamientos. Raiffa también ofrece herramientas para lidiar con la incertidumbre de la toma de decisiones, por lo que también es muy, muy bueno para el departamento comercial tomar decisiones en un mercado variable y cómo la competencia y las tendencias impactarán el rendimiento.

Este esfuerzo se tiene en cuenta en el trabajo teórico de Michael Porter, cuyas áreas de investigación son la estrategia competitiva y el análisis del entorno empresarial. Porter afirma

que las empresas necesitan comprender las estructuras de la industria para diseñar una estrategia que pueda darles una ventaja competitiva que pueda sostenerse en el tiempo. En esta perspectiva, el uso de sus modelos es importante para Consul GD, ya que ofrece el análisis del mercado de gestión documental, como el de la ciudad de Cali, para establecer el nivel de competencia, el nivel de poder de negociación de los clientes y proveedores y también la amenaza de nuevos competidores y servicios sustitutos. En teoría, estos elementos sugieren la necesidad de un departamento de ventas fuertemente estructurado que pueda responder estratégicamente a tales entornos para integrar aún más a la empresa en el mercado y mejorar qué tipo de ventas está ofreciendo o por qué.

3.2 Justificación Práctica

Este proceso de proyección se convierte en algo indispensable para empresas que han comenzado de manera empírica, como es el caso de CONSUL GD. Dada su situación actual de crecimiento, es vital diseñar un Plan de Mejoramiento que le permita organizar su proceso administrativo y fortalecer su estructura mediante la creación de un departamento de ventas que impulse su desarrollo comercial.

Con esta propuesta, se busca demostrar que al mejorar la estructura organizacional de CONSUL GD, a través de la implementación del área de ventas, no solo se beneficiará al equipo de trabajo, sino que también recibirá la importancia que merece dentro de la organización, también se aumentará la eficiencia operativa y la rentabilidad, optimizando los recursos disponibles y ampliando las oportunidades de negocio.

Esta investigación se basa en todo lo que he aprendido a lo largo de 4 semestres en la carrera de Técnico en Procesos Administrativos en el INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO SIMÓN RODRIGUEZ, donde distintos profesionales han compartido su experiencia en diversas materias como Fundamentos en administración, metodología de la investigación, fundamentos en contabilidad, planeación y organización, dirección y control, e investigación de proyectos. Todo este conocimiento, junto con la capacidad emprendedora y la iniciativa empresarial para establecer y poner en marcha una empresa de servicios en la ciudad, ha sido fundamental.

3.3 Justificación Metodológica

La metodología que se plantea en este trabajo permite obtener las herramientas necesarias para poder realizar un plan de mejoramiento para la creación del departamento de ventas de la empresa CONSUL GD, teniendo en cuenta los factores económicos, los factores tecnológicos, los factores del mercado, y los factores financieros que sirvan para poder conocer a fondo la empresa que se desea mejorar y los problemas u obstáculos que la limitan en su desarrollo y expansión. Por el contrario, se busca generar un proyecto que sirva de mejoramiento empresarial para la misma empresa, en el que se:

- * Revisará el estado actual de las ventas de Consul GD.
- Buscar nuevas oportunidades en el mercado y los segmentos de clientes.
- * Investigar el comportamiento de los clientes, los obstáculos en el proceso de ventas, los factores que influyen en ellos.

- * Aumentar el porcentaje de conversión de clientes potenciales,
- * Optimizar las campañas de marketing.

En este sentido, a partir de estos puntos ya identificados se realizará un análisis en el mercado, lo que nos ayudará luego a plantear las nuevas estrategias, para seguir ofreciendo los servicios de asesorías de gestión documental en la empresa Consul Gd.

4. Marco Referencial

Antecedentes De La Investigación

Hablar de calidad en los servicios de gestión documental va mucho más allá de cumplir con una norma; se trata de la reputación que construimos con cada proyecto. Al analizar y aplicar las teorías de gestión de calidad, las empresas de consultoría pueden pulir sus procesos desde adentro para ofrecer un servicio que realmente aporte valor. Así mismo, la calidad se convierte en un elemento clave para fortalecer la relación con los clientes y apoyar la creación de un departamento de ventas que contribuya en el posicionamiento y sostenibilidad de la empresa.

El trabajo realizado por Inca García, Rubén Alejandro y Vera Orellana, Brendalíz Geraldine(2015) acerca de la Sistematización de procesos para la gestión de la información documental entre las áreas de ventas, administración y construcción de la empresa constructora AIF Constratistas Generales SAC" Chincha alta. El objetivo de este estudio es establecer un estándar entre los Procesos de Gestión de Información documental entre las áreas de ventas, administración y construcción de la empresa constructora AIF Contratistas Generales S.A.C. Para lograr esto, sugerimos diseñar una aplicación de procesamiento de documentos para reducir

el tiempo necesario para adquirir documentos, el tiempo de los procedimientos a ensamblar, de modo que aquellos que deben ser presentados a los municipios puedan ser cargados, y el tiempo requerido para buscar el estado de los beneficiarios. Además, esta aplicación tiene como objetivo optimizar las comunicaciones internas y la administración de documentos, lo cual se vuelve más eficiente, así como confiable y seguro para los documentos, y ayuda en la entrega oportuna de informes, apoyando la toma de decisiones por parte de la alta dirección. Todo el desarrollo del proyecto se llevó a cabo utilizando las metodologías ágiles Scrum y XP, que se caracterizan por su adaptabilidad y flexibilidad al cambio y permiten al equipo de desarrollo tomar decisiones con anticipación. Estas metodologías también mejoran la satisfacción del cliente a través de la entrega temprana y continua de software. Al utilizar tecnología para la implementación del sistema, utilizamos ASP.NET, Microsoft Visual Studio 2010 y Microsoft SQL Server 2008. El sistema desarrollado consta de varios módulos diferentes: el módulo de Ventas, que gestiona la captura del registro de clientes, la conversión de clientes registrados en beneficiarios y la recopilación de documentación; el módulo de Administración, que maneja el procesamiento y actualiza los archivos; y el módulo de Construcción, que genera la documentación necesaria, respectivamente.

EL trabajo realizado por Kareen Lourdes Chávarry Sánchez y José Luis Sandoval Huarcaya (2023) trata sobre la Transformación Digital en la Gestión Documental en una Institución Pública de Educación Superior Tecnológica: Implementación de un Sistema Web con Metodología XP. El mismo se centra en eliminar la ineficiencia mediante la agilidad en el registro, la búsqueda y el manejo de los procedimientos. Para poder hacer esto, tuvimos que crear e implementar una plataforma basada en la nube construida con una metodología de Programación Extrema (XP).

El proyecto fue menos lineal a su desarrollo y se dieron cuatro fases iterativas y dinámicas que permitieron la continua adaptación: planificación, diseño, codificación y pruebas. Los resultados enfatizan la verdad que la digitalización, si se hace con una buena estrategia, cambia radicalmente las dinámicas institucionales. El despliegue de la plataforma no sólo mejoró la velocidad para encontrar y organizar documentos, sino que, a la vez, liberó parte de la carga en el trabajo del personal, y permitió que los recursos institucionales fueran utilizados mucho mejor.

Este proyecto se beneficia de más que el software en sí, ya que fue desarrollado a través de una metodología ágil y colaborativa para producir un producto final útil. Dado que pudimos alojar la solución en la nube, rompimos las barreras físicas: la información es accesible en cualquier momento y lugar. Esto no solo permite el trabajo virtual y en equipo, sino que también coloca a la institución en una posición para operar cuando algo sale mal que les impide acceder a sus oficinas físicas.

El trabajo realizado por EMERSON LEONARDO ÁLVAREZ BELTRÁN (2017) trata sobre La Gestión Documental Frente Al Reto De Las Tecnologías De La Información Y Comunicación, Como Vía Para Lograr Adentrarse En El Proceso De Innovación Tecnológica De Los Archivos En Colombia. Los resultados anteriores indican que los proyectos de gestión documental no constituyen solo una actividad administrativa, sino un imperativo estratégico para las instituciones. Aunque el Archivo General de la Nación de Colombia (AGN) ha desarrollado una sólida estructura normativa que establece un "deber ser" de los archivos en Colombia, los resultados destacan un gran contraste entre la norma y la práctica. Existe una brecha en la comprensión de que las leyes claras no son suficientes, y en cambio, es necesaria una inversión en la capacitación de las capacidades humanas, quienes ejecutan y dan vida a estos procesos.

En este sentido, las instituciones se enfrentan al desafío de diagnosticar sus necesidades específicas. No se trata solo de obtener papeles o archivos digitales, sino de hacer planes claros para la transición de documentos físicos a digitales. Durante la última década, las herramientas ORFEO y ALFRESCO han demostrado ser grandes activos para fortalecer la gestión. Aunque los altos costos asociados con la implementación de esto también han desalentado su uso generalizado por parte de las entidades, las entidades se ven obligadas a realizar una planificación más ambiciosa que les permita hacer uso de ellas.

Finalmente, es evidente que la gestión documental y la innovación tecnológica se refuerzan mutuamente; la tecnología evoluciona para abordar el problema archivístico y, al hacerlo, reforma la estructura general de la institución. Aunque el nivel de progreso de estas instituciones hacia la digitalización es prometedor, el horizonte también está definido por el desafío de una mejor capacidad de almacenamiento y recuperación oportuna de la información. Finalmente, la construcción de soluciones novedosas no debería, por lo tanto, estar dirigida únicamente a la eficiencia técnica, sino también considerar cuidadosamente la conformidad con la legislación colombiana para preservar la memoria institucional.

4.1 Marco Teórico

La creación de un departamento de ventas efectivo en la empresa “Consul GD”, que se especializa en consultoría en gestión documental, puede beneficiarse enormemente de las ideas y teorías de cuatro grandes figuras de la administración: Frederick Taylor, Henry Fayol, Alfred Marshall y Michael Porter.

Cada uno de ellos ofrece valiosas aportaciones y se pueden incluir en la estrategia comercial que persigue la compañía.

Administración Científica de Frederick Taylor, reconocida como el padre de la administración científica, aportó unos principios que transformaron la forma en que se gestionan las organizaciones. Es un enfoque centrado en la mejora de los procesos y en la eficiencia del trabajo, dos parámetros que son clave para un departamento comercial. A continuación explico lo que a este respecto aporta él:

De esta manera, haces las cosas más eficientes al descomponer el trabajo en tareas específicas. En el caso de "Consul GD", eso implicaría roles claros en el departamento de ventas, como ejecutivos de ventas, analistas de mercado y especialistas en servicio al cliente. Al enfocarse en la especialidad, cada jugador individual puede centrarse en sus propias especializaciones.

Normas de estándares de trabajo profesional: Taylor abogaba la elaboración de métodos de trabajo claramente definidos para cada actividad. Taylor sugirió que los empleados debían ejercer su trabajo de acuerdo con un procedimiento estándar.

Habilidades de ventas: A modo de ejemplo; esto se puede desarrollar en una industria de ventas, por ejemplo, mediante guiones de ventas, seguimiento de ventas y métodos de entrega y métodos de presentación de métodos de entrega de servicios. Los métodos estandarizados permiten que los nuevos empleados aprendan, así como la garantía de calidad en las transacciones con los clientes.

Evaluación de la eficiencia: La evaluación constante de la eficiencia es clave. Los KPI basados en el rendimiento del departamento de ventas permitirán a "Consul GD" tener una

comprensión en tiempo real de cuán efectivo es el equipo de ventas para que las estrategias puedan cambiar rápidamente según lo indiquen los KPI.

Aplicaciones en “Consul GD”

Al aplicar estos principios, “Consul GD” tiene la oportunidad de construir un departamento de ventas que no solo sea eficiente, sino que también se adapte rápidamente a las demandas del mercado. Por ejemplo, al implementar un sistema CRM (gestión de relaciones con clientes), el equipo de ventas podrá gestionar mejor sus interacciones, realizar seguimientos más efectivos y personalizar sus ofertas de servicios.

Henry Fayol, uno de los pioneros en la teoría administrativa, propuso una serie de principios que son igualmente aplicables a la gestión de un departamento de ventas.

Los principios de Fayol identificó 14 principios que abarcan aspectos clave de la administración, y algunos de ellos son especialmente relevantes para un departamento de ventas

División Del Trabajo: Asignar tareas específicas a diferentes miembros del equipo ayuda a aumentar la eficiencia. Esto se relaciona con la especialización que propuso Taylor y es fundamental para la estructura del departamento de ventas.

Autoridad Y Responsabilidad: Es crucial que cada miembro del equipo de ventas comprenda su nivel de autoridad y las responsabilidades que conlleva. Esto no solo promueve un ambiente de trabajo organizado, sino que también empodera a los empleados para que tomen decisiones dentro de su ámbito de competencia.

Unidad De Mando: Cada empleado debe recibir instrucciones de un solo superior. Esto ayuda a evitar confusiones y conflictos en la comunicación. Para “Consul GD”, establecer una jerarquía clara en el departamento de ventas facilitará el flujo de información y la toma de decisiones.

Aplicaciones en “Consul GD”

La aplicación de estos principios supone que Consul GD proporcionará un departamento de ventas que no sólo será más productivo sino que también será más adaptable a los cambios y exigencias del mercado. Por ejemplo, se podría contar con un sistema CRM (Customer Relationship Management) que estuviera parametrizado para que la fuerza de ventas pudiese organizar y optimizar sus interacciones, fortalecer el seguimiento de sus clientes, así como también ofrecer servicios de forma más próxima.

Fayol también destacó la importancia de la comunicación. Un flujo adecuado dentro del departamento de ventas es clave para que todos los miembros estén al tanto de las promociones, cambios en la oferta de servicios y las necesidades del cliente.

En cuanto a Economía y Comportamiento del Consumidor, Alfred Marshall, aunque es más conocido por su trabajo en economía, también ofreció ideas valiosas sobre el comportamiento del consumidor y la dinámica del mercado, que son esenciales para un departamento de ventas.

Oferta y demanda: Marshall manifestaba que el precio y la oferta de un bien son el fruto de la interacción entre la oferta y la demanda. Para "Consul GD", conocer esas interacciones permite ajustar las políticas comerciales y la oferta de servicios a los movimientos del mercado.

Valor percibido: La percepción del valor es clave. Un departamento de ventas debe poder comunicar claramente el valor de los servicios de consultoría que ofrece. Esto no solo implica describir los beneficios funcionales, sino también cómo estos servicios pueden resolver problemas específicos de los clientes.

Competencia y diferenciación Marshall también trató la importancia de la competencia en el mercado. El conocimiento de los competidores, así como el poder diferenciarse de ellos

resulta de vital importancia para atraer la atención del cliente, además "Consul GD" ha de conocer cuáles deben ser sus ventajas competitivas, para luego utilizarlas como una herramienta fundamental dentro de su estrategia de ventas.

Aplicaciones en “Consul GD”

Aplicando el conocimiento de los principios de Marshall, "Consul GD" podrá desarrollar y establecer estrategias de ventas que vayan más allá de ofrecer servicios, sino que se fundamenten en un conocimiento profundo de las necesidades y comportamientos del cliente, dado que la segmentación del mercado permitirá crear propuestas de valor que personalizarán adecuadamente el tipo de ventas a realizar.

Philippe Kotler, es uno de los economistas pioneros en resaltar la importancia de esta disciplina, y sus definiciones de marketing son de las más reconocidas.

Marketing Estratégico: El padre del marketing moderno es Kotler. Su propuesta centrada en el marketing estratégico puede ser uno de los mecanismos más aptos para construir la propuesta de valor de Consul GD, identificar los segmentos de mercado clave y construir las estrategias que respondan a las necesidades de los clientes.

Mejora de la Relación con el Cliente: Kotler, en sus libros señala la importancia que tiene gestionar relaciones con los clientes de forma a largo plazo. Un departamento comercial que implemente sus propuestas podrá abordar la conservación y la satisfacción del cliente utilizando el CRM y las técnicas de personalización.

Análisis de la Competencia Kotler también explica cómo analizar el entorno competitivo. Esto ayudará al departamento de ventas a identificar las oportunidades y amenazas presentes en el entorno, permitiendo así un mejor posicionamiento del producto

Segmentación y Posicionamiento: Su perspectiva sobre la segmentación del mercado y el posicionamiento puede ayudar a establecer las tácticas para cada uno de los segmentos de manera que los esfuerzos de ventas se ejecuten de manera eficiente.

El académico estadounidense **Howard Raiffa** fue nombrado presidente emérito en gestión económica en la escuela de negocios y en la escuela de Gobierno Kennedy de Harvard. Raiffa fue un importante analista en la teoría de decisiones bayesianas y pionero en el análisis de decisiones, así como un importante contribuyente en estadística, en teoría de decisiones, en teoría de juegos y en comportamiento en la toma de decisiones.

En la toma de decisiones es sobre todo conocido por su trabajo en teoría de decisiones y ha tenido un efecto considerable en la toma de decisiones como consecuencia de sus aportaciones a la teoría de decisiones. La manera de pensar que expresa en dicha base podría ser sobre manera útil para su departamento de ventas para cuando analicen estrategias y tácticas en relación con diversos escenarios y otros aspectos que consideran los resultados potenciales.

Raiffa se interesa también por evaluar los BM (Business Models) y tomar decisiones estratégicas, lo cual es muy importante para establecer cómo debe actuar el departamento de ventas en temas como la construcción de canales de venta, la fijación de precios, las estrategias promocionales, etc.

Por otro lado, los principios que Howard Raiffa propone en relación con la toma de decisiones y el análisis de coste-beneficio serán muy útiles a la hora de detectar y elegir las estrategias más adecuadas para el departamento de ventas. Su enfoque en la administración de

incertidumbres permitirá que el equipo se adapte a los cambios del mercado y explote adecuadamente las oportunidades. En conclusión, estos enfoques no solo permiten la creación de un despacho de ventas de un equipo eficiente, sino que a su vez permiten el crecimiento y la competitividad de “Consul GD” en el sector de consultoría de gestión documental.

Michael Porter es uno de los principales referentes del estudio de la estrategia empresarial y de la competitividad. Su mirada está puesta en la idea de que la productividad de una empresa no sólo es resultado de cómo se gestiona el interior de la misma, sino que también depende de las condiciones del sector en el cual compite. En este sentido, el autor plantea el modelo de las Cinco Fuerzas como un instrumento que permite analizar la estructura competitiva de una industria y, con ello, aprender y entender las actividades que van a incidir en la rentabilidad y en la sostenibilidad de las organizaciones

Aplicaciones en “Consul GD”

Rivalidad entre competidores existentes

En la ciudad de Cali, el sector de la consultoría en gestión documental no es sencillo ya que la competencia en este mercado está muy alta y además es muy común coincidir con otras empresas en la propuesta de soluciones similares. Esto significa que el conocimiento técnico, aunque básico, no es suficiente para abrir paso. La empresa, por tanto, debe transformar su manera de relacionarse con el mercado, y aquí el hecho de crear un departamento comercial ya no es un lujo sino que deviene en una necesidad estratégica. Esto no implica solo vender servicios, sino ir tejiendo una narrativa comercial alternativa que posicione la marca sobre el

ruido de la competencia y que permita a los clientes entender el valor de la propuesta desde el primer instante de contacto.

Amenaza de nuevos entrantes

Amenaza de nuevos competidores moderados que ingresan al mercado pueden ofrecer servicios similares como profesionales independientes o pequeñas empresas que solo necesitan una inversión inicial modesta para competir en el mercado. Si Consul GD tiene un departamento de ventas sólido, podrá solidificar su marca, retener a los clientes y crear lazos comerciales duraderos que actúen como una barrera para los nuevos entrantes.

Poder de negociación de los proveedores

Se considera que el poder de negociación de los proveedores es reducido dado el número de herramientas tecnológicas y de servicios que se pueden encontrar en el mercado, lo que permite a Consul GD elegir a los proveedores en función de sus necesidades y de su presupuesto sin que esto implique un efecto importante en el desarrollo de su actividad. Por consiguiente, el verdadero reto estratégico no radica en los proveedores sino en mejorar la gestión comercial para incrementar los ingresos.

Poder de negociación de los clientes

El poder de negociación de los clientes es elevado gracias a la facilidad que tienen para comparar precios y alternativas entre los distintos consultores, lo que exige tener un departamento de ventas muy desarrollado dentro de Consul GD, que sea capaz de transmitir su propuesta de valor de una forma clara, de poner en evidencia que están en cumplimiento con la normativa vigente y de ofrecer un trato que sea lo más cercano y personalizado para generar

confianza y que, de este modo, se minimicen las decisiones que se tomen en función únicamente del precio.

Amenaza de productos o servicios sustitutos

La amenaza que presentan los productos o servicios capaces de sustituir a Consul GD se encuentra en el nivel medio, siendo la gestión documental interna y el uso de un software con fines genéricos, pero sin la existencia de un profesional que fiscalice su aplicación, aquellas herramientas que pueden ser utilizadas como remplazo. Ante ello, el equipo de ventas asume una función eminentemente estratégica ya que, además de comercializar, se hace pedagogía de los peligros implícitos de la infracción de la normativa que exijan los servicios de un consultor jurídico conforme a la normativa. El equipo comercial, al confrontar la autogestión y la atención ofrecida por Consul GD, logra modificar los rasgos técnicos del servicio en una oferta necesaria para la seguridad jurídica de la empresa.

4.2 Marco Conceptual

En el contexto empresarial moderno, contar con una estructura organizativa adecuada que permita gestionar de manera efectiva los recursos y las relaciones con los clientes es esencial para el éxito de cualquier organización. Para la empresa Consul GD, cuyo objetivo es brindar asesoría en gestión documental, la creación de un departamento de ventas no solo es necesaria para mejorar la captación de clientes, sino también para optimizar los procesos comerciales en un mercado cada vez más competitivo.

Este marco conceptual se centra en establecer las bases teóricas y prácticas que sustentan la creación y operación del nuevo departamento de ventas. Los conceptos clave, como la gestión

de relaciones con el cliente (CRM), las estrategias de marketing, y la posicionamiento de servicios en el mercado, forman parte integral de este análisis. Estos términos, junto con otros como ventas consultivas, segmentación de mercado, y personalización del servicio, permiten establecer un enfoque centrado en el cliente y orientado a resultados, alineado con los objetivos estratégicos de Consul GD.

El propósito de este marco conceptual es proporcionar una comprensión clara y precisa de los elementos fundamentales que regirán el desarrollo del departamento de ventas, asegurando que las acciones comerciales estén basadas en un enfoque estructurado y coherente con las necesidades de la empresa y su entorno competitivo.

1. CRM (Customer Relationship Management): Es un sistema que facilita la gestión de las relaciones y la interacción entre una empresa y sus clientes, tanto actuales como potenciales, utilizando datos para fortalecer las relaciones comerciales.

2. Estrategias: Son planes de acción diseñados para alcanzar objetivos específicos. En el ámbito del marketing, se refiere a cómo se posicionarán y promocionarán productos o servicios en el mercado.

3. Posicionar: Se trata de situar un producto o servicio en la mente del consumidor en comparación con la competencia, resaltando sus características y beneficios.

4. Servicios: Es un conjunto de actividades o beneficios que se ofrecen a los clientes, sin que esto implique la propiedad de un bien físico.

5. Mercado: Se refiere al grupo de consumidores o empresas que tienen una necesidad o deseo y están dispuestos a intercambiar recursos para satisfacerlo.

6. Equipo: Es un grupo de personas que colaboran para alcanzar un objetivo común, en este caso, el equipo de ventas.

7. Ventas: Es el proceso de intercambiar bienes o servicios por un precio, que incluye estrategias para convencer a los clientes de realizar la compra.

8. Objetivo: Es una meta específica que se busca alcanzar en un periodo determinado, ya sea en ventas, marketing u otras áreas de la empresa.

9. Justificación Teórica: Es una explicación basada en teorías existentes que respalda la elección de un enfoque o estrategia en un estudio o proyecto.

10. Problema: Es una situación que presenta una dificultad o desafío que necesita una solución, como puede ser una falta de ventas o una mala gestión de clientes.

11. Roles: Son las funciones o responsabilidades asignadas a los miembros de un equipo, que pueden influir en su desempeño y contribución a los objetivos.

12. Marketing: Es un conjunto de actividades destinadas a promover y vender productos o servicios, que incluye investigación de mercado, publicidad y distribución.

13. Describir: Es explicar o detallar las características, funciones o aspectos de un objeto, proceso o fenómeno.

14. Gestión: Es el proceso de planificar, organizar y coordinar recursos y actividades con el fin de alcanzar los objetivos que se han establecido.

15. Documental: Se refiere al conjunto de documentos o materiales que recogen información relevante sobre un tema específico, lo cual resulta útil para la investigación y el análisis.

4.3 Marco Contextual

En la actualidad, tener una buena estructura organizativa adecuada que ayude a manejar bien los recursos y las relaciones con los clientes se vuelve muy importante para que cualquier empresa pueda ser exitosa. Para Consul GD, que se dedica a dar asesoría en gestión documental,

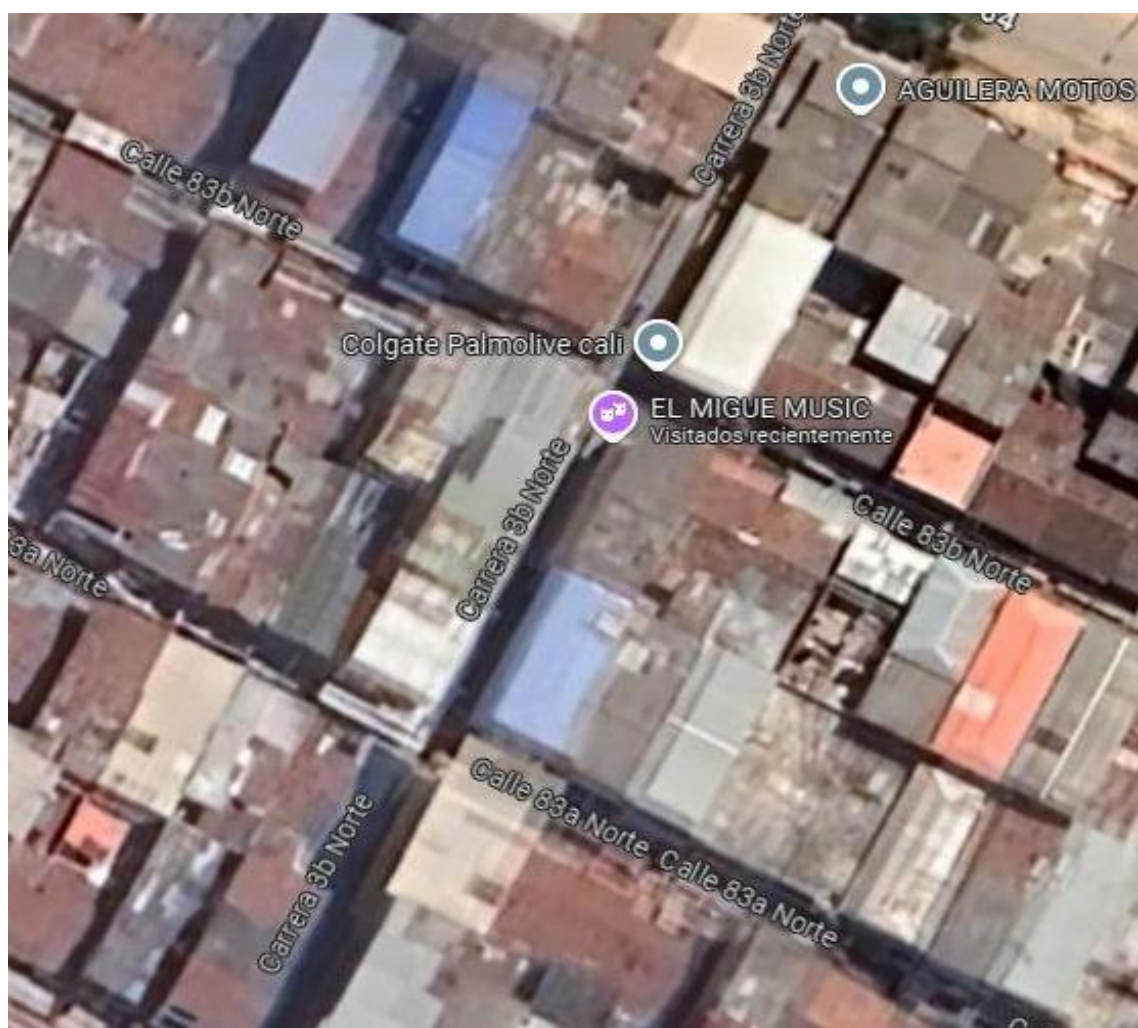
poner un departamento de ventas no solo es clave para conseguir más clientes, sino también para hacer mejor los procesos comerciales en un mercado que cada vez es más competitivo.

Para que el departamento de ventas de Consul GD funcione con éxito, necesitamos un sustento que vaya más allá de la teoría. Este marco conceptual articula pilares como el CRM y el marketing estratégico para transformar la operatividad de la empresa. Mi propuesta aquí es clara: integrar la venta consultiva y la personalización para transitar desde un modelo de ventas convencional hacia uno centrado en el cliente y en la obtención de resultados medibles. De esta forma, cada paso que dé el equipo comercial estará alineado con los objetivos de la organización y las exigencias del mercado actual, garantizando una ejecución con propósito.

La empresa Consul GD se encuentra al norte de Cali, en el barrio Floralia, específicamente en la Calle 83 B # 3 AN 73. Floralia es uno de los barrios más extensos de la comuna 6 y está dividido en cinco etapas. Este sector nació en los años 80 como parte de la Ciudadela Floralia, donde viven personas trabajadoras y solidarias que han formado sus familias a la orilla del río Cauca, en el nororiente de la ciudad.

Los principales corredores viales de la zona son la Carrera 1, conocida como la recta Cali - Palmira, que no cuenta con facilidades para peatones y actúa como una barrera física dentro de la comuna, y la Calle 70, o Autopista Oriental, que tiene cuatro semáforos y un puente peatonal. Sin embargo, las opciones para peatones son bastante limitadas, lo que dificulta la conexión de esta comuna con el resto de la ciudad.

El área abarca 18 barrios, incluyendo algunos tradicionales como López, Calima, Alcázares, Tejares de Salomía, Paso del Comercio y la zona industrial de Yumbo.



Ubicación migue music

4.4 Marco Legal

La empresa Consul GD inició su trayectoria el 28 de febrero del año 2020, con la finalidad de prestar servicios de asesoría en gestión documental, Más allá de cumplir con los requisitos técnicos, nuestra labor se fundamenta en la Ley 594 de 2000 (Ley General de Archivos), buscando que la administración pública y privada en Colombia no solo organice sus documentos, sino que garantice la preservación y el acceso transparente a la información.

Ley 594 de 2000 (Ley General de Archivos): es la columna vertebral de la normativa archivística en Colombia. Esta ley establece los lineamientos generales para la organización y administración de archivos en todas las entidades públicas y privadas que manejen información pública. Entre sus disposiciones más importantes se encuentran: Organización de los archivos, Preservación de documentos y Acceso a la información

El Decreto 1080 de 2015, conocido como el Decreto Único Reglamentario del Sector Cultura, es otra pieza clave de las normas de gestión documental en Colombia el sector cultural colombiano ha logrado estructurar lineamientos clave para la administración de archivos. Lo que resulta más atractivo de esta forma es la atención prestada a la tecnología, en tanto, significa la digitalización y la conservación de documentos electrónicos tal y como establece su normativa. Ellos evidencian que la archivística nacional ha dejado de ser un proceso físico para convertirse en un sistema activo en el que la última tecnología puede responder al momento actual.

Ley 1712 de 2014 (Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional) tiene, una gran incidencia en la gestión de documentos en Colombia, la cita ley, reconoce la posibilidad del derecho de los ciudadanos a consultar la información pública, lo

que hace necesario, que las entidades públicas organicen, conserven y gestionen adecuadamente sus documentos de las entidades públicas de forma que logren un acceso oportuno y efectivo, imponen un conjunto de condiciones necesarias que se centra no solo en un requisito de información por parte del interés público sino también en la salvaguarda de toda información reservada o confidencial. Sin embargo, la ley representa un problema para muchas situaciones, sobre todo por el hecho de que muchas organizaciones no tengan una gestión de documentos suficientes.

Ley 527 de 1999. En Colombia, el punto de partida para la implementación de los medios tecnológicos tiene su beneficio en esta ley en la que se define y reglamenta el uso de mensajes de datos del comercio electrónico, firmas digitales y otras disposiciones, garantizando el acceso a la información y a los trámites administrativos

Decreto 2609 de 2012 el cual se reglamenta el Título V de la Ley 594 de 2000, parcialmente los artículos 58 y 59 de la Ley 1437 de 2011 y se dictan otras disposiciones en materia de Gestión Documental para todas las Entidades del Estado.

Decreto 103 de 2015: por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1712 de 2014 y se dictan otras disposiciones, "por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones"

ISO 15489 es la norma internacional que define cómo deben gestionarse los documentos y registros dentro de una organización. Establece principios claros para su creación, captura, control, uso, retención y eliminación, asegurando que sean auténticos, confiables, íntegros y utilizables durante todo su ciclo de vida.

NTC-ISO 30300:2013 Información Y Documentación. Sistemas De Gestión Para Registros. Fundamentos Y Vocabulario esta norma define términos y definiciones aplicables a

las normas de sgr. También establece los objetivos para el uso de un sgr, brinda los principios para un sgr, describe un enfoque de procesos y especifica los roles de la alta dirección

NTC-ISO 30301:2019 Información y documentación. Sistemas de gestión de registros. Este documento especifica los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión de registros (SGR) para apoyar a una organización en el cumplimiento de sus preceptos, misión, estrategia y objetivos. Trata sobre el desarrollo y la implementación de una política de registros y objetivos y ofrece información sobre la medición y el monitoreo del desempeño

ISO 27001: seguridad de la información aborda riesgos de seguridad, controles, y procedimientos de gestión, asegurando que los documentos importantes, tanto digitales como en papel, estén protegidos contra accesos no autorizados, alteraciones, o pérdidas.

NTC 4095: Norma general para la descripción archivística. Fue ratificada por el consejo directivo en 1999/04/16 para el desarrollo de cualquier tarea de carácter descriptivo, se deben realizar los procesos de clasificación y ordenación teniendo en cuenta los principios básicos de la archivista.

NTC 5397:2005 Materiales para documentos de archivo con soportes en papel. Características de calidad. Establece los parámetros de calidad que deben cumplir los diferentes materiales utilizados en la producción, la manipulación y el almacenamiento de los documentos de archivo con soporte en papel, para garantizar su conservación física y funcional.

NTC 4436:2024 Información y documentación. Papel para documentos de archivo de conservación total. Requisitos para la permanencia y la durabilidad. Esta norma especifica los requisitos para el papel de archivo de conservación total, que es un papel de alta permanencia y alta durabilidad. Se aplica a los papeles sin imprimir, reservados para los documentos y las

publicaciones que se deban mantener permanentemente y usar con frecuencia. Para estos documentos y publicaciones, se requiere un papel de alta durabilidad y permanencia

4.5 Marco Temporal

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal el diseño y la creación de un departamento de ventas eficiente y eficaz para la empresa Consul GD, ubicada en la ciudad de Cali, dedicada a la consultoría en gestión documental. Se dio a cabo en dos periodos de tiempo dependientes del proceso académico en el instituto técnico de comercio “Simón Rodríguez” INTENALCO que dan en:

(Agosto - Noviembre 2024): Dado el inicio al anteproyecto contando con la asesoría del del docente, dando nuestros esfuerzos al solucionar la problemática de ventas de Consul GD. Buscamos que la creación de este nuevo departamento no sea una propuesta teórica, sino una estrategia bien sustentada bajo los criterios técnicos de la formulación de proyectos.

(Agosto - Noviembre 2025): Se da inicio al desarrollarlo de las herramientas, investigaciones, estrategias, metodologías para el logro de mejoramiento para la empresa para culminar y presentar el trabajo de investigación.

5. Diseño Metodológico

5.1 Clase o tipo de investigación

El trabajo realizado se considera un estudio de casos, porque toma como unidad principal de análisis a la empresa Cónsul GD, ubicada en la ciudad de Cali, como el foco principal de estudio. Se examina el área donde se presenta el problema. Es similar a un estudio de caso, porque, como lo plantea Chong Z (2024) Métodos de investigación empresarial: Técnicas esenciales para la toma de decisiones informadas. La investigación empresarial es, en esencia, el soporte estratégico que justifica cualquier decisión correcta. No se trata de únicamente recolectar datos, sino de aplicar las diferentes técnicas para convertir esa información en estrategias claras que permitan cumplir sus objetivos. Si una empresa, en alguna de sus fases, aplica una metodología rigurosa (y ética) puede mejorar la calidad de sus servicios y alcanzar una mejor posición dentro de su mercado. Así, la investigación no es, sino más bien el impulso de una competitividad ajustada y muy bien fundamentada.

Romero-Corro, E. y Contreras-Buelvas, U. (2019). El objetivo de la investigación aplicada en un contexto actual donde el desarrollo social se encuentra en el horizonte de la evolución, podemos afirmar que la educación superior ha pasado de ser un entorno de enseñanza estática a convertirse en un sector que busca activamente su lugar en el propio contexto de mercado. Al hacerlo, surge la necesidad de diseñar una unidad de mercadeo que organice y potencie los esfuerzos institucionales para que fluyan de manera estratégica.

A la hora de realizar la investigación, optamos por una postura cualitativa y un método deductivo que nos permite ver de cerca cómo la carencia de una oficina del marketing produce fracturas de la comunicación. Al poner en comparación la información adquirida, pasamos a una conclusión clara: aunque la acción del marketing digital y tradicional hayan dado sus frutos, esto no será tan eficiente como si se trabaja de una manera coordinada y coherente.

Mireya C, Jennifer M, Miladis Del Carmen S (2018) sostener una empresa recién creada no es tarea fácil; exige estructurar procesos que optimicen el trabajo, especialmente cuando el equipo es pequeño y la presión por generar ingresos es constante. En este trabajo, tras caracterizar a la empresa y evaluar distintas alternativas propuestas por la dirección, se analiza cómo asegurar su permanencia y competitividad. Los resultados son claros: para que MJ Servicios Integrales S.A.S. alcance sus metas estratégicas, la creación de un departamento comercial propio es el camino más viable y efectivo.

Dependiendo de las fuentes de información y del contexto en el que se lleva a cabo, esta búsqueda se basa en observaciones, documentos y bibliografía, incluyendo textos, sitios web, libros y otros recursos.

El control sobre las variables se divide en dos categorías: experimental y no experimental. Al analizar ambas, se concluye que este trabajo es no experimental, ya que, según Kerlinger (1973), Este tipo de diseños puede estudiar poblaciones o grupos más específicos y es conveniente cuando se tiene poblaciones relativamente estáticas. Por otra parte, deben verse con cuidado los efectos que una medición pueda tener sobre mediciones posteriores (recuérdese el efecto de administración de la prueba vista como fuente de invalidación interna en experimentos y cuasi experimentos, sólo que aplicada al contexto no experimental).

Según Chano Ibarra (2011), hay tres tipos de investigación: exploratoria, descriptiva y explicativa. En el caso de Consul GD, se optará por la investigación descriptiva, ya que esta modalidad permite detallar los procesos y eventos relacionados con la gestión documental en los que la empresa está involucrada. Este enfoque es útil para identificar qué aspectos deben medirse y quiénes deben participar en este análisis. La investigación descriptiva es perfecta para entender la situación actual de la empresa y examinar las causas de los problemas detectados, lo que facilitará la propuesta de mejoras concretas.

Para este estudio se realizará un análisis organizacional a partir de diversas fuentes de información documental, tales como informes internos, páginas web, revistas especializadas y entrevistas al personal de la empresa. De este modo, la investigación permitirá obtener resultados claros y relevantes que faciliten una comprensión más precisa de las debilidades y oportunidades de Consul GD, contribuyendo a la formulación de soluciones prácticas, como la incorporación de tecnologías de automatización o la creación de nuevos servicios especializados orientados a sus clientes

En relación con el diseño metodológico, la investigación se desarrollará bajo un enfoque no experimental, dado que no se realizará una manipulación deliberada de las variables, sino que se analizarán las condiciones y dinámicas actuales de Consul GD en un período determinado. Este enfoque facilitará la descripción de los aspectos vinculados a la gestión documental, el desempeño del talento humano y las estrategias comerciales, aportando una perspectiva integral que sirva de apoyo para la toma de decisiones estratégicas

Según el alcance del estudio, se clasifica como una investigación descriptiva. Esto se debe a que los estudios descriptivos tienen como objetivo principal detallar las características, propiedades o comportamientos de un fenómeno, población o situación específica, sin adentrarse

en las relaciones de causa y efecto entre las variables. Este tipo de investigación se utiliza para observar, registrar, analizar e interpretar fenómenos tal como se presentan, ofreciendo una visión clara y completa de su naturaleza.

Los estudios descriptivos son fundamentales para entender las características esenciales de un fenómeno y sirven como un punto de partida para investigaciones más profundas y específicas.

Para abordar el problema planteado, se llevará a cabo un análisis organizacional utilizando fuentes documentales como textos, revistas y sitios web, además de recopilar información de campo en la empresa Consul GD, ubicada en Cali. Este estudio descriptivo permitirá entender el problema, organizar la información y proponer soluciones prácticas para mejorar el área de nóminas, optimizando así el pago a los trabajadores y contribuyendo al funcionamiento eficiente de la organización.

Las fuentes de información necesarias para el objeto de investigación son

Primarias Se llevan a cabo entrevistas con el gerente y algunos miembros del equipo de Consul GD, quienes están en contacto directo con los clientes y tienen un conocimiento profundo de cómo se están manejando actualmente los procesos de ventas y atención. Gracias a sus valiosas contribuciones, se pudieron identificar los principales desafíos que enfrenta la empresa, como la falta de estrategias comerciales bien definidas y la necesidad de fortalecer la gestión del área de ventas para atraer a nuevos clientes.

Secundarias: Se llevan a cabo sugerencias y encuestas de satisfacción dirigidas a nuestros diversos clientes a través de canales digitales. Este tipo de información es clave, ya que nos permitirá diseñar una estrategia más efectiva para abordar el problema. Al considerar las experiencias previas, podremos guiar nuestras decisiones hacia un proceso de mejora continua.

5.2 Método De Investigación

Este trabajo se enmarca dentro de la línea de investigación del programa Técnico Profesional en Procesos Administrativos del Instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez”, enfocándose en el “Mejoramiento de la Productividad en las Organizaciones” y sus sub-líneas de investigación relacionadas con el mejoramiento empresarial.

Técnica de investigación

La investigación de este proyecto se llevará a cabo en la empresa Consul GD, que se encuentra en la ciudad de Cali. Para el desarrollo del objetivo principal de esta investigación se estudiará la creación de un departamento de ventas.

Académicamente el proyecto se encuentra enmarcado dentro del área del conocimiento en Gestión administrativa, y el objeto de estudio de este trabajo es el análisis de la información relacionada con la creación de un departamento de ventas que se implementará en la empresa Consul GD de la ciudad de Cali.

Población Y Muestra De Objeto De Estudio.

Este proyecto propone una mejora en el proceso de la creación de un departamento de ventas en la empresa Consul GD ubicada en Cali, una empresa del sector servicios, que apruebe la realización de un plan de acción, necesario como punto de referencia, para conseguir el

mejoramiento de sus prácticas, administrativas, acarreando beneficios económicos y que al mismo tiempo produzca aumento del valor de la empresa. Con lo anterior, la población a estudiar será la empresa Consul GD, y la muestra que se tomará para realizar el estudio será el área del departamento de ventas de la empresa Consul GD

5.3 Técnicas E Instrumentos

Diagnostico Empresarial

Según Peter Drucker (2005), uno de los grandes referentes en la administración moderna, sus ideas sobre la efectividad empresarial, la toma de decisiones y la gestión de recursos son clave para llevar a cabo un diagnóstico empresarial que busque mejorar el rendimiento general de Consul GD. A través de este diagnóstico, Consul GD podrá identificar las causas raíz de los problemas que enfrenta en la gestión documental y los desafíos que surgen en un mercado cada vez más competitivo. Esto le permitirá enfocar sus esfuerzos en desarrollar medidas más efectivas, optimizar sus procesos y ampliar su gama de servicios. Además, la empresa podrá identificar los obstáculos que limitan la satisfacción de las necesidades de sus clientes y, en consecuencia, diseñar estrategias que le ayuden a crecer, ser más competitiva y cumplir con los requisitos normativos de los sectores que atiende.

Por otro lado, el diagnóstico empresarial le otorga a Consul GD la capacidad de adaptarse a los Constantes cambios tecnológicos y asegurar una posición destacada en el mercado de consultoría en gestión documental. Para sus directivos, es fundamental identificar los problemas específicos que enfrenta la organización, como la diversificación limitada o el bajo nivel de automatización en algunos procesos, y proponer un plan de acción orientado al futuro. Este plan,

basado en un análisis adecuado, contribuirá a mejorar las decisiones estratégicas, aumentar la competitividad empresarial y alcanzar los objetivos organizacionales establecidos.

El diagnóstico empresarial en Consul GD es fundamental para identificar las clases de diagnóstico que mejor se adaptan a su modelo de negocio, como el diagnóstico operativo y estratégico. También es crucial determinar las áreas clave donde se puede optimizar sus servicios. Esto implica un análisis de los procesos internos, los recursos tecnológicos y las habilidades del personal, garantizando que los resultados del diagnóstico se conviertan en acciones efectivas y sostenibles. A continuación, se presentan algunos de los principales aportes de Drucker al diagnóstico empresarial.

La aplicación en el diagnóstico debe evaluar si los esfuerzos de la empresa están realmente alineados con sus objetivos estratégicos a largo plazo. También es importante identificar si hay esfuerzos que son innecesarios o que están mal dirigidos y que necesitan ser corregidos. Para llevar a cabo esto y determinar qué es lo más relevante para la empresa Cónsul GD, se requiere un análisis cuidadoso.

Diagnósticos Integrales

El diagnóstico integral se utiliza con el fin de evaluar de manera global la situación de Consul GD, considerando múltiples variables organizacionales como la estructura administrativa, los procesos internos, la gestión del talento humano, la relación con los clientes y el posicionamiento de la empresa en el mercado. Este tipo de diagnóstico permite identificar cómo la ausencia de un departamento de ventas afecta el crecimiento, la visibilidad y la competitividad de la empresa dentro del sector de la consultoría en gestión documental.

A través de este enfoque integral, se analizan las condiciones actuales de la empresa para establecer una base sólida que respalde la propuesta de creación del departamento de ventas, alineándolo con los objetivos estratégicos y la visión organizacional de Consul GD.

Diagnósticos Específicos

De manera complementaria, se emplea el diagnóstico específico, el cual se centra directamente en el área de ventas y comercialización de Consul GD. Este diagnóstico permite examinar aspectos puntuales como la captación de clientes, la inexistencia de procesos comerciales definidos, el seguimiento a clientes potenciales, la ausencia de indicadores de desempeño y la falta de estrategias de posicionamiento en el mercado.

El diagnóstico específico facilita la identificación precisa de las falencias operativas del proceso comercial, proporcionando información clave para diseñar estrategias estandarizadas que optimicen la gestión de ventas y fortalezcan la relación con los clientes

Estados financieros:

Analiza indicadores clave como el margen de utilidad, la liquidez y la rotación de activos.

Evalúa si los recursos financieros se están utilizando de manera eficiente.

Gestión de inventarios:

Implementa controles más estrictos sobre los niveles de inventario para evitar costos innecesarios. Incorpora herramientas digitales para monitorear las entradas y salidas de productos.

Productividad:

Mide el rendimiento del personal a través de KPIs (indicadores clave de desempeño).

Identifica cuellos de botella en los procesos internos y sugiere soluciones.

Red de ventas:

Analiza el comportamiento de los clientes, segmenta mercados y fortalece la relación con ellos. Identifica los productos más rentables y optimiza los esfuerzos de comercialización.

Evaluación

La evaluación constituye una etapa fundamental dentro de la técnica utilizada, ya que permite establecer criterios para medir la situación actual de la empresa en relación con el área de ventas. En esta fase se analizan variables como el comportamiento de los clientes, la calidad del servicio ofrecido, los procesos administrativos relacionados con la comercialización y el desempeño general de la empresa frente a sus objetivos comerciales.

Esta evaluación se apoya en la información recolectada mediante entrevistas, revisión documental y observación directa, lo cual permite obtener una apreciación real y objetiva del estado actual de Consul GD.

Consumidores:

Llevar a cabo encuestas de satisfacción y analizar las necesidades de los usuarios para mejorar nuestros servicios.

Crear estrategias que ayuden a mantener a nuestros clientes actuales y atraer a nuevos.

Calidad:

Establecer estándares de calidad para los productos y servicios que ofrece Consul GD.

Utilizar herramientas como el ciclo PHVA (Planear-Hacer-Verificar-Actuar) para fomentar una mejora continua.

Compras:

Revisar la relación con los proveedores para obtener mejores condiciones.

Optimizar el proceso de adquisición de materiales o servicios.

Finanzas:

Crear proyecciones financieras que nos ayuden a prever riesgos.

Definir presupuestos claros para mantener a raya los gastos innecesarios.

Producción (o procesos internos):

Mejora la eficiencia operativa al reducir el desperdicio. Implementa tecnologías que faciliten la automatización de tareas repetitivas.

En esta etapa se desarrolla una visión detallada del área de ventas, enfocándose en la recopilación de información específica sobre los procesos comerciales existentes y las prácticas informales que actualmente se aplican en la empresa. Para ello, se utilizan herramientas como entrevistas al gerente y a los colaboradores, análisis de documentos internos y revisión de la interacción con los clientes.

Esta visión concreta permite comprender de manera profunda las dinámicas comerciales de Consul GD y evidenciar la necesidad de estructurar formalmente un departamento de ventas que contribuya al crecimiento y sostenibilidad de la empresa.

El diagnóstico empresarial realizado para Consul GD permitió identificar las principales fortalezas y debilidades en sus procesos de gestión documental. Con un enfoque descriptivo y no experimental, se detectaron oportunidades para mejorar sus servicios y responder de manera más efectiva a las necesidades de sus clientes. Implementar estrategias basadas en los hallazgos

ayudará a superar los desafíos actuales, como la automatización limitada y la falta de diversificación en su oferta, lo que mejorará su competitividad en el mercado.

Finalmente, se procesan y analizan los resultados obtenidos a lo largo del diagnóstico empresarial, con el fin de identificar las causas que han limitado el desarrollo comercial de Consul GD. Las conclusiones permiten determinar los principales factores que justifican la creación de un departamento de ventas, así como las acciones necesarias para optimizar los procesos comerciales.

De esta manera, la técnica utilizada en el presente trabajo contribuye de forma directa al logro de los objetivos planteados, proporcionando una base sólida para la formulación de un plan de mejoramiento que fortalezca la gestión comercial y el crecimiento sostenible de la empresa Consul GD.

5.3.1 . El Análisis de procesos.

El análisis de procesos en Consul GD se enfoca en identificar y evaluar las actividades relacionadas con la prestación de servicios de consultoría en gestión documental, buscando mejorar su eficiencia y adaptabilidad al mercado actual.

Las prioridades de Consul GD deben centrarse en potenciar el uso de herramientas digitales para optimizar la gestión documental. Esto no solo ayudará a satisfacer a los clientes, sino que también fortalecerá la personalización de los servicios, permitiendo mantener relaciones sólidas con los clientes actuales y atraer a nuevos. Además, es crucial cumplir con las normativas, asegurando que todas las soluciones ofrecidas estén alineadas con la legislación nacional e internacional en gestión documental.

Consul GD opera en un mercado dinámico y competitivo, donde su público objetivo son empresas que necesitan consultoría para optimizar la gestión y organización de sus documentos. Existe una dependencia del mercado local y una necesidad de diferenciarse de los competidores. Con la creciente digitalización en todos los sectores, la demanda de servicios especializados como los que ofrece la empresa está en aumento, lo que representa una gran oportunidad.

El alcance de las estrategias y procesos que se han definido para Consul GD debe:

- Incluir a todos los niveles de la organización, desde la alta gerencia hasta el personal operativo.
- Estar dirigido tanto a los clientes actuales como a los potenciales en los mercados nacionales y regionales.
- Abarcar tanto la mejora de los servicios existentes como la incorporación de nuevas tecnologías.

El enfoque que debe adoptar la empresa CONSUL GD es una estructura lógica que comience con un diagnóstico inicial, utilizando herramientas como el análisis FODA y entrevistas con el personal para detectar áreas que necesitan mejora. Es fundamental comparar sus servicios con los estándares de empresas líderes en gestión documental y diseñar un plan estratégico que se base en prioridades clave. Además, es importante implementar KPIs (indicadores clave de desempeño) para evaluar el progreso y ajustar las estrategias según sea necesario.

El Equipo Debe Estar Compuesto Por:

Líder de proyecto: Su tarea principal es coordinar todas las actividades y asegurarse de que las estrategias estén en sintonía con los objetivos de la empresa.

Especialistas En Gestión Documental: Son los encargados de implementar mejoras tecnológicas y procesos innovadores que optimicen el trabajo.

Analistas De Mercado: Su función es identificar nuevas oportunidades de negocio y detectar tendencias emergentes.

Personal Operativo: Se centran en llevar a cabo tareas específicas relacionadas con la digitalización, el almacenamiento y el soporte a los clientes.

5.3.2 Procedimientos

A continuación, vamos a detallar cómo se llevará a cabo el proceso para alcanzar los resultados esperados, siguiendo cada uno de los objetivos establecidos en el capítulo dos de este proyecto.

5.3.3 Fases del diagnóstico en la empresa Consul GD.

El diagnóstico empresarial de Consul GD se llevará a cabo de la siguiente manera:

1 Se examinarán las diversas deficiencias que están surgiendo dentro de la empresa, identificando tanto amenazas como debilidades.

Amenazas: Competencia agresiva, cambios en la regulación o leyes, condiciones económicas desfavorables, avances tecnológicos de los competidores, crisis de reputación o imagen, y cambios en las preferencias de los clientes.

Debilidades: Falta de diferenciación en los servicios, dependencia de un número limitado de clientes, procesos internos ineficientes, presencia digital o de marketing limitada, falta de enfoque en la atención al cliente, y poca flexibilidad en la oferta de servicios.

2. Se analizarán las relaciones de causa y efecto dentro de la empresa.
3. Se identificarán las posibles causas de los problemas que enfrenta la empresa.

5.3.4 Pasos para estudio de procesos de la empresa Cónsul Gd.

Es fundamental realizar una revisión exhaustiva para identificar los procesos que CONSUL GD está implementando actualmente y diagnosticar las acciones que requieren mejoras para optimizar la eficiencia y la calidad dentro de la empresa.

Al identificar las áreas problemáticas, podemos proponer soluciones efectivas y garantizar que los cambios que implementemos sean sostenibles. Por ejemplo, en el departamento de ventas, nos centraremos en la creación de un equipo de ventas especializado. Asimismo, en atención al cliente, trabajaremos para brindar el apoyo necesario y mejorar la prestación de nuestros servicios.

5.3.5 Pasos para calcular los costos de la propuesta.

El análisis de los costos y beneficios para implementar la propuesta de crear un departamento de ventas en la empresa Cónsul GD se llevará a cabo de la siguiente manera:

- **Costos laborales internos:** Recopilar información actualizada sobre los empleados, incluyendo salarios, horas trabajadas, bonificaciones y comisiones.

- **Investigar los materiales para el proyecto:** Estimar los costos de herramientas y materiales necesarios para calcular el gasto que se requerirá para adquirir y utilizar los recursos físicos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

- **Establecer un colchón financiero:** Incluir un porcentaje adicional en el cálculo de la nómina para cubrir imprevistos, como un 5-10% sobre el total de los costos laborales.

- **Monitorear el consumo del presupuesto:** Realizar un seguimiento constante de los costos reales en comparación con el presupuesto y ajustar las proyecciones para los meses siguientes.

6. Reseña Histórica Empresarial

Consul GD nació en Cali el 28 de febrero de 2020, con la misión de ofrecer soluciones efectivas en gestión documental para empresas de diversos sectores. Al principio, la empresa contaba con un equipo pequeño, enfocado principalmente en la asesoría y organización de archivos físicos. Con el tiempo, comenzaron a incorporar herramientas digitales para modernizar los procesos documentales de sus clientes.

Hoy en día, Consul GD sigue comprometida con la mejora continua, combinando la experiencia en el manejo tradicional de archivos con la implementación de soluciones tecnológicas avanzadas. Esto les ha permitido ampliar su portafolio y ofrecer servicios eficientes a empresas de diferentes sectores.

Consul GD opera desde su sede en la Calle 83B #3AN-73, en el barrio Floralia, al norte de Cali, manteniendo su esencia y cercanía con los clientes que la han visto crecer. Los fundadores de la empresa son Néstor Daniel Zapata Yanten, originario de Cali, y Luis Miguel Angulo Gómez, quien proviene del departamento del Cauca pero ha vivido más de 30 años en Cali, aportando su experiencia y dedicación al crecimiento de la organización.

6.1 Tipo de empresa – Constitución

Tipo de empresa: Comercial

Constitución: CONSULTORIA EN GESTION DOCUMENTAL S.A.S.

Sigla: CONSULGD S.A.S

CAMARA DE COMERCIO



Cámara de Comercio de Cali
 CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL
 Fecha expedición: 14/08/2020 11:38:37 am

Recibo No. 7719876, Valor: \$6.100

CODIGO DE VERIFICACIÓN: 082092YA88

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccc.org.co y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario, contados a partir de la fecha de su expedición.

CON FUNDAMENTO EN LA MATRÍCULA E INSCRIPCIONES EFECTUADAS EN EL REGISTRO MERCANTIL, LA CÁMARA DE COMERCIO CERTIFICA:

NOMBRE, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO

Razón social:CONSULTORIA EN GESTION DOCUMENTAL S.A.S.
 Sigla:CONSULGD S.A.S
 Nit.:901372287-0
 Domicilio principal:Cali

MATRÍCULA

Matrícula No.: 1078956-16
 Fecha de matrícula en esta Cámara : 02 de marzo de 2020
 Grupo NIIF:Grupo 3

UBICACIÓN

Dirección del domicilio principal: CL 83 B 3 A N 73
 Municipio:Cali-Valle
 Correo electrónico:daniel.nds1991@gmail.com
 Teléfono comercial 1:3126781360
 Teléfono comercial 2:No reportó
 Teléfono comercial 3:No reportó

Dirección para notificación judicial:CL 83 B 3 A N 73
 Municipio:Cali-Valle
 Correo electrónico de notificación:daniel.nds1991@gmail.com
 Teléfono para notificación 1:3126781360
 Teléfono para notificación 2:No reportó
 Teléfono para notificación 3:No reportó

La persona jurídica CONSULTORIA EN GESTION DOCUMENTAL S.A.S. SI autorizó para recibir notificaciones personales a través de correo electrónico, de conformidad con lo establecido en el artículo 67 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

6.2 Capital social

El capital social se fijó a una inversión de CINCO MILLONES DE PESOS (\$ 5.000.000). Dicho capital social está dividido entre sus 5 accionistas.

6.3 Objeto social

Consul GD se especializa en ofrecer soluciones completas para la gestión documental, enfocándose en mejorar los procesos de organización, conservación y acceso a la información dentro de las empresas.

La empresa se dedica a las siguientes actividades como parte de su objeto social:

- Consultoría y asesoría en gestión documental
- Implementación de sistemas de gestión documental
- Capacitación y formación
- Asesoría para el cumplimiento normativo
- Consultoría en seguridad de la información
- Servicios de digitalización.

6.4 Misión y Visión empresarial

Misión

En Consul GD, nos dedicamos a ofrecer soluciones completas en gestión documental, ayudando a las organizaciones a mejorar sus procesos de archivo, digitalización y cumplimiento normativo.

Visión

Ser la empresa líder en consultoría de gestión documental, reconocida por su innovación, calidad y eficiencia en la implementación de soluciones que mejoran la gestión de la información en organizaciones de diferentes sectores.

6.5 Políticas de empresa

Política de Calidad: En Consul GD, nos comprometemos a ofrecer servicios de consultoría en gestión documental que se alineen con las normas nacionales e internacionales vigentes.

Política de Servicio al Cliente: En Consul GD, nos esforzamos por brindar una atención oportuna, transparente y personalizada, siempre enfocándonos en la satisfacción y fidelización de nuestros clientes.

Política de Cumplimiento Normativo: En Consul GD, garantizamos que todas nuestras operaciones se llevan a cabo en estricto cumplimiento de la Ley 594 de 2000, el Decreto 2578 de 2012, la Ley 1581 de 2012, la Ley 1712 de 2014 y otras normativas relacionadas.

Política de Responsabilidad Social y Ambiental: En Consul GD, adoptamos prácticas sostenibles que fomentan la digitalización y la reducción del uso de papel, todo en beneficio del medio ambiente.

Política de Confidencialidad: En Consul GD, tratamos toda la información a la que accedemos durante el desarrollo de nuestros servicios con la máxima confidencialidad, protegiendo así los intereses y la seguridad de nuestros clientes.

6.6 Estructura empresarial – Áreas funcionales

La empresa no cuenta con una estructura empresarial

6.7 Portafolio de productos

- Organización y clasificación de documentos
- Digitalización y preservación de documentos
- Asesoramiento en cumplimiento normativo
- Eliminación y depuración de documentos
- Seguridad de la información y protección de datos

6.8 Mercado

Consul GD está en el negocio de la gestión documental, brindando soluciones a empresas del sector público, privado, personas naturales o entidades que necesiten mejorar el manejo de su información, asegurando el cumplimiento normativo, la eficiencia operativa y la transformación digital.

6.9 Evolución financiera

No tiene una evolución financiera significativa, pero la creación de un departamento de ventas le permitiría diversificar sus servicios de consultoría y ampliar su portafolio de clientes, lo que ayudaría a mejorar su estabilidad económica. Consul GD debe replantear sus estrategias de negocio para aumentar sus ingresos, enfocándose en la captación de nuevos clientes y en la promoción de sus servicios mediante estrategias de ventas y marketing digital. En cuanto a los activos, la empresa cuenta con recursos básicos para el desarrollo de sus actividades como equipos tecnológicos materiales de oficina y herramientas digitales. Es necesario fortalecer la inversión en herramientas comerciales y capacitación del personal para que el nuevo departamento de ventas pueda operar con eficacia y generar resultados sostenibles a largo plazo.

EVALUACIÓN FINANCIERA

INFORMACION FINANCIERA										
En los términos de la Ley, debe tomarse del balance de apertura o de los Estados Financieros con corte a 31 de diciembre del año anterior. Expresar las cifras en pesos colombianos. Datos sin decimales.										
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA				ESTADO DE RESULTADOS						
Activo Corriente	\$	5.000.000,00	Pasivo Corriente	\$	0,00					
Activo No Corriente	\$	0,00	Pasivo No Corriente	\$	0,00					
Activo Total	\$	5.000.000,00	Pasivo Total	\$	0,00					
			Patrimonio Neto	\$	5.000.000,00					
			Pasivo + Patrimonio	\$	5.000.000,00					
			Balance Social(*)	\$	0,00					
			(*) Solo si es Entidad sin Ánimo de Lucro							
				Ingresos Actividad Ordinaria	\$ 0,00					
				Otros Ingresos	\$ 0,00					
				Costo de Ventas	\$ 0,00					
				Gastos Operacionales	\$ 0,00					
				Otros Gastos	\$ 0,00					
				Gastos por Impuestos	\$ 0,00					
				Utilidad / Pérdida Operacional	\$ 0,00					
				Resultado del Período	\$ 0,00					
(Revisar las instrucciones del formulario RUES)				Grupo NIIF	3					
COMPOSICIÓN DEL CAPITAL EN CASO DE PERSONAS JURÍDICAS				1. NACIONAL	1.1 PÚBLICO	0	%	1.2 PRIVADO	100	%
				2. EXTRANJERO	2.1 PÚBLICO	0	%	2.2 PRIVADO	0	%
INDIQUE EL PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN EL CAPITAL SOCIAL				0	%					

Esta es la información financiera de la empresa, no hay más información ya que no hay movimiento contable que se pueda reflejar a nivel financiero.

La situación de la empresa está en reorganización actualmente y por ahora tenemos el patrimonio por eso se está generando la creación de un departamento de ventas.

7. Análisis De La Situación Actual De La Empresa

En la actualidad, la empresa Consul GD se encuentra en una etapa de desarrollo en la que ha logrado consolidar su conocimiento técnico y su experiencia en el campo de la gestión documental; sin embargo, este crecimiento no ha sido acompañado por una estructura comercial que le permita expandirse de manera organizada y sostenible en el mercado. La empresa ha demostrado contar con un alto nivel de cumplimiento normativo y una propuesta de valor clara enfocada en la asesoría documental, pero presenta debilidades importantes en la forma en que comercializa sus servicios.

Uno de los principales aspectos que caracteriza la situación actual de Consul GD es la ausencia de un departamento de ventas formalmente establecido. Las actividades comerciales se realizan de manera empírica y no estructurada, lo que genera una dependencia significativa de los clientes actuales y de las recomendaciones de boca en boca. Aunque este tipo de crecimiento refleja la calidad del servicio prestado, también limita la capacidad de la empresa para acceder a nuevos mercados, atraer clientes potenciales y posicionarse de manera más sólida frente a la competencia.

Asimismo, la empresa no cuenta con procesos definidos para la captación, seguimiento y cierre de clientes. No existen estrategias claras de prospección comercial, segmentación del mercado ni herramientas que permitan hacer un control efectivo de las oportunidades de venta. Esta situación provoca que muchas posibilidades de negocio no se aprovechen adecuadamente, afectando el crecimiento económico y la estabilidad financiera de la organización.

En cuanto al entorno externo, Consul GD opera en un sector altamente competitivo, especialmente en la ciudad de Cali, donde existen múltiples empresas y consultores independientes que ofrecen servicios similares de gestión documental. En este contexto, los clientes tienen un alto poder de negociación, ya que pueden comparar fácilmente precios y propuestas, lo que obliga a las empresas a diferenciarse no solo por el costo, sino por el valor agregado, la confianza y la calidad del servicio. No obstante, al no contar con una estrategia comercial clara, Consul GD enfrenta dificultades para comunicar de manera efectiva sus ventajas competitivas y su experiencia en el cumplimiento normativo.

Desde el punto de vista organizacional, la empresa presenta una estructura administrativa básica, sin áreas funcionales claramente definidas, lo cual impacta directamente en la eficiencia de sus procesos internos. La falta de indicadores de desempeño, especialmente en el ámbito comercial, impide evaluar los resultados de las acciones realizadas y tomar decisiones estratégicas basadas en información confiable. Esta situación genera una gestión reactiva en lugar de preventiva, dificultando la planificación a mediano y largo plazo.

En el aspecto financiero, Consul GD se encuentra en un proceso de reorganización, con recursos limitados y sin una evolución financiera significativa registrada. Sin embargo, esta condición también representa una oportunidad, ya que la creación de un departamento de ventas permitiría diversificar el portafolio de clientes, aumentar los ingresos y fortalecer la sostenibilidad económica de la empresa. Para ello, resulta necesario invertir en herramientas comerciales, capacitación del personal y estrategias de marketing que respalden el crecimiento esperado.

7.1 Análisis del sector

Realizando el debido análisis del sector donde se encuentra ubicada la empresa CONSUL GD ubicada en la ciudad de Cali, se considera alta ya que operan numerosas empresas y consultores que ofrecen servicios similares. Dada que las ofertas son parecidas, la competencia se basa en la calidad del servicio, la rapidez de atención, la confianza y la experiencia que cada proveedor transmite al cliente.

Algunas empresas competidoras de Consul GD en Cali o con alcance nacional:

- G Y G Gestión Documental y Archivo Ltda: Empresa con sede en Cali.

Se dedica a consultoría de gestión documental y archivo.

- GESIVA S.A.S, Consultores en gestión documental, archivística y consultoría de proyectos con oficina en Cali: Ofrecen soluciones tanto para procesos archivísticos como para software de gestión documental.
- Consultoría en Gestión Documental S.A.S. Empresa registrada en Cali: Su actividad principal es consultoría de gestión.
- Tecno documental. Empresa especializada en procesos de gestión documental física y electrónica para empresas públicas y privadas: Plan Institucional de Archivos (PINAR), Programa de Gestión Documental (PGD), Cuadros de Clasificación de Documentos (CCD), Tablas de Retención y/o Valoración Documental (TRD – TVD), Inventarios Documentales (FUID)
- Aurea S.A.S: Ofrece servicios de digitalización, asesoría archivística, outsourcing documental, Desarrollamos SIMAD, software para la Gestión Documental
- Transarchivos Ltda. Empresa con amplia trayectoria (desde 1983) en administración de archivos y custodia documental: Organizar tus documentos con Tablas de Retención Documental (TRD) y Tablas de Valoración

Documental (TVD), Digitalizar y microfilmear tus archivos para mayor agilidad y protección, Custodiar de forma segura tus documentos físicos y digitales, incluyendo almacenamiento en la nube.

- PGDI Colombia (Proyecto Gestión Documental Integral) Consultora especializada en gestión documental integral, con énfasis en asesorías, digitalización y consultoría archivística. Atienden tanto entidades públicas como privadas con necesidades documentales complejas.

7.1.1 Análisis sectorial de Michael Porter

Las cinco fuerzas de Porter se apoyan en la idea de que a partir de unas condiciones iniciales se van a desplegar una serie de fuerzas que determinarán la forma final del entorno competitivo, pues las cinco fuerzas de Porter nos van a permitir analizar la posición que una empresa ocupa en su mercado y conseguir detectar y anticipar tendencias del mismo. Por ello el presente artículo explica en qué consiste este modelo analítico y cómo poder utilizarlo a partir de una serie de preguntas que van a ayudar a su comprensión y utilizarlo de forma práctica y sencilla.



Rivalidad Entre Competidores Existentes (Alto):

En Cali y en el país existen varias empresas y consultores que ofrecen servicios de gestión documental, digitalización y archivo. Esto hace que la competencia sea fuerte, ya que muchos ofrecen precios similares y servicios parecidos. En este caso, la diferencia radica en la calidad del servicio, la experiencia y la confianza que logren transmitir a los clientes.

Alto Porque: En Cali y en el país existen numerosas empresas y consultores que ofrecen servicios de gestión documental, digitalización y archivo, lo que genera una competencia fuerte. Muchos de estos competidores manejan precios similares y servicios parecidos, por lo que la diferencia se basa en la calidad, la rapidez, la confianza y la experiencia que logren transmitir a los clientes. Esta situación hace que el mercado sea altamente competitivo.

Amenaza De Nuevos Competidores (Medio-Alto):

No es tan difícil que nuevas empresas entren a este sector, porque solo se requieren conocimientos básicos en organización documental y manejo de herramientas digitales. Además, la digitalización es cada vez más demandada, lo que motiva a que más emprendedores o pequeñas empresas se animen a ofrecer este tipo de servicios.

Alto Porque: El sector de la gestión documental no exige una inversión inicial muy alta ni conocimientos altamente especializados, lo que facilita el ingreso de nuevas empresas. Además, el aumento de la demanda de servicios de digitalización impulsa a nuevos emprendedores a incursionar en este campo. Esto eleva la posibilidad de que surjan competidores adicionales, aunque el mercado ya presente cierto grado de saturación.

Poder De Negociación De Los Clientes (Alto):

Los clientes, tanto empresas privadas como entidades públicas, tienen un alto poder de negociación, ya que pueden comparar precios, exigir calidad y seleccionar entre diversas opciones. En licitaciones o contratos públicos, el precio y la experiencia comprobable suelen ser los factores más determinantes

Alto Porque: Los clientes tienen un alto poder de negociación porque existen diversas opciones en el mercado, tanto en el sector privado como en el público. Pueden comparar precios, calidad y tiempos de entrega, lo que obliga a las empresas a ofrecer condiciones atractivas. En

procesos de licitación o contratación pública, el precio y la experiencia comprobable son factores decisivos, lo que incrementa la influencia de los clientes sobre las condiciones del servicio.

Poder De Negociación De Los Proveedores (Medio):

Los proveedores en este sector son principalmente distribuidores de software, escáneres y equipos de digitalización o almacenamiento. Existen varias marcas y alternativas en el mercado, lo que permite cierta libertad de elección. Sin embargo, cuando se trata de herramientas especializadas o licencias exclusivas, el poder de los proveedores tiende a aumentar.

Medio Porque: Los proveedores de este sector ofrecen software, equipos de digitalización, servidores y servicios de almacenamiento en la nube. Existen múltiples alternativas disponibles, lo que da cierta libertad a las empresas para elegir. Sin embargo, cuando se requieren tecnologías especializadas o licencias exclusivas, los proveedores adquieren mayor poder al controlar los costos o el acceso al soporte técnico. Por ello, el nivel de poder se considera medio.

Amenaza De Productos Sustitutos (Medio):

La principal amenaza proviene de los sistemas de gestión documental internos que algunas grandes empresas desarrollan de manera propia, reduciendo la necesidad de contratar servicios externos. También existen alternativas como Google Drive, OneDrive o Dropbox, que aunque no son tan completas, muchas organizaciones las utilizan para organizar sus documentos de forma económica.

Medio Porque: Algunas empresas optan por desarrollar sus propios sistemas internos de gestión documental, lo que reduce la necesidad de contratar servicios externos. Además, existen herramientas en la nube como Google Drive u OneDrive que, aunque no cumplen con todos los requisitos técnicos o normativos, pueden ser usadas por pequeñas organizaciones para organizar documentos. Estas alternativas representan una amenaza moderada, ya que no sustituyen completamente los servicios especializados.

7.2 Competencias

Consul Gd se encuentra ubicado en la Calle 83B #3AN-73, en el barrio Floralia, al norte de Cali donde se encuentra un competidor en la zona más cercana en la dirección Cra. 3 Nte. # 38-70, COMUNA 4, Cali, Valle del Cauca Servicios De Gestion Documental Y Logistica Yeray S A S. Esta empresa se dedica a Actividades de bibliotecas y archivos. **(En los resultados en la búsqueda no detallan los servicios específicos de la empresa Yeray).** ConsulGd no tiene mucha participación en el mercado, ya que no cuenta con una participación en el mercado dado a que no ha habido un movimiento estratégico de marketing.

7.3 El mercado actual - participación en el mercado

Consul Gd es una empresa de gestión documental el cual brinda sus servicios de consultoría y diagnóstico, digitalización, organización de archivos, asesoría en cumplimiento y normas. Pero en la participación dentro del mercado cuenta con un 10% ya que no es una

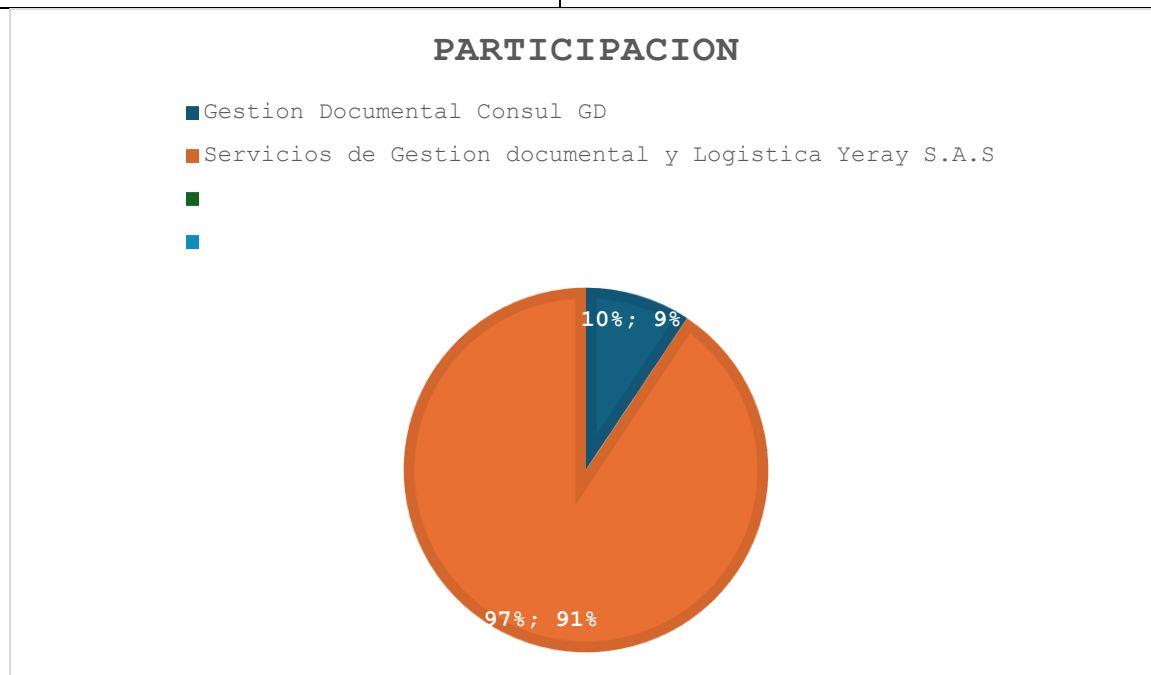
empresa reconocida actualmente. Considerando que la suma de empresa competidora Gestión Documental y Logística Yeray S.A.S cuenta con un 90% siendo una participación en el mercado en la ciudad de Cali.

EMPRESA PARTICIPACIÓN

Consultoría en Gestión Documental S.A.S. 10%

Servicios de Gestión Documental y Logística Yeray S.A.S 90%

EMPRESA	PARTICIPACION
Gestión Documental Consul GD	10%
Servicios de Gestión documental y Logística Yeray S.A.S	90%



En el grafico podemos analizar que en el sector más cercano Carrera 3 Nte 38 70, Cali, Valle es la empresa Gestión Documental y Logística Yeray S.A.S lidera con un 90% lo que nos indica que el mercado está altamente concentrado en un solo jugador. Para Empresa Gestión

documental Consul GD con un 10%. Se observa claramente que, para lograr una variación significativa en estos resultados, sería necesario implementar una estrategia intensiva de captación, dado que en la actualidad Yeray S.A.S concentra prácticamente la totalidad de la demanda representada en el gráfico.

7.4 Estrategias de mercadeo y ventas

Como estrategias para el posicionamiento en el mercadeo para la empresa CONSULGD es implementar un nuevo servicio con una cobertura mayor relacionados con los servicios ofertados utilizando las redes sociales, páginas web, recomendaciones (el voz a voz) favorece la atracción de nuevos clientes, WhatsApp es otra herramienta potencial ya que permite dar una mejor atención al cliente y exponer el portafolio de las consultorías que brinda la empresa. Como también su estabilidad dentro del mercado.



7.5 Matriz DOFA Análisis interno y externo de la empresa

MATRIZ DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Consul GD	1. Portfolio de servicios amplio y especializado en gestión documental: consultoría, digitalización, clasificación, depuración, conservación, asesoría normativa y seguridad de la información. 2. Conocimiento técnico en normatividad documental y procesos de archivo. 3. . Flexibilidad operativa, adaptándose a las necesidades específicas de cada cliente. 4. Atención personalizada, lo que genera confianza y fidelización. 5. Capacidad para ofrecer servicios virtuales y presenciales según la necesidad del cliente.	1. La empresa no cuenta con un departamento de ventas formal ni procesos comerciales definidos. 2. Baja visibilidad en el mercado, escasa presencia digital y poca promoción del portafolio. 3. Poca experiencia en licitaciones públicas y en negociación de contratos. 4. Dependencia de pocos clientes, lo que limita el flujo de ingresos. 5. Recursos limitados para inversión en tecnología avanzada y personal comercial.

OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
1. Aumento en la demanda de digitalización y gestión documental en empresas públicas y privadas. 2. Tendencia nacional hacia la transformación digital que exige mejorar procesos documentales. 3. Posibilidad de establecer alianzas estratégicas con instituciones educativas, municipales y empresas privadas. 4. Nuevas normativas que exigen cumplimiento	F1-O3. Posicionar el portafolio especializado como solución integral para empresas en procesos de transformación digital. F2-O4. Aprovechar el conocimiento técnico para ofrecer capacitaciones, asesorías y auditorías externas. F3-O5. Crear alianzas con entidades públicas y privadas basadas en la calidad del servicio.	D1-O2. Crear un Departamento de Ventas con funciones de prospección, seguimiento y cierre comercial. D2-O4. Implementar campañas de marketing digital y redes sociales para aumentar visibilidad. D4-O3. Capacitar al personal en licitaciones públicas y contratación estatal.

archivístico, creando más demanda de asesoría. 5. Crecimiento del mercado de outsourcing documental (tercerización).		
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
1. Alta competencia local. 2. Nuevos competidores frecuentes. 3. . Clientes con alto poder de negociación. 4. . Sustitutos tecnológicos. 5. . Cambios en políticas de contratación.	F4-A2. Utilizar la calidad técnica y la atención personalizada para diferenciarse de competidores que compiten solo por precio. F5-A3. Destacar el cumplimiento normativo en todas las propuestas comerciales para evitar sustitutos básicos como Drive o OneDrive.	D5-A1. Diseñar un plan comercial sólido para reducir la dependencia de pocos clientes. D1-A2. Implementar estrategias de fidelización y seguimiento postventa. D3-A5. Invertir gradualmente en tecnología para mantenerse competitiva frente a empresas más grandes.

7.5.1 Matriz DOFA Para El Sector Al Que Pertenece La Empresa

MATRIZ DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Cumplimiento obligatorio de la Ley 594 de 2000 y normativa archivística (obliga a empresas a organizar sus archivos). 2. Servicios adaptables a diferentes sectores: salud, educación, entidades públicas, financieras, PYMES, etc. 3. Creciente digitalización y necesidad de modernizar archivos físicos a digitales 4. Posibilidad de ofrecer soluciones integrales (archivo físico + digitalización + software). 5. Bajo costo de entrada comparado con industrias más grandes (no requiere	1. Alta fragmentación: muchas microempresas ofreciendo servicios similares, lo que reduce diferenciación. 2. Poca visibilidad y reconocimiento de marca en empresas nuevas como Consul GD. 3. Dependencia de la normatividad estatal: si los clientes no perciben urgencia legal, pueden postergar el servicio. 4. Falta de personal especializado en algunas compañías pequeñas, lo que limita

	infraestructura muy costosa al inicio).	la calidad y competitividad 5. Dificultad en inversión tecnológica (software, escáneres de alto volumen) para empresas con poco capital.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
1. Creciente tendencia a la transformación digital en empresas, acelerada por la pandemia. 2. Incremento en auditorías y controles en sector salud, educación y entidades públicas, que requieren archivos bien organizados.	F1-O3 Usar las fortalezas del sector para aprovechar las oportunidades del mercado. F2-O4 Ofrecer paquetes integrales de gestión documental (archivo físico + digitalización + software básico) aprovechando la tendencia de transformación digital. F3-O2 Resaltar el cumplimiento normativo (Ley 594 de 2000) como garantía de	D1-O2. Superar debilidades internas aprovechando oportunidades externas. D7-O4. Implementar una estrategia digital económica (redes sociales y Google My Business) para aumentar visibilidad y compensar la falta de reconocimiento. D4-O3. Gestionar convenios con programas de apoyo estatal y cámaras de comercio para

3. Programas de apoyo a la digitalización y modernización de PYMES desde el Estado colombiano. 4. Posibilidad de ofrecer servicios tercerizados de archivo a empresas que no quieren contratar personal fijo para esta función. 5. Baja penetración de tecnologías avanzadas en muchas empresas de Cali → oportunidad de diferenciarse con software sencillo de gestión documental.	legalidad, para captar clientes en sectores sensibles como salud y educación. F4-O5 Promocionar la adaptabilidad de servicios (micro, medianas y grandes empresas) para ampliar la base de clientes en PYMES que buscan tercerización.	mejorar la capacitación y obtener recursos tecnológicos. D3-O5. Ofrecer diagnósticos gratuitos de archivos a PYMES y profesionales independientes, para atraer clientes que normalmente no consideran estos servicios.
--	---	---

AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
1. Competencia fuerte de empresas consolidadas en Cali 2. Aparición de software internacional de gestión documental en la nube, que reduce la necesidad de servicios locales tradicionales. 3. Clientes con poco presupuesto en el corto plazo (especialmente PYMES) que ven la gestión documental como gasto y no inversión. 4. Riesgos de cambios normativos o flexibilización de requisitos legales que disminuyan la urgencia del servicio.	F4-A2. Usar las fortalezas internas para contrarrestar amenazas externas. F5-A3. Diferenciarse de la competencia resaltando la personalización del servicio y la cercanía local (Norte de Cali). F5-A4. Aprovechar la flexibilidad de ser una empresa joven para ajustar precios y tiempos de entrega más rápido que grandes competidores. F3-A5. Ofrecer acompañamiento continuo en auditorías y normatividad, para que los clientes no opten solo por softwares internacionales sin asesoría local.	D5-A1. Reducir debilidades y protegerse de amenazas. D1-A2. Invertir progresivamente en tecnología básica (escáneres, software accesible) para no quedar rezagados frente a empresas más grandes. D3-A5. Crear una red de aliados estratégicos (contadores, abogados, asesores administrativos) para contrarrestar la falta de clientes directos. D2-A3. Capacitar al equipo constantemente en normatividad y nuevas tecnologías para diferenciarse de la competencia informal que compite solo por precio.

5. Alta informalidad en el sector: algunas empresas prestan servicios sin estándares ni calidad, pero a precios muy bajos.		
---	--	--

8. Plan De Mejoramiento

Para CONSULGD, uno de sus objetivos es ser reconocidos en la ciudad de Cali, e incrementas las ventas de sus servicios, pero sus estrategias no están arrojando los resultados esperados, tras las falencias analizadas dentro de la empresa por tal motivo se procede a formular un plan de mejoramiento donde se establecen estrategias pensadas, potencializar las ventas por medio de las redes sociales, explicando los objetivos, coste, el tiempo que puede tomar a intervenir mediante un plan de acción.

8.1 Área funcional de intervención

El área que entra a intervenir para la empresa Consul GD, ubicado en la ciudad de Cali, se centra principalmente en la creación de un departamento de ventas.

8.2 Diagnóstico

La empresa CONSUL GD, está ubicada en Santiago de Cali, actualmente no tiene reconocimiento en el sector público y privado los servicios que este oferta, sin embargo, en los 5 años ha tenido dificultades debido a la falta de un departamento de ventas, dado que desde sus inicios se ha adaptado a un modelo informal, sin un modelo adecuado de estructura, sin jerarquía en los procesos, sin un adecuado acompañamiento de administración a todos los procesos básicos de ésta dentro de la empresa.

Teniendo en cuenta el análisis se puede concluir que:

- No hay departamento de ventas
- No hay jerarquía dentro de la empresa
- Actualmente no se cuenta con medidas de marketing
- La publicidad de la empresa no es llamativa ni constante no están aprovechando las herramientas dadas por la plataforma de Facebook, integran, tik tok.

Estructura del Área Del Departamento De Ventas En CONSUL DG

Como CONSUL GD está apenas formando su Departamento de Ventas, la estructura es básica, práctica y enfocada en que pocas personas puedan cubrir varias tareas mientras el área va creciendo. Esta estructura permite iniciar con lo necesario sin requerir un gran equipo.

8.2.1 Estrategias Fo, Do, Fa, Da Para El Área De Departamento De Ventas.

MATRIZ DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Amplio portafolio de servicios en gestión documental y logística. F2. Buena experiencia en el sector. F3. Personal capacitado en atención al cliente y gestión operativa. F4. Cumplimiento y responsabilidad en los contratos actuales.	D1. Falta de un departamento comercial o de ventas estructurado. D2. Escasa promoción y publicidad de los servicios. D3. Dependencia de clientes actuales sin búsqueda activa de nuevos. D4. Falta de estrategias de marketing digital.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
O1. Crecimiento de la demanda de servicios de gestión documental en empresas públicas y privadas. O2. Posibilidad de alianzas estratégicas con otras empresas del	F1-O1. Aprovechar la reputación y experiencia de la empresa para establecer alianzas estratégicas que amplíen la red de clientes. F2-O2. Utilizar el portafolio de servicios y la tecnología disponible para desarrollar campañas de marketing digital y captar nuevos clientes.	D1-O1. Crear el departamento de ventas y mercadeo para gestionar la promoción y captación de clientes nuevos. D7-O2. Implementar estrategias de marketing digital aprovechando la

sector. O3. Avance tecnológico que facilita la promoción digital de servicios. O4. Mayor apertura del mercado regional a servicios tercerizados.	F3-O3. Promover la innovación en los servicios ofrecidos para aprovechar el crecimiento del mercado.	apertura del mercado regional. D4-O3. Diseñar material publicitario y redes sociales que fortalezcan la visibilidad de la marca.
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
A1. Alta competencia en el sector con empresas consolidadas A2. Cambios en las políticas de contratación pública y privada. A3. Calidad de servicio por debajo de los ofrecidos por parte de otra posible disminución en la demanda por factores económicos	F4-A1. Usar la reputación y el cumplimiento de la empresa como ventaja competitiva frente a la competencia. F2-A2. Diversificar los servicios para adaptarse a los cambios del mercado y políticas de contratación. F5-A3. Capacitar al personal en nuevas herramientas tecnológicas para evitar quedar rezagados.	D2-A1. Estructurar un plan comercial que reduzca la dependencia de los clientes actuales. D1-A2. Invertir en marketing y publicidad para contrarrestar la competencia. D3-A3. Actualizar procesos internos para adaptarse a las nuevas tendencias tecnológicas y mantener la competitividad.

A4. Avances tecnológicos que pueden dejar obsoletos algunos procesos.		
---	--	--

8.2.2 Producto

El portafolio de servicios de CONSUL GD se enfoca en brindar soluciones integrales en gestión documental y logística, garantizando eficiencia, cumplimiento y seguridad en la administración de la información.

Dentro de los principales servicios que ofrece la empresa se encuentran:

Consultoría en gestión documental.

Organización y clasificación documental.

Digitalización y conservación de documentos.

Asesoría en cumplimiento normativo.

Depuración y eliminación de documentos.

Seguridad de la información y protección de datos.

Estos servicios permiten optimizar los procesos administrativos de las organizaciones, asegurar el cumplimiento legal y mejorar la accesibilidad a la información. Asimismo, se busca fortalecer el valor del producto mediante la diversificación de servicios, la mejora continua de la calidad y la adaptación a las necesidades específicas de cada cliente.

8.2.3 Precio

EMPRESAS DE GESTION DOCUMENTAL EN CALI	PRECIOS
ConsulGD consultoria en gestion documental	Asesoría virtual \$ 100.000 Asesoría presencial \$ 150.000
Archivos Y Documentos Sd S A S	(No da información)
G Y G Gestion Documental Y Archivo Ltda	(No da información)
Gestion Documental Y Lognstica Yeray S A S	(No da información)

8.2.4 Plaza

CONSUL GD, aunque está dando sus primeros pasos en la creación de su Departamento de Ventas, ya ha definido claramente a los clientes que quiere atender. Estos clientes pertenecen tanto al ámbito organizacional como individual, y requieren servicios de gestión documental, digitalización y organización de archivos.

CONSUL GD llega a sus clientes tanto de manera presencial como virtual, combinando ambos canales para ofrecer un servicio completo, eficiente y adaptado a las necesidades del cliente utilizando las redes sociales (Facebook, WhatsApp) tiene un portafolio digital, hace video llamadas para asesorías. En manera presencial se hace visitas a empresas para el diagnóstico de archivos, recolección y entrega de documentos y presentación física del servicio cuando se requiere generar mayor confianza.

8.2.5 Promoción

En el momento no manejamos promociones ya que el acceso a la consultoría son asequibles, colocamos la publicidad que es el logo de la empresa.



8.2.6 Análisis De La Competencia

Consul Gd se encuentra ubicado en la Calle 83B #3AN-73, en el barrio Floralia, al norte de Cali donde se encuentra un competidor en la zona más cercana en la dirección Cra. 3 Nte. # 38-70, COMUNA 4, Cali, Valle del Cauca Servicios De Gestion Documental Y Logistica Yeray S A S. Esta empresa se dedica a Actividades de bibliotecas y archivos. (En los resultados en la búsqueda no detallan los servicios específicos de la empresa Yeray). ConsulGd no tiene mucha participación en el mercado, ya que no cuenta con una participación en el mercado dado a que no ha habido un movimiento estratégico de marketing.

8.3 Implementación del plan de mejoramiento

El plan de mejoramiento para **CONSUL GD** se ha diseñado proyectando tiempos de ejecución realistas que garanticen una implementación efectiva. Más que una simple actualización, esta iniciativa nace de la necesidad de conectar a la empresa con el entorno digital actual. La propuesta no solo contempla los tiempos técnicos de ejecución, sino que se enfoca en refrescar la identidad de la marca. El objetivo final es claro: aumentar el reconocimiento de la empresa en el mercado y transformar la manera en que ofrecemos nuestras soluciones de gestión documental, adaptándonos a lo que el cliente actual espera de nosotros.

AREA DE MERCADEO Y VENTAS	
Estrategia 1	Crear estrategias de marketing digital para que más personas conozcan la empresa
Estrategia 2	Capacitar al personal en ventas, servicio al cliente y manejo de herramientas digitales.
Estrategia 3	Construir alianzas con otras empresas y entidades que necesiten servicios de gestión documental.
Estrategia 4	Digitalización de documentos, en lugar de depender de archivos físicos

8.4 PLAN DE ACCION CONSUL GD

AREA	ESTRATEGIAS	OBJETIVO	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLE	COSTO
Merca deo Y Ventas	1. Crear estrategias de marketing digital para que más personas conozcan la empresa	1.Incrementar la visibilidad y el posicionamiento	1 Crear y optimizar perfiles de la empresa en redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok 2 Diseñar contenido digital (publicaciones informativas sobre gestión documental) 3 Implementar campañas de publicidad digital básica. 4 Actualizar o crear un portafolio digital de servicios.	3 meses	asesor externo	\$ 300.000

	2. Capacitar al personal en ventas, servicio al cliente y manejo de herramientas digitales.	2. Fortalecer las competencias del personal.	1 Identificar necesidades de capacitación del personal. 2 Realizar capacitaciones en técnicas de ventas y atención al cliente. 3 Capacitar en el uso de herramientas digitales como CRM, correo corporativo y redes sociales. 4 Evaluar el aprendizaje del personal capacitado.	2 meses	Gerencia de Consul GD	\$ 600.000
--	---	--	--	---------	-----------------------	------------

	3. Construir alianzas con otras empresas y entidades que necesiten servicios de gestión documental.	3. Establecer alianzas estratégicas.	1 Identificar empresas y entidades que requieran servicios de gestión documental. 2 Contactar posibles aliados estratégicos. 3 Realizar reuniones de presentación de servicios. 4 Formalizar convenios o acuerdos de colaboración .	6 meses	Gerencia de Consul GD	\$ 500.000
--	---	--------------------------------------	--	---------	-----------------------	------------

	4. Digitalización de documentos, en lugar de depender de archivos físicos	4.Implementar procesos de digitalización documental	1 Diagnosticar el estado actual de los archivos físicos. 2 Seleccionar herramientas y software de digitalización. 3 Digitalizar documentos prioritarios. 4 Capacitar al personal en el manejo de archivos digitales. 5 Implementar políticas de archivo digital y seguridad de la información.	6 meses	Gerencia y asesor externo	\$ 1.500.000
TOTAL						\$ 2.900.000

Estrategia 1 crear estrategias de marketing digital para que más personas conozcan la empresa

Objetivo: Incrementar la visibilidad y el posicionamiento de CONSUL GD en el mercado mediante el uso de herramientas de marketing digital, con el fin de atraer nuevos clientes, fortalecer la imagen corporativa y dar a conocer los servicios de gestión documental de manera efectiva.

Estrategia 2 Capacitar al personal en ventas, servicio al cliente y manejo de herramientas digitales.

Objetivo: Fortalecer las competencias del personal de Consul GD a través de programas de capacitación en ventas, atención al cliente y uso de herramientas digitales, con el propósito de mejorar el desempeño laboral, la calidad del servicio y el proceso de captación y fidelización de clientes

Estrategia 3 Construir alianzas con otras empresas y entidades que necesiten servicios de gestión documental.

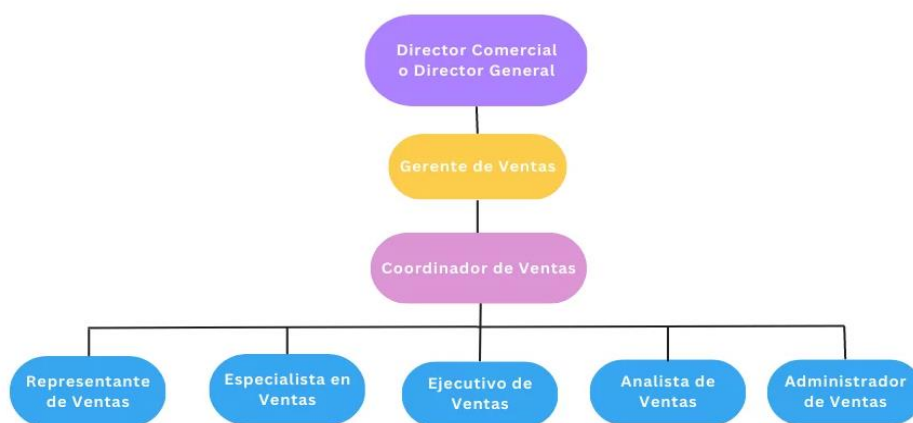
Objetivo: Establecer alianzas estratégicas con empresas y entidades públicas o privadas que requieran servicios de gestión documental, con el fin de ampliar la red de clientes, generar nuevas oportunidades de negocio y aumentar la competitividad de Consul GD en el mercado.

Estrategia 4 Digitalización de documentos, en lugar de depender de archivos físicos

Objetivo: Implementar procesos de digitalización documental que permitan optimizar el almacenamiento, acceso y seguridad de la información, reduciendo el uso de archivos físicos,

mejorando la eficiencia operativa y alineando a Consul GD con las tendencias tecnológicas del sector

PROPUESTA DE ORGANIGRAMA



8.4.1 Nueva estructuración del área de mercadeo y ventas

Para que CONSUL GD pueda crecer y darse a conocer mejor, se propone reorganizar el área de mercadeo y ventas. Esta nueva estructura busca que la empresa no solo llegue a más clientes, sino que también pueda comunicar de manera clara los beneficios de sus servicios de gestión documental y digitalización.

La idea principal es crear un equipo que realmente apoye el proceso de promoción y venta, permitiendo que CONSUL GD tenga mayor presencia en el mercado y logre conectar con empresas y personas que necesitan organizar o digitalizar sus documentos.

Componentes del área

Mercadeo

El área de mercadeo se enfocará en:

Manejar las redes sociales y otros medios digitales donde se pueda mostrar el trabajo que realiza CONSUL GD.

Crear contenido sencillo y útil sobre gestión documental, para educar y atraer a posibles clientes.

Realizar campañas básicas de publicidad digital y algunas acciones presenciales cuando se necesiten.

Ventas

El área de ventas se encargará de:

Contactar clientes potenciales y hacer seguimiento.

Preparar cotizaciones y explicar los servicios de forma clara.

Atender reuniones virtuales y realizar visitas presenciales cuando sea necesario para revisar archivos o recoger documentación.

Roles dentro del área

Para esta nueva estructura se sugieren roles básicos como:

Coordinador de Mercadeo y Ventas: quien guía el equipo y revisa resultados.

Analista de Mercadeo: encargado de redes, contenido y campañas.

Asesor Comercial: quien se comunica directamente con el cliente y gestiona las ventas.

Beneficios esperados

Con esta reorganización se espera:

Mayor reconocimiento de CONSUL GD en el mercado.

Un aumento en las solicitudes de servicios de digitalización y organización documental.

Procesos más ordenados y fáciles de medir.

Un crecimiento sostenible apoyado en estrategias digitales y presenciales.

8.4.2 El proceso administrativo aplicado al área de mercadeo

El área de mercadeo en CONSUL GD aplica el proceso administrativo para poder organizar mejor sus actividades y lograr que los servicios de gestión documental lleguen a las personas y empresas que los necesitan. Este proceso incluye cuatro pasos que trabajan juntos y permiten que la empresa crezca de manera ordenada.

1. Planeación: En esta etapa, CONSUL GD define qué quiere lograr con su mercadeo, a qué tipo de clientes desea llegar y cuáles serán las estrategias para darse a conocer. Aquí se analizan las necesidades del mercado, las oportunidades y los recursos disponibles. Es el momento de pensar y decidir el camino a seguir.

2. Organización: Una vez definidos los objetivos, se distribuyen las tareas dentro del equipo. Se organizan actividades como manejo de redes sociales, diseño de contenido, atención a clientes y seguimiento de campañas. Todo se estructura para que el trabajo sea claro y eficiente.

3. Dirección: Aquí se guía y motiva al equipo para que cumpla con lo planeado. La dirección implica comunicación constante, liderazgo y acompañamiento para asegurar que las estrategias de mercadeo se ejecuten bien. También se corrigen fallas y se refuerzan los aciertos.

4. Control: Finalmente, se revisan los resultados de las acciones realizadas. Se evalúa si las estrategias realmente atraieron clientes, si el contenido tuvo alcance y si se cumplieron los objetivos trazados. Con esta información, se hacen ajustes para mejorar en el futuro.

8.4.3 Objetivos

Objetivo general:

Crear un Departamento de Ventas que permita a CONSUL GD llegar de forma más organizada y estratégica a sus clientes, aumentando la visibilidad de sus servicios de gestión documental y fortaleciendo sus oportunidades comerciales.

Objetivos específicos:

Identificar los clientes potenciales y sus necesidades para ofrecer soluciones acordes a cada tipo de organización o persona.

Diseñar un plan de ventas sencillo y aplicable, que permita llevar un seguimiento real de las oportunidades y resultados.

Fortalecer la comunicación con los clientes, utilizando tanto canales digitales como presenciales para mejorar la atención y generar confianza.

Crear herramientas básicas de seguimiento, como bases de datos, registros de llamadas y reportes semanales para evaluar el avance del área.

8.4.4 Necesidades de personal y sus funciones

Gerente General: Responsable de la dirección global de la empresa y de aprobar las decisiones clave del Departamento de Ventas.

Coordinador de ventas: Dirige el área, planifica estrategias, realiza seguimiento de metas y lidera la relación con los clientes clave.

Asesor comercial: Se encarga de la prospección de nuevos clientes, presentación de servicios y cierre de ventas.

Asistente de mercadeo: Apoya la gestión digital, diseño de publicaciones, actualización de redes sociales y elaboración de material publicitario.

Auxiliar administrativo: Gestiona bases de datos, cotizaciones y atención telefónica o virtual.

8.4.5 Estrategias de ventas

La estrategia de ventas de CONSUL GD se enfoca en construir un departamento que no solo venda, sino que entienda realmente las necesidades de las empresas y personas que requieren organizar o digitalizar sus documentos. Dado que la empresa está en crecimiento, el objetivo principal es llegar a los clientes de una manera cercana, confiable y profesional

Conocer al cliente

El primer paso es identificar quiénes necesitan nuestros servicios: PYMES, clínicas, consultorios, empresas con alto manejo de archivos y también personas que quieren organizar sus documentos personales. Entender sus dolores y mostrarles cómo podemos hacerles la vida más fácil es clave.

Comunicación clara y humana

El departamento de ventas usará un lenguaje sencillo y cercano, explicando el valor de la gestión documental sin tecnicismos innecesarios. La idea es que los clientes sientan que CONSUL GD los acompaña en el proceso y no solo les está vendiendo un servicio.

Canales de contacto

Virtual: redes sociales, WhatsApp, correo y video llamadas para asesorías rápidas.

Presencial: visitas a empresas para diagnósticos y entrega o recolección de documentos.

Seguimiento y confianza

Una venta no termina cuando el cliente acepta el servicio. El departamento realizará seguimiento cercano para asegurar que todo funcione bien y mantener la relación a largo plazo. La confianza será el pilar del crecimiento de CONSUL GD.

8.4.6 Formatos de sugerencias para los clientes en los puntos de venta

Como parte de la creación del Departamento de Ventas, CONSUL GD implementará formatos sencillos y amigables para que los clientes puedan dejar sus opiniones y sugerencias en los puntos de contacto. Estos formatos permitirán conocer de primera mano la experiencia de cada usuario y ayudarán a mejorar la calidad del servicio.

El objetivo es ofrecer un espacio cercano donde las personas puedan expresar qué les gustó, qué se puede mejorar y qué nuevas ideas proponen sobre la gestión documental y los procesos de digitalización. Esta información será fundamental para fortalecer la relación con los clientes y ajustar los servicios según sus necesidades reales.

Los formatos estarán disponibles tanto de manera física como digital, para que cada cliente pueda elegir la forma que le resulte más cómoda. La idea es facilitar la comunicación y demostrar que CONSUL GD valora cada opinión como parte esencial de su crecimiento.

8.4.7 Análisis de la competencia

Consul GD compite con varias empresas del sector de gestión documental, entre ellas Logística Yeray S.A.S., que ofrece digitalización, almacenamiento y transporte de archivos. La principal diferencia de Consul GD radica en su trato cercano, cumplimiento y personalización del servicio, lo que genera confianza y fidelización.

8.4.8 Estrategias de distribución

CONSUL GD necesita implementar estrategias de distribución que faciliten el acceso de los clientes a sus servicios de gestión documental. Estas estrategias buscan que la empresa esté presente donde realmente la necesitan, combinando lo digital con lo presencial. Promociones directas a través del sitio web, WhatsApp y redes sociales.

Distribución digital

CONSUL GD prioriza los canales digitales porque permiten llegar de forma rápida, económica y directa tanto a empresas como a personas. Esto incluye redes sociales, WhatsApp Business, correo electrónico y reuniones virtuales. Estos medios hacen más fácil explicar los servicios, enviar cotizaciones y mantener contacto constante.

Distribución presencial

Aunque lo digital es clave, CONSUL GD también usa visitas presenciales cuando el cliente lo solicita o cuando es necesario revisar archivos físicos. Esto genera confianza, permite hacer diagnósticos más precisos y fortalece la relación comercial.

Estrategia mixta (digital + presencial)

La combinación de ambos canales permite que CONSUL GD se adapte a cada tipo de cliente. Algunos prefieren la rapidez de lo virtual y otros la cercanía de lo presencial. Por eso, la empresa utiliza una estrategia mixta que mejora la experiencia del cliente y aumenta las posibilidades de cerrar ventas.

Cercanía y acompañamiento

Más que solo vender, la empresa busca acompañar al cliente durante el proceso. Esto significa estar disponible para resolver dudas, explicar los beneficios y hacer seguimiento del servicio, sin importar si la comunicación es virtual o cara a cara.

8.5 La investigación de mercados

Para crear el Departamento de Ventas de CONSUL GD, fue necesario realizar una investigación de mercados que permitiera entender realmente quiénes pueden necesitar nuestros servicios y cómo llegar a ellos de la mejor manera. Esta investigación no solo buscó datos, sino también comprender las necesidades reales de las empresas y personas que hoy enfrentan problemas con el manejo y organización de sus documentos.

Primero se identificaron los tipos de clientes potenciales, como pymes, grandes empresas, clínicas, consultorios y también profesionales independientes. A través de encuestas simples, conversaciones directas y revisión de tendencias del sector, se descubrió que muchas organizaciones tienen dificultades para organizar archivos, cumplir normas de gestión documental y digitalizar información.

También se estudió cómo prefieren ser contactados los clientes. La mayoría se siente más cómoda con canales digitales como WhatsApp, redes sociales o correo electrónico, aunque algunas empresas valoran una visita presencial para explicar sus necesidades. Esto permitió definir que CONSUL GD debe trabajar con un modelo mixto: combinar lo digital para acercarse más rápido y lo presencial para generar confianza.

En resumen, la investigación de mercados ayudó a conocer mejor a los clientes, sus problemas y la forma en que esperan ser atendidos. Gracias a esto, el nuevo Departamento de Ventas puede enfocarse en estrategias más claras, humanas y cercanas a las necesidades reales del mercado.

9. Presupuesto de implementación

La creación del departamento de ventas en la empresa Consul GD exige una planificación financiera sencilla y coherente con la realidad actual de la organización, la cual atraviesa un proceso de reorganización y consolidación interna. En este sentido, el presupuesto planteado no pretende representar una carga económica elevada, sino una inversión progresiva y bien orientada que permita estructurar el área comercial y generar resultados estables en el mediano plazo.

Asimismo, es relevante señalar que, al no contar la empresa con un historial financiero amplio ni con registros contables consolidados, el presupuesto se elabora a partir de proyecciones razonables, considerando los recursos indispensables para la puesta en marcha del departamento de ventas y el aseguramiento de su funcionamiento inicial.

CONCLUSIONES

La creación de un departamento de ventas en Consul GD se vuelve una necesidad urgente para que la empresa pueda crecer, organizar mejor sus procesos comerciales y competir en un mercado cada vez más exigente. A través del diagnóstico realizado, se evidenció que la falta de estrategias de venta, la baja visibilidad y la ausencia de una estructura comercial clara ha limitado su desarrollo, a pesar de contar con un portafolio sólido y un conocimiento técnico valioso.

El análisis del sector, la aplicación de teorías administrativas y el estudio interno muestran que Consul GD tiene un gran potencial para posicionarse como una empresa referente en la gestión documental, siempre y cuando fortalezca su área comercial y adopte herramientas tecnológicas que faciliten la gestión de clientes. Implementar el departamento de ventas permitirá mejorar la captación de nuevos clientes, aumentar la productividad, organizar mejor las funciones y aprovechar la creciente demanda en servicios de digitalización y cumplimiento normativo.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la gerencia de Consul GD establecer formalmente el departamento de ventas dentro de la estructura organizacional de la empresa, definiendo claramente sus funciones, responsabilidades y jerarquías. Esto permitirá organizar los procesos comerciales, mejorar la captación de clientes y reducir la dependencia de las recomendaciones informales.

Fortalecer el Departamento de Ventas: Es urgente que la empresa consolide un equipo comercial que se encargue de buscar nuevos clientes, hacer seguimiento y mejorar las relaciones comerciales. Esto ayudará a evitar la pérdida de oportunidades y dará más estabilidad al proceso de ventas.

Realizar un Plan de Mejoramiento para el 2025: Consul GD debe organizar un plan de acción claro para el próximo año, donde se definan metas, estrategias y actividades que ayuden a mejorar la gestión de ventas y la visibilidad de la empresa. Esto permitirá crecer de forma más ordenada.

Hacer un estudio de la competencia: Se recomienda analizar mejor a las empresas que ofrecen servicios similares. Esto ayudará a identificar qué están haciendo los competidores, qué precios manejan, cómo promocionan sus servicios y cómo se puede diferenciar Consul GD en el mercado.

Bibliografía

01-401. (n.d.). Edu.Co. Retrieved February 1, 2026, from

https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/download/1843/2145?utm_source

Acerca de. (n.d.). GESIVA S.A.S. Retrieved February 1, 2026, from

<https://www.gesivasas.com/nosotros>

Aguirre, M. (2024, August 13). Normas de gestión documental en Colombia: guía esencial. *Athento - Smart Digital Content Platform*.

<https://www.athento.com/es/normas-de-gestion-documental-en-colombia-guia-esencial/>

Alonso, C. (2015, August 3). *ISO 27000 y el conjunto de estándares de Seguridad de la Información*. GlobalSuite Solutions.

<https://www.globalsuitesolutions.com/es/la-familia-de-normas-iso-27000/>

Alonso, M. (2025, November 18). *Qué son las 5 fuerzas de Porter y cómo analizarlas*.

Asana. <https://asana.com/es/resources/porters-five-forces>

Bot detection. (n.d.). Edu.Pe. Retrieved January 30, 2026, from

<https://revistas.une.edu.pe/index.php/QantuYachay/article/view/54>

Chong, Z. (2024). Business research methods: Essential techniques for making informed decisions. *Global Journal of Commerce & Management*

Perspective, 13(3), 1–1. <https://doi.org/10.35248/2319-7285.24.13.073>

Client challenge. (n.d.). Scribd.com. Retrieved January 31, 2026, from
<https://es.scribd.com/document/479891114/NORMA-TECNICA-COLOMBIANA-NTC-4095-docx>

Comunicación, C. (2024a, December 2). *Taylor y la administración científica de las empresas*. Cerem.es. <https://www.cerem.es/blog/taylor-y-la-administracion-cientifica-de-las-empresas/>

Comunicación, C. (2024b, December 19). *Los principios de Fayol y las funciones básicas de la empresa*. Cerem.es. <https://www.cerem.es/blog/los-principios-de-fayol-y-las-funciones-basicas-de-la-empresa/>

Confidencial, B. D. (2024, March 6). ¿Cuáles son las normas ISO sobre gestión documental? *Beck Destrucción Confidencial*. <https://abdc.es/blog/normas-iso-sobre-gestion-documental-cuales-son/>

CONSULTORIA EN GESTION DOCUMENTAL S.A.S. - Registro Único Empresarial y Social Datos de contacto e información comercial. (n.d.). Revista Alternativa. Retrieved February 1, 2026, from
<https://empresas.larepublica.co/colombia/valle-del-cauca/cali/consultoria-en-gestion-documental-s-a-s-901372287>

de la República, P. (2012, December 14). *Decreto 2609 de 2012*. Org.co.
<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/items/coa4c92f-ea3a-4752-989c-a258doao89co>

De las tecnologías de la información y comunicación, L. G. D. fr L. G. D. F. al R. al R. de las T. de la E., Parinformación y comunicación, C. V., & de los archivchivos en Colombia os en Colombia, C. V. P. L. L. A. A. en A. en el P. P. de I. de I. T. de L. A. T. (n.d.). *Ciencia Unisalle Ciencia Unisalle*. Edu.Co. Retrieved January 30, 2026, from <https://ciencia.lasalle.edu.co/bitstreams/9bb21486-d8d9-4a91-8496-73bfb26448b7/download>

Decreto No. 103 de 2015. (n.d.). Gov.co. Retrieved January 31, 2026, from <https://www.apccolombia.gov.co/normativa/decreto-no-103-de-2015>

G Y G Gestion Documental Y Archivo Ltda: NIT y teléfono. (n.d.). Directorio de Empresas - Directorio de Empresas En Colombia. Retrieved February 1, 2026, from <https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/gyg-gestion-documental-archivo-ltda>

Gestión Documental - Aurea SAS. (n.d.). Aureasas.com. Retrieved February 1, 2026, from <https://www.aureasas.com/>

Ibarra, C., & Perfil, V. T. mi. (n.d.). *Metodología de la Investigación*. Blogspot.com. Retrieved February 1, 2026, from https://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html?utm_source

Inca Garcia, R. A., & Vera Orellana, B. G. (2015). *Sistematización de procesos para la gestión de la información documentaria entre las áreas de ventas*,

administración y construcción de la empresa constructora AIF Constratistas Generales S.A.C." Chíncha alta. Universidad Autónoma de Ica.

Información y documentación. sistemas de gestión para registros. fundamentos y vocabulario. (n.d.). Icontec.org. Retrieved January 31, 2026, from <https://tienda.icontec.org/sectores/generalidades-terminologia-normalizacion-documentacion/vocabularios/generalidades-terminologia-normalizacion-documentacion-vocabularios/gp-informacion-y-documentacion-sistemas-de-gestion-para-registros-fundamentos-y-vocabulario-ntc-iso30300-2013>.

Información y documentación. sistemas de gestión de registros. requisitos. (n.d.). Icontec.org. Retrieved January 31, 2026, from <https://tienda.icontec.org/gp-informacion-y-documentacion-sistemas-de-gestion-de-registros-requisitos-ntc-iso30301-2019.html>

Investigadores. (2020, June 29). *¿Qué es la investigación documental según varios autores?* Investigación científica.

<http://investigacioncientifica.org/investigacion-documental-segun-autores/>

Io, D. (2025, June 26). 5 estrategias clave para una mejor gestión documental de proveedores. *Dost.io*. <https://www.dost.io/es/blog/5-estrategias-clave-para-una-mejor-gestion-documental-de-proveedores>

ISO 15489 - Información y documentación — Gestión de registros. (2025, June 17). HIXSA. <https://www.hixsa.com/ld/iso-15489-informacion-y-documentacion-gestion-de-registros/>

KRANDASPECT. (2024, February 13). *Principles of Economics by Alfred Marshall*.

Medium. <https://krandayusuf.medium.com/principles-of-economics-by-alfred-marshall-37f726c0020a>

Ley 527 de 1999. (n.d.). Viafirma. Retrieved January 31, 2026, from

<https://www.viafirma.com/es/ley-527-de-1999/>

Materiales para documentos de archivo con soportes en papel. características de

calidad. (n.d.). Icontec.org. Retrieved January 31, 2026, from

<https://tienda.icontec.org/gp-materiales-para-documentos-de-archivo-con-soportes-en-papel-caracteristicas-de-calidad-ntc5397-2005.html>

No title. (n.d.). Gov.Co. Retrieved January 31, 2026, from

<https://www.archivogeneral.gov.co/normograma/iso.php>

Nosotros – Gestión Documental – Transarchivos. (n.d.). Transarchivos.com. Retrieved

February 1, 2026, from <https://transarchivos.com/nosotros/>

Proyecto Gestión Documental Integral de Colombia. (2025, May 8). PGDI Colombia -

(+57) 314-508-7725 - Proyecto Gestión Documental Integral de Colombia.

<https://pgdicolombia.com/>

Sánchez, T. (2025, May 14). *Las 5 Fuerzas de Porter: Qué son, para qué sirven y quién*

es Michael Porter. El Substack de Toni Sánchez.

https://tonisanchezmentor.substack.com/p/las-5-fuerzas-de-porter-que-son-para?utm_source

Servicios De Gestion Documental Y Lognstica Yeray S A S. (n.d.). Empresite Colombia - Buscador de Empresas y Negocios de Colombia. Retrieved February 1, 2026, from <https://empresite.eleconomistaamerica.co/SERVICIOS-GESTION-DOCUMENTAL-LOGISTICA-YERAY-SAS.html>

Servicios De Gestion Documental Y Lognstica Yeray S A S: NIT y teléfono. (n.d.). Directorio de Empresas - Directorio de Empresas En Colombia. Retrieved February 1, 2026, from <https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/servicios-gestion-documental-logistica-yeray-sas>

TecnoDocumental. (n.d.-a). Tecnodocumental.com. Retrieved February 1, 2026, from <https://tecnodocumental.com/nosotros/>

TecnoDocumental. (n.d.-b). Tecnodocumental.com. Retrieved February 1, 2026, from <https://tecnodocumental.com/consultoria/>

Wikipedia contributors. (n.d.). *Philip Kotler*. Wikipedia, The Free Encyclopedia. https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Philip_Kotler&oldid=169155229

Wikipedia contributors. (2026, January 5). *Howard Raiffa*. Wikipedia, The Free Encyclopedia. https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Howard_Raiffa&oldid=1331266676

Zink, J., Zink, & Julie. (2017). *Chapter 2: Management theory and organizational communication*. https://pressbooks.pub/jgzink/chapter/chapter-2-management-theory-and-organizational-communication/?utm_source

(N.d.-a). Retrieved January 31, 2026, from <http://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://cdn.bookekey.app/files/pdf/book/es/decisiones-inteligentes.pdf>

(N.d.-b). Studocu.com. Retrieved February 1, 2026, from https://www.studocu.com/pe/document/postgrados-peru/gestion-de-proyectos/unidad-08-metodologia-del-proyecto/109792121?utm_source

(N.d.-c). Retrieved February 1, 2026, from http://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/20.500.12277/4734/1/00005007.pdf?utm_source

(N.d.-d). Studocu.com. Retrieved February 1, 2026, from <https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-siglo-21/metodos-y-tecnicas-de-investigacion-social/capitulo-7-disenos-no-experimentales-kerlinger-2/78194994>

(N.d.-e). Retrieved February 1, 2026, from <http://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/4096/409634344005.pdf>