

Trabajo de Grado
Plan Padrinos

Empresa ASENEG S.A.S

Saira Camila Robayo Avila

Universidad Externado de Colombia

Facultad de Administración de Empresas

Maestría en Mercadeo – MM20

Bogotá D.C.

2022

Trabajo de Grado
Plan Padrinos
Empresa ASENEG S.A.S

Realizado por:
Saira Camila Robayo Avila

Dirigido por:
Alberto Carini Gutiérrez

Universidad Externado de Colombia

Facultad de Administración de Empresas

Maestría en Mercadeo – MM20

Bogotá D.C.

2022

Tabla de Contenido

1. Diagnóstico	22
1.1 Diagnóstico del entorno.....	22
1.1.1. Características del sector:	22
1.1.2. Tendencias de Mercado.....	41
1.1.3. Atractivo del Mercado	42
1.1.4. Estudio Digital del Sector	45
1.1.5. Estudio de clientes y comportamiento de una muestra representativa 123	
1.1.6. Matriz del Perfil Competitivo MPC:.....	130
1.1.7. Comparativo entre los productos existentes en el sector y los de la compañía.....	141
1.1.8. Análisis de niveles de precios:	149
1.1.9. Conclusiones del análisis de entorno de la empresa realizando un paralelo entre el mercado nacional, internacional, industria y el mercado.	151
1.2 Diagnóstico Interno y de Matrices	154
1.2.1 Análisis de las cuatro áreas que componen el diamante de competitividad (Innovación, Mercadeo y Ventas, Dirección Estratégica y Producción y servicio).....	154
a. Innovación.....	154
b. Mercadeo y Ventas	155
c. Dirección Estratégica	155
d. Producción y Servicios	156
1.2.2 Análisis de las subáreas de mercadeo:.....	158
a. Conocimiento del mercado	158
b. Producto / Servicio	159
c. Servicio al cliente	160
d. Precio.....	160
e. Consumidor y clientes	161
f. Comunicaciones	161
g. Canales de distribución	162
h. Estructura – Formalización del área	162
i. Marca	162

j. Solo para servicios	163
k. Gestión comercial y ventas	163
1.2.3 Matrices: análisis de DOFA y MIME arrojadas por el sistema	164
2. Plan de Marketing	172
2.1 Definición de objetivos:.....	172
2.2 Estrategias integradas de marketing:	173
2.2.1 Estrategia de mejoramiento de procesos internos	173
2.2.3 Estrategia Marca (Branding)	178
2.2.4 Estrategia de servicio	179
2.2.7 Estrategia Marketing digital:	181
2.3 Presupuesto:	189
3. Plan Comercial:.....	190
3.1 Presupuesto general de ventas	190
3.2 Por canal	191
4. Tablero de control:	191
5. Cronograma de actividades:.....	192
6. Referencias	193

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Tasas de desempleo	13
Ilustración 2. Ajuste Fiscal.....	14
Ilustración 3. Impuesto de renta	15
Ilustración 4. Nivel de concentración.....	26
Ilustración 5. Clientes	27
Ilustración 6. Costos salariales.....	30
Ilustración 7. Participación de mercado.....	38
Ilustración 8. Atractivo del mercado - Porter	43
Ilustración 9. Tendencia de búsqueda de la palabra outsourcing en Google	108
Ilustración 10. Interés en la palabra outsourcing por subregión en Colombia	109
Ilustración 11. Temas relacionados a la palabra outsourcing en la web	109
Ilustración 12. Tendencia de búsqueda de la palabra BPO en Google	110
Ilustración 13. Interés en la palabra BPO por subregión en Colombia	110
Ilustración 14. Tendencia de búsqueda de las palabras outsourcing y BPO en Google.....	111
Ilustración 15. Interés en la palabra BPO por subregión en Colombia	111
Ilustración 16. Tendencia de búsqueda de la palabra tercerización en Google ...	112
Ilustración 17. Interés en la palabra tercerización por subregión en Colombia ...	112
Ilustración 18. Temas relacionados a la palabra tercerización en la web.....	113
Ilustración 19. Tendencia de búsqueda de la palabra subcontratación en Google	113
Ilustración 20. Interés en la palabra subcontratación por subregión en Colombia	114
Ilustración 21. Tendencia de búsqueda de la palabra servicios temporales en Google.....	114
Ilustración 22. Interés en la palabra servicios temporales por subregión en Colombia	115
Ilustración 23. Temas relacionados a la palabra servicios temporales en la web	115
Ilustración 24. Tendencia de búsqueda de la palabra Aseneg en Google.....	116
Ilustración 25. Interés en la palabra Aseneg por subregión en Colombia	116
Ilustración 26. Temas relacionados a la palabra Aseneg en la web.....	117
Ilustración 27. Comparativo de búsqueda entre Aseneg y Proservirs en la web.	117
Ilustración 28. Comparativo de búsqueda entre Aseneg y Serdan en la web	118
Ilustración 29. Comparativo de búsqueda entre Aseneg y Adecco en la web.....	118
Ilustración 30. Comparativo de búsqueda entre Aseneg y Manpower Group en la web.....	119
Ilustración 31. Comparativo de búsqueda entre Aseneg y Eficacia en la web ...	119
Ilustración 32. Comparativo de búsqueda entre Aseneg y Grupo soluciones horizonte en la web	120
Ilustración 33. Comparativo de búsqueda entre Aseneg y Acción plus en la web	120
Ilustración 34. Comparativo de búsqueda entre Aseneg y Exela en la web.....	121

Ilustración 35. Resultados en el buscador de Google	122
Ilustración 36. Funnel de conversión Aseneg.....	127
Ilustración 37. Customer Journey Aseneg.....	128
Ilustración 38. Etapas del proceso de compra del cliente	129
Ilustración 39. Diagnóstico interno de matrices	158
Ilustración 40. Matriz DOFA	164
Ilustración 41. Matriz MIME	171

Índice de tablas

Tabla 1. Indicadores de industria	23
Tabla 2. Top 3 de servicios más Exportados.....	31
Tabla 3. Principales Destinos Compradores de BPO	32
Tabla 4. Principales ciudades exportadoras de BPO	33
Tabla 5. Empresas de Outsourcing de Talento Humano en Colombia.....	35
Tabla 6. Empresas de outsourcing de nómina en Colombia	36
Tabla 7. Participación de mercado de los principales competidores	37
Tabla 8. Porcentaje de participación de cada empresa.....	37
Tabla 9. Crecimiento del sector anual	39
Tabla 10. Países con implementación de redes en operaciones de experiencia al cliente.....	46
Tabla 11. Estado de situación financiera Eficacia	134
Tabla 12. Estados de situación financiera Manpower Group	136
Tabla 13. Estados de situación financiera Grupo Soluciones Horizonte	138
Tabla 14. Cotización Grupo Soluciones Horizonte	150
Tabla 15. Cotización Adecco.....	150
Tabla 16. Cotización Eficacia	150
Tabla 17. Objetivos Estratégicos.....	172
Tabla 18. Cargos departamento de marketing	177
Tabla 19. Mystery Shopper	180
Tabla 20. Plan de acción marketing digital	182
Tabla 21. Presupuesto	189
Tabla 22. Cargo Gerente comercial	190
Tabla 23. Presupuesto general de ventas	190
Tabla 24. Tablero de control.....	191
Tabla 25. Cronograma de actividades.....	192

ASENEG S.A.S – Asesorías de Servicios y Negocios S.A.S

Es una empresa colombiana de outsourcing en selección, contratación y administración de talento humano altamente calificado en tecnologías de la información (IT) y otras áreas operacionales que cualquier empresa pueda requerir.

Lleva más de 30 años en el mercado nacional, donde se ha destacado por su excelencia, compromiso y dinamismo de los servicios que presta a todos sus clientes.

Sus herramientas y procesos de selección aportan a sus clientes diversas ventajas competitivas, con el fin de optimizar la gestión del negocio.

Misión

Ser el aliado estratégico de los clientes, por medio de un modelo de gestión de soluciones integrales e innovadoras en talento humano, procesos y desarrollos tecnológicos de la más alta calidad, anticipándonos a sus necesidades y prestando un servicio con compromiso, dinamismo y excelencia garantizando el desarrollo estratégico de sus actividades.

Visión

Ser reconocidos como una empresa líder en el mercado colombiano, especializada en Talento Humano, con un alto nivel de servicio, excelencia y compromiso con el bienestar de nuestros clientes y colaboradores; apoyándolos en el desarrollo y fortalecimiento de sus procesos de negocios, con soluciones adaptadas a las exigencias de los diferentes mercados.

Productos ASENEG

- **Administración de Nomina**

Aseneg cuenta con un servicio especializado en la administración de nómina, bajo los lineamientos de responsabilidad, flexibilidad, cumplimiento, confiabilidad y honestidad, garantizando información oportuna y veraz.

Este servicio tiene los estándares más altos de seguridad, evitando el riesgo de pagos innecesarios (multas y recargos), reduciendo los costos y

optimizando el tiempo del personal de la empresa, para realizar actividades que generen valor agregado.

Beneficios

- Ahorro en los cortes de licencias, mantenimiento y procesos por malas prácticas.
- Confidencialidad de la información que maneja los empleados y la empresa.
- Disminución de riesgo de multas y sanciones legales.
- Constante actualización de los sistemas de información de relajación con las nuevas normas legales.

Este proceso incluye

- Proceso de novedades y liquidación de nómina.
 - Emisión de los certificados de ingresos y retenciones.
 - Informes para la empresa: Rotación de empleados, incapacidades y cesantías.
 - Consolidados de prestaciones sociales.
 - Cálculo de la retención en la fuente de cada empleado.
 - Liquidación y entrega del archivo preliminar de la nómina.
 - Entrega de archivo para el pago de nómina.
 - Generación de comprobante electrónico.
- **BPO Business Process Outsourcing**

Business Process Outsourcing, que en español traduce Subcontratación de Procesos de Negocios o Externalización de Procesos de Negocios. Es un servicio requerido entre las empresas que necesitan maximizar la eficiencia de sus operaciones, donde se obtendrán mayores beneficios sin tener que usar grandes cantidades de recursos y esfuerzos. En este servicio, se crea una alianza entre la compañía y el colaborador, en la cual, cada uno tendrá innumerables beneficios.

Beneficios

- Agregar VALOR a los procesos críticos, focalizando los esfuerzos en el core del negocio.
- SERVICIO PERSONALIZADO, orientado a fortalecer la compañía.

- Implementación de las mejores prácticas para garantizar la excelencia en las operaciones y reducción de costos fijos.

- **Desarrollo de Software**

En Aseneg encuentra desarrollos a la medida, con base a las necesidades de la empresa y Outsourcing de recursos técnicos especializados.

Por medio de esta unidad busca apoyar el desarrollo de procesos tecnológicos, con talentos especializados, para integrar las mejores prácticas de la ingeniería de software, garantizando procesos de calidad en proyectos desarrollados y total satisfacción frente a un servicio integro.

Beneficios

- Se desarrollan ESPECIFICACIONES requeridas.
- Diseño y desarrollo de SOFTWARE.
- MANTENIMIENTO de software.
- GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN de pruebas de software.
- OUTSOURCING de recursos IT especializados.
- FÁBRICA de desarrollo.

- **Head Hunting**

El servicio de HUNTING de Aseneg, está orientado a identificar los profesionales que se ajustan específicamente a las necesidades, valores y cultura organizacional de la compañía.

Este servicio de HUNTING no consiste únicamente en seleccionar personal, Aseneg tiene clientes que buscan a los MEJORES profesionales, talentos que den un impulso adicional a la compañía, haciéndola crecer y consolidarse en el mercado; por lo que sabe exactamente en dónde encontrarlos. Analiza la empresa a fondo, para asegurarse de qué es lo que necesitan y qué perfil profesional se ajustar mejor a esas necesidades.

Beneficios

- Aseneg garantiza la elección de talento humano idóneo para la empresa.
- Reducción de costos, riesgos y tiempo en el proceso de reclutamiento y mejoramiento de prácticas en selección de talento humano.
- Expertos y especialistas en la búsqueda del personal altamente calificado.

- **Outsourcing de Talento Humano**

El Outsourcing de Talento Humano es un medio idóneo para agilizar los procesos y estructuras organizacionales; permitiendo que las empresas se adapten con mayor facilidad a los cambios y las nuevas exigencias del mercado. La vinculación del servicio Outsourcing de Talento Humano para una empresa representa un incremento en la productividad, ahorros significativos, planificación, seguridad y flexibilidad.

Beneficios

- Vincular personal Outsourcing incrementa la PRODUCTIVIDAD de la empresa.
- Representa AHORROS significativos, planificación, seguridad y flexibilidad.
- Con el outsourcing se puede contratar el TALENTO HUMANO ESPECIALIZADO para las funciones de la empresa.

(ASENEG 2022)

Análisis General PESTEL

Político

Las elecciones presidenciales de Colombia llevadas a cabo en junio de 2022 tuvieron como resultado la victoria de Gustavo Petro de la coalición de izquierda Pacto Histórico, como lo menciona en (Banco Mundial 2022), más de 22 millones de colombianos salieron a votar, lo que corresponde a una participación del 58%, siendo esta la más alta desde 1998. Petro (Pacto Histórico) obtuvo 11.280.200 votos (50,4%) y Rodolfo Hernández (Liga de Gobernantes Anticorrupción) 10.579,106 votos (47,3%), en donde se evidencia una clara división de la mitad del país. Dentro de las principales prioridades del gobierno Petro se encuentran consolidar la paz, la justicia social, la justicia ambiental y el cambio para las mujeres.

De acuerdo con el medio digital británico (Open Democracy 2022), la victoria de Gustavo Petro tiene raíces profundas en la desigualdad, la violencia y los déficits del Estado colombiano, pero el impulso definitivo a su victoria llegó tras el descontento, la indignación por el maltrato y el desprecio acumulados por los colombianos tras décadas de gobiernos conservadores. Los más de 40 días de protestas y los 80 muertos causados por la brutal represión del gobierno durante el estallido social de 2021 fueron el detonante principal.

Su gobierno se verá enfrentado a grandes retos por la Colombia que recibe ya que cuatro de cada diez habitantes del país viven en la pobreza y casi 20 millones viven sin poder cubrir sus necesidades básicas de alimentación; lo cual indica que el 6,1% viven en la pobreza extrema. Según el Banco Mundial, Colombia es el segundo país con mayor desigualdad en América Latina, después de Brasil; el gobierno Duque deja un déficit fiscal de 83%, pues los gastos del país superan de largo sus ingresos y sin embargo las políticas sociales son extremadamente débiles y en amplias zonas del país, el Estado está, simplemente desaparecido. (Open Democracy 2022)

Asimismo, el diario chileno (La Tercera 2022), afirma que la asunción de Gustavo Petro como presidente de Colombia hace poco más de una semana marcó un hito en la historia del país ya que es la primera vez que un gobierno de izquierda toma las riendas del poder, relegando a un segundo plano a los partidos tradicionales que han ocupado la Casa de Nariño. Un hecho que fue posible tras los acuerdos de paz de 2016, que pusieron fin a más de 50 años de conflicto armado interno en el país, desmovilizando a la mayor y más antigua guerrilla aún operativa en el continente. La propia historia del nuevo Mandatario colombiano, que fue miembro del movimiento M19, otro grupo insurgente de izquierda desmovilizado a comienzos de la década de los 90, había jugado en contra de sus posibilidades de asumir la Presidencia. La nueva realidad colombiana permitió atenuar las históricas reticencias de la ciudadanía hacia un gobierno de izquierda.

Visión del sector empresarial

En cuanto a la visión actual de los empresarios ante la victoria del nuevo presidente, el diario colombiano (El país 2022), asegura que, cafeteros, ganaderos y pequeños emprendimientos aún tienen temores frente a las reformas energéticas, rurales y tributarias del nuevo gobierno en medio de una crisis económica, pero algunos empresarios ven el cambio con algo de optimismo ya que en su discurso de victoria, aseguró que su gobierno desarrollará el capitalismo en Colombia aunque su victoria electoral representa el triunfo de los que poco han tenido, los campesinos sin tierra o los desempleados por la pandemia. Por eso, entre quienes esperan nerviosamente las reformas del cambio están muchos empresarios, que esperan con ansiedad cómo va a ser el gobierno del mandatario de izquierda que prometió revolucionar el sector económico. Unos, como los ganaderos, aún están temerosos ante una reforma rural. Otros, como los que se dedican a la tecnología o los que tienen pequeños emprendimientos, tienen un moderado optimismo ante la reforma fiscal o las promesas de modernización. Lo que los reúne, sin embargo, es la incertidumbre que hay aún ante los próximos cuatro años en medio de una coyuntura internacional muy desfavorable: una alta inflación, una posible recesión, y el creciente precio del dólar o de los combustibles.

¿Cómo afectan las decisiones de Petro al sector empresarial?

Como lo menciona la revista colombiana (Semana 2022), en el caso de pequeñas empresas como Aseneg, tras la victoria de Gustavo Petro, la Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Acopi) le dio un saludo al nuevo presidente del país y le extendió la mano para que trabajen en conjunto y sostuvo que desde este momento es importante seguir impulsando el desarrollo económico que ha traído Colombia desde el 2020, destacando que este ha sido ejemplo no solo en América Latina, sino en el mundo entero.

Las doce seccionales representadas en Acopi confirmaron que están dispuestas a trabajar con el nuevo gobierno en políticas públicas diferenciales para las mypimes, que les darán un crecimiento sostenible y así recuperar y generar puestos de trabajo estables y, por ende, mejorar la calidad de vida de los colaboradores y sus familias.

Esto indica que, si se generan nuevos puestos de trabajo, empresas como Aseneg que suministra personal a otras compañías, tiene una gran oportunidad de crecimiento con el reclutamiento de talento humano para diversos sectores contribuyendo de esta manera el desarrollo económico en todo el territorio nacional.

Económico

Así como lo indica el (Banco Mundial 2022), Colombia tiene un historial de gestión fiscal y macroeconómica prudente, basado en un régimen de inflación objetivo, una tasa de cambio flexible y un marco fiscal basado en reglas, lo cual permitió un crecimiento ininterrumpido de la economía desde el 2000 y generó un espacio de políticas que permitió responder a la crisis de la COVID-19 que fue respaldada por las acciones inmediatas y decisivas que el gobierno de la época tomó para proteger vidas, ingresos, empleos y empresas, así la actividad económica ha venido recuperándose aceleradamente, y, en junio del 2021, alcanzó casi los mismos niveles de finales del 2019, a pesar de una contracción temporal debida a las restricciones de movilidad en abril y las protestas sociales en mayo.

Sin embargo, Colombia se enfrentó a la crisis con retos preexistentes. La dinámica de la productividad ha frenado el crecimiento económico durante los últimos años; un factor como las exportaciones están mayormente concentradas en "commodities" no renovables (petróleo particularmente), lo que incrementa la exposición a los choques externos. Además de esto, la deuda del gobierno con relación al PIB ha incrementado desde el 2012, reduciendo el espacio para subir el déficit, es por esto por lo que se espera que, en el mediano plazo, y debido a las cicatrices dejadas por la crisis del COVID-19, la confianza de los actores

económicos aumente en la medida que el gobierno pueda estabilizar la situación fiscal y reduzca los niveles de deuda. (Banco Mundial 2022)

Asimismo, el informe de la (OCDE 2022), indica que la economía colombiana se ha recuperado de manera notable de la crisis del 2020 y lo que ha logrado evitar los riesgos externos ha sido la pronta respuesta de las políticas monetarias y fiscales. También las políticas macroeconómicas sólidas ya que actualmente están sentando las bases para una recuperación continuada con el fin de garantizar la sostenibilidad de las cuentas fiscales. No obstante, se puede notar que, a lo largo de las últimas décadas, Colombia gozó de una estabilidad económica notable gracias a sus políticas macroeconómicas sólidas; pues el historial de manejo prudente de las cuentas fiscales junto con una regla fiscal recientemente mejorada, buenas metas de inflación y un tipo de cambio flexible sentarán las bases para un repunte de la demanda interna.

El informe mencionado asegura que el desempleo ha disminuido y se sitúa en unos 1,5 puntos porcentuales por encima del nivel de finales de 2019. Sin embargo, el mercado laboral se ha caracterizado por distintos desafíos estructurales, incluyendo la elevada informalidad que se presenta, los trabajadores informales, los jóvenes y las mujeres se vieron afectados durante la pandemia, lo que ha potenciado aún más las desigualdades ya existentes.

Ilustración 1. Tasas de desempleo

Gráfico 1. El mercado laboral se ha recuperado

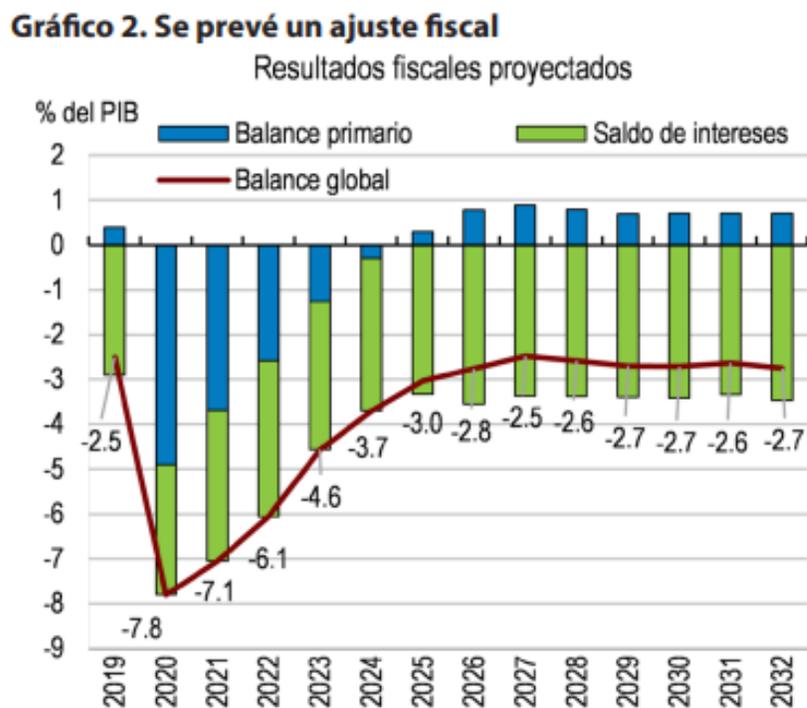


Fuente: Informe OCDE 2022

Es evidente que el desempleo ha tenido una disminución considerable, lo representa un panorama favorable para empresas como Aseneg, en donde la probabilidad de que otras empresas requieran sus servicios para la contratación y el suministro de personal sea alta.

Por otro lado, la regla fiscal se suspendió acertadamente durante 2020 y 2021 para poder brindar ayudas fiscales a la economía y por supuesto a los hogares más vulnerables del país. Se puede ver que la deuda pública ha aumentado en 13,5 puntos porcentuales del PIB y los costos de financiamiento también se han incrementado. Con esto, la reciente reforma tributaria buscará el camino para llevar a cabo un ajuste fiscal gradual, se espera que la deuda se estabilice en torno al 59% del PIB durante los próximos diez años, 8,5 puntos porcentuales por encima de los niveles anteriores a la pandemia, lo que implica un descenso de los colchones fiscales y reduce el margen para reaccionar ante posibles acontecimientos adversos que se produzcan más adelante.

Ilustración 2. Ajuste Fiscal



Fuente: Informe OCDE 2022

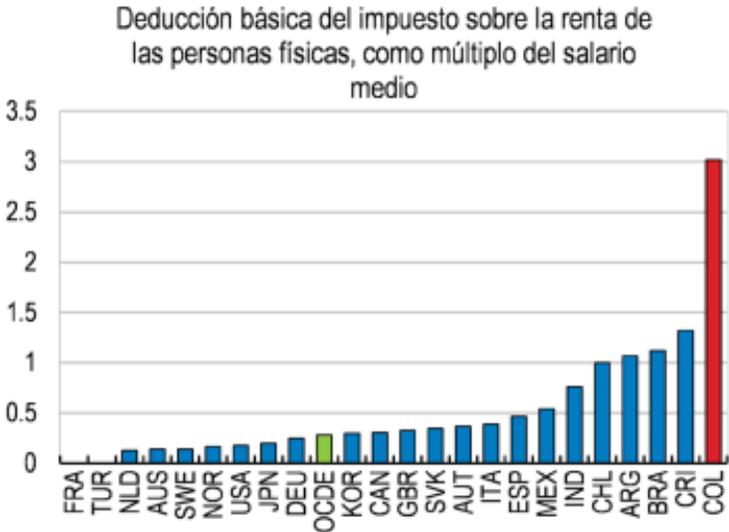
Se puede notar que la presión competitiva es baja y cada vez menor en varios sectores, lo que puede explicar en parte la débil productividad, pues las regulaciones dificultan en gran medida la entrada al mercado de nuevas empresas, mientras que la informalidad de las empresas y del empleo generan un terreno de juego desigual e incentivan que las empresas sigan siendo pequeñas. Pero en el

caso de las que ya se encuentran consolidadas en el mercado pueden sacar provecho de que la amenaza de nuevos entrantes al mercado sea moderada.

Además de estos factores internos, las barreras arancelarias y no arancelarias que actualmente existen en el país, así como la elevada dispersión de los aranceles y el aumento de las tasas máximas, dificultan una mayor participación en el comercio internacional y en los flujos de inversión. Se debe tener en cuenta que las exportaciones se siguen concentrando en un reducido número de sectores de materias primas y de socios comerciales como se mencionó anteriormente.

Ilustración 3. Impuesto de renta

Gráfico 3. Pocas personas están sujetas al impuesto a la renta



Nota: El gráfico muestra el nivel de ingresos a partir del cual los contribuyentes empiezan a pagar el impuesto a la renta de las personas, en relación con los salarios promedio.

Fuente: Informe OCDE 2022

Social

Además de la crisis económica mencionada, diversos aspectos sociales también se vieron afectados, como lo menciona el (Banco Mundial 2022), los cierres de las escuelas y el aprendizaje a distancia no solamente afectaron el aprendizaje, sino que también la productividad laboral será un factor que cueste más trabajo poniendo a los jóvenes de familias de bajos ingresos en una posición de desventaja. A pesar de la creación del programa de transferencias de dinero no condicionado "Ingreso Solidario" y el programa de compensación de IVA a los hogares pobres, que

ayudaron a aliviar el impacto de la pandemia sobre la pobreza, las pérdidas de trabajo y de ingreso que los hogares sufrieron durante este año borraron los resultados en reducción de la pobreza que se habían logrado a lo largo de una década. También, el efecto de una menor actividad en el recaudo tributario combinado con el mayor gasto en salud y en medidas de emergencia, incrementó de manera exponencial la relación deuda como porcentaje del PIB, y el país perdió su grado de inversión.

No obstante, se puede identificar que, en el largo plazo, tanto el crecimiento como la inclusión social se ven atrapados por debilidades en materia de políticas estructurales, que impiden que por lo menos más de la mitad de la población activa acceda a empleos formales y a la protección social, al mismo tiempo que impiden que las empresas crezcan y aumenten su productividad. Si Colombia logra mejorar los aspectos mencionados, podrá dar un salto significativo mejorando sus niveles de bienestar.

Teniendo en cuenta el informe ejecutivo de Colombia realizado por la (OCDE 2022), se encontró que Colombia no solamente posee uno de los niveles de pobreza más altos de América Latina, sino que también factores como la desigualdad de ingresos e informalidad del mercado laboral hacen que el país encabece la lista. A pesar de una respuesta contundente a la crisis que se vivió en el 2020, las prestaciones sociales apenas contribuyen a paliar las desigualdades y la gran parte del gasto social no se está destinando para ayudar a los más desfavorecidos, sobre todo en el caso de las pensiones.

De igual manera, dentro de los hallazgos de este informe, se evidencia que más del 60 % de la población tiene empleos informales y no tienen acceso a prestaciones de la seguridad social, a excepción de la atención sanitaria. Es evidente que un factor clave de la informalidad son los elevados costos no salariales que financian las prestaciones de la seguridad social del sector formal y el elevado salario mínimo, cuyo nivel se aproxima al del salario mediano. Esta situación hace que los empleos formales tengan un elevado costo y se promueve un círculo vicioso que sigue generando informalidad y exclusión.

Es evidente que desvincular el acceso a la protección social del estatus del trabajador en el mercado laboral es el principal se convierte en uno de los principales retos para romper la actual dualidad de ingresos y de calidad del empleo. Lo recomendado en este caso por la OCDE es poner a disposición de todos los colombianos un nivel básico y universal de protección social mediante la fusión de los regímenes paralelos de transferencias monetarias, pensiones y salud, junto con un conjunto más amplio de prestaciones para aquellos que puedan aportar más.

Esta recomendación representa un gran reto para empresas como Aseneg, ya que deberán crearse incentivos tanto para la población que actualmente se encuentra realizando trabajos informales como para las empresas que requieren personal y puedan contratar personal altamente capacitado para lograr los objetivos corporativos.

Tecnológico

Actualmente el sector tecnológico se posiciona como uno de los que más ha crecido durante y después de la pandemia en cualquier parte del mundo, como lo indica (Medina 2022) gracias al reporte digital global se ha hecho visible el impacto que tienen los dispositivos móviles, las redes sociales, las aplicaciones y la publicidad en los usuarios colombianos.

Dentro del estado general del uso de móviles, internet y redes sociales se encontró que, en Colombia, la población total está conformada por 51 millones de personas, de las cuales el 82% está residenciada en zonas urbanizadas en donde hay más de 65 millones de teléfonos conectados lo cual indica que cada colombiano posee, en promedio, 1.2 celulares.

Por otra parte, el número de usuarios conectados a internet es de 35.50 millones, es decir, el 69% de la población total tiene acceso a este servicio y en cuanto al uso de las redes sociales, el país tiene 45 millones de usuarios activos, lo que representa el 81% de la población.

Este informe también indica que del 2021 al 2022 la población ha crecido +0,63% (325 mil personas) y el número de celulares conectados +7.3%, entonces hay 4.4 millones de dispositivos nuevos, el número de usuarios de Internet aumentó 2.2%, lo equivalente a 770 millones de personas. Mientras que los usuarios conectados a redes sociales aumentaron + 7.2%, es decir, se crearon 2.8 millones perfiles.

Teniendo en cuenta estos datos, se evidencia que 35.5 millones de personas son usuarios activos de Internet desde cualquier dispositivo tecnológico como smartphone, Tablet, laptop, consola de video juego, TV, entre otros. Con lo que se puede notar que el 69% de la población total de Colombia es usuaria activa de Internet y el 94% de este total accede usando dispositivos móviles y el factor más importante de este estudio es que el tiempo promedio que los usuarios pasan en la web desde cualquier dispositivo tecnológico, es de 10 horas y 03 minutos.

Como lo menciona (La FM 2022), para el presente año todo indica que seguirá creciendo la digitalización y la virtualidad de las empresas en Colombia y el mundo ya que la distribución y volúmenes de contenido, conectividad, velocidad,

ciberseguridad y procesamiento serán los protagonistas para darle paso a la realidad interactiva de lo físico y lo virtual.

Luis Carlos Guerrero, presidente de Lumen Technologies en Colombia explicó cuáles serán las tendencias tecnológicas que impactarán al mundo durante el 2022.

- **Modelo de trabajo híbrido:**

La pandemia del 2020 influyó de manera significativa en los modelos de trabajo de las organizaciones y las maneras de adaptarse a esta nueva normalidad. Durante el transcurso del presente año muchas empresas han buscado integrarse a un modelo híbrido que combine la presencialidad y la virtualidad.

La firma Cifras y Conceptos junto con la Universidad del Rosario realizó una encuesta en donde reveló que al menos el 55% de la población colombiana prefiere trabajar en un modelo híbrido flexible, combinando la asistencia a las oficinas con trabajo en casa, una vez inicie el regreso a la presencialidad.

- **Procesamiento híbrido de datos:**

Con llegada de tecnologías como automatización, inteligencia artificial, analítica, atención a los clientes y usuarios, se debe tener en cuenta que las soluciones tradicionales ya no son aplicables a las necesidades modernas, puesto que muchas empresas se encuentran en constante cambio, ya sea hacia modelos Servicio en Data Centers privados (Nubes Privadas) o soluciones de IT híbridas – es decir, soluciones en las nubes públicas y en las nubes privadas.

Por este motivo las aplicaciones cada día serán más portables de tal manera que puedan moverse de acuerdo con condiciones de costo y eficacia desde unas nubes hacia otras.

- **Ciberseguridad:**

Este tema se ha convertido en uno de los más relevantes para este 2022 debido a que los delincuentes informáticos cada día tienen herramientas más sofisticadas y sobre todo económicas para afectar a las empresas y es por esto por lo que ahora se presentan más retos con el fin de garantizar la seguridad de sus redes.

Así como lo indica el informe anual de tendencias 2021 – 2022 presentado por la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones, el costo del cibercrimen alcanzará en 2025 los 10.5 billones de dólares y los ciberdelitos se consolidaron como la más grande modalidad delictiva en Colombia en los últimos tres años, con un aumento del 115% según el número de denuncias

acumuladas presentadas por la fiscalía general de la Nación entre 2020 y 2021 con respecto a 2019.

- **Inteligencia artificial:**

En el pasado se hablaba acerca de la digitalización de las empresas como una ventaja competitiva y actualmente todas las empresas son digitales: tiendas, industria, agro, educación, seguros, banca y finanzas. Pues la gran mayoría cuenta con Inteligencia artificial, cuya función es ayudar en diversos procesos como las áreas de servicio al cliente, gestión logística, revisión de inventarios, vehículos autónomos, ropa y calzado hecho a la medida, en vivo y en directo.

- **Mayor demanda de redes adaptativas:**

Hoy en día las empresas necesitan más que nunca acceder a conexiones y redes adaptativas, pero sobre todo escalables que le permitan atender las necesidades de los entornos a los que se enfrentan. Pues las prioridades de los usuarios se optimizan con el uso de los recursos que la empresa ha desarrollado, de modo que estas redes pueden tener una seguridad robusta y también tener soluciones adicionales que ayuden al desempeño operativo de las empresas.

Teniendo en cuenta todas estas características e innovaciones tecnológicas que trajo consigo la pandemia del covid-19, las empresas deben empezar adoptar las que más sean convenientes para sus modelos de negocio con el fin de aumentar su productividad y cumplir a cabalidad todos sus objetivos, de lo contrario se empezaran a quedar rezagadas frente a sus competidores y al mercado en general.

Ecológico

Dentro de los aspectos ecológicos en Colombia se destaca la legislación sobre medio ambiente y se debe tener en cuenta que es bastante amplia y en algunas ocasiones compleja, según (Nuevas normas ISO 2015), las organizaciones pequeñas pueden encontrar dificultades al cumplirla; en relación con la norma ISO 14001, para facilitar el cumplimiento de la legislación ambiental; las pymes se encuentran con diferentes dificultades para atender, lo que le deja poco margen a la acción en todo aquello que no sea una prioridad. Si se suman las diferentes obligaciones que se aplican a distintas actividades, las numerosas autorizaciones, los registros y los requisitos que se encuentran relacionados con la prevención de

impactos al medio ambiente, se pueden alcanzar altos niveles de complejidad. Los directivos de las pymes deben pensar en contratar los servicios de expertos para poder ofrecer una respuesta a la estricta legislación.

Con el fin de evitar problemas a largo plazo dentro de la organización, las principales leyes que deben tener son:

- **Ley de responsabilidad ambiental:**

La ley básica para las pymes es la responsabilidad ambiental. Se aplica a diferentes actividades económicas y regula la responsabilidad a la hora de prevenir, evitar y reparar daños ambientales. La ley establece la responsabilidad de los operadores causantes de los daños. Las pymes deben conocer bien esta ley para saber cuáles son los límites a la hora de respetar el medio ambiente.

- **Ley de aguas:**

Se obliga a las organizaciones que originen o pudieran originar vertidos, a gestionar autorizaciones administrativas para poder hacerlo.

- **Ley de residuos y suelos contaminados:**

Se aplica a todas las organizaciones. Se definen las obligaciones de las actividades que generan residuos, los documentos que se deben tramitar, entre otros.

- **Ley de envases y residuos:**

Se aplica a las empresas que son agentes relacionados con productos envasados, y se debe incluir en el plan empresarial la prevención de residuos de envases para evitar problemas legales.

- **Ley de ruido:**

Esta ley establece diferentes sanciones por infracciones cuando se superan los límites establecidos relacionados a la contaminación acústica.

- **Ley de evaluación ambiental:**

Es un texto preventivo que invita a las organizaciones a desarrollar un estudio de evaluación ambiental antes de conseguir la aprobación e inicio de la actividad. Es indispensable que la empresa conozca la ley junto con sus actualizaciones para tener licencia de obra y desarrollar los programas de mitigación a efectos ambientales.

- **Ley de calidad del aire y protección de la atmósfera:**

Esta ley se permite establecer las actividades que son más contaminantes, es decir, aquellas que ya sea por su ubicación o por los procesos que lleva a cabo, requieren de un régimen de control específico.

- **Ley de derechos de emisión de gases de efecto invernadero:**

Esta pretende regular la emisión de gases de efecto invernadero puesto que exige a la empresa cumplir con los requisitos para el comercio de derechos de emisión de gases de efecto invernadero.

Evidentemente estas regulaciones en materia ambiental permiten que las empresas tengan un panorama más claro de lo que está permitido y deben hacer dentro de sus organizaciones, lo que genera una gran oportunidad para contribuir al planeta y a la vida sana no solamente de la población actual, sino que también de las futuras generaciones.

Legal

Dentro de la regulación a las empresas de outsourcing como Aseneg se destaca que el proceso principal de estas compañías consiste en el suministro de personal o la realización de algún tipo de actividad; lo que ocurre mediante el proceso de tercerización.

Tal y como lo menciona el diario colombiano (Portafolio 2014), los principales ítems que definen al “outsourcing” tienen que ver con el hecho de que el proveedor es un tercero especializado y se encarga de hacer apenas una parte del proceso de producción de su cliente, ese tercero especializado es autónomo, les puede prestar servicios simultáneamente a varios clientes, lo hace con su propio personal o trabajadores, no existe ningún tipo de subordinación entre los trabajadores del tercero y el cliente, y el tercero especializado actúa bajo su propia cuenta y riesgo.

“En el marco del auge de la tercerización de servicios por cuenta del buen momento por el que atraviesa la economía colombiana es claro que se presentan casos de intermediación laboral que afectan la calidad de vida y que van en contravía de los derechos del trabajador”, afirmó Eduardo Bejarano, director de Derechos Fundamentales del Ministerio de Trabajo.

La norma establece que una actividad de tercerización se vuelve intermediación laboral cuando el cliente es dueño de los medios de producción por ejemplo maquinaria e instalaciones, en los que operan los trabajadores del tercero especializado, el cliente ejerce mando y da órdenes sobre los trabajadores de la empresa que hace la tercerización, el cliente determina a que trabajador en particular se contrata o se desvincula, siendo “presuntamente” empleados del

tercero especializado, o el tercero especializado no tiene independencia económica, pues depende del cliente.

Si esto es así, dada la situación en la cual la tercerización de los servicios constituya una contratación indirecta de los trabajadores en la cual se presenten casos de subordinación se estaría incumpliendo la Ley 1429 de 2010.

Teniendo en cuenta esto, es preciso aclarar que los principales competidores de Aseneg son las empresas de servicios temporales, no obstante, la regulación en materia legal es distinta ya que de acuerdo con el artículo 74 de la ley 50 de 1990 «Es empresa de servicios temporales aquella que contrata la prestación de servicios con terceros beneficiarios para colaborar temporalmente en el desarrollo de sus actividades, mediante la labor desarrollada por personas naturales, contratadas directamente por la empresa de servicios temporales, la cual tiene con respecto de éstas el carácter de empleador.»

Los trabajadores contratados por medio de una empresa de servicios temporales son contratados por un plazo de 12 meses máximo, si excede este plazo debe ser contratado directamente por la empresa de acuerdo con el artículo mencionado «Si cumplido el plazo de seis (6) meses más la prórroga a que se refiere el presente artículo, la causa originaria del servicio específico objeto del contrato subsiste en la empresa usuaria, esta no podrá prorrogar el contrato ni celebrar uno nuevo con la misma o con diferente Empresa de Servicios Temporales, para la prestación de dicho servicio.» (Gerencie 2022)

1. Diagnóstico

1.1 Diagnóstico del entorno

1.1.1. Características del sector:

ASENEG se encuentra en el sector de Servicios de Apoyo de Negocios y en el subsector de Contratación de Talento Humano; su mercado principal es el de las empresas de servicios de contratación y su cliente más importante es el Banco de Bogotá, que solicita servicios de suministro de personal para un desempeño más especializado en áreas administrativas, financieras y tecnológicas.

De acuerdo con (Fiduprevisora 2021), los servicios de tercerización han sido usados como una herramienta para descentralizar procesos y mejorar las estructuras organizacionales, con el fin de disminuir inversiones en activos fijos innecesarios para la elaboración de los productos principales de la

empresa, permitiendo adaptarse más fácil a los cambios del mercado y así centralizar sus recursos en el core de su negocio; ampliando las posibilidades de la empresa sin delegar autoridad. Actualmente hay procesos y áreas que pueden ser manejadas por otras compañías que cuenten con el conocimiento, la experiencia, la capacidad económica y tecnológica para obtener mejores resultados.

Estos procesos de apoyo están siendo tercerizados por empresas de todos los tamaños, desde multinacionales hasta PYMES que tienen que ver con la gestión del capital humano.

En Colombia se puede notar que la gestión humana ha cambiado su visión, pasando de ser operativa solamente en la administración de personal, a dirigir sus procesos hacia la estrategia del negocio orientándose al logro de los objetivos de la empresa, para hacerla más competitiva en el mercado, por medio de la atracción y retención del talento que conforma la organización.

Indicadores del Sector Servicios Administrativos, de Apoyo y Servicios de Manejo y Recuperación de Residuos (56). Informe EMIS.

A continuación, se muestran los principales indicadores de la industria obtenidos de los estados de situación financiera de las compañías pertenecientes a este sector.

Tabla 1. Indicadores de industria

Tamaño	2021	2020	2019	2018	2017
Ventas	23,475,752	17,998,112	13,579,475	12,431,597	10,993,362
Activos	41,978,496	35,641,648	28,005,188	23,959,804	19,884,426
Utilidad	2,856,414	584,391	1,734,963	2,005,841	1,017,536
Patrimonio	24,420,966	19,241,120	16,965,374	14,763,615	11,597,040

Crecimiento	2021	2020	2019	2018	2017
Crecimiento en Ventas %	30.43%	32.54%	9.23%	13.08%	7.17%
Crecimiento / Disminución en Activos	17.78%	27.27%	16.88%	20.50%	-42.64%
Crecimiento / Disminución en Utilidad Neta	388.78%	-66.32%	-13.50%	97.13%	-50.62%
Crecimiento (Disminución) del Patrimonio	26.92%	13.41%	14.91%	27.31%	12.67%

Rentabilidad	2021	2020	2019	2018	2017
EBITDA	4,553,081	1,665,168	2,724,284	2,578,304	1,604,281
Utilidad Neta / Ventas	12.17%	3.25%	12.78%	16.14%	9.26%
Rentabilidad de Activos	6.80%	1.64%	6.20%	8.37%	5.12%
Utilidad Neta / Patrimonio	11.70%	3.04%	10.23%	13.59%	8.77%
Utilidad Operacional / Ventas	15.97%	5.16%	16.60%	18.23%	11.79%

Endeudamiento		2021	2020	2019	2018	2017
Endeudamiento	□ □	41.83%	45.26%	39.37%	38.13%	38.91%
Apalancamiento	□ □	71.90%	83.84%	64.99%	61.89%	66.72%
Pasivo Total / Ventas	□ □	74.79%	89.63%	81.20%	73.50%	70.38%
Pasivo Corriente / Pasivo Total	□ □	55.70%	64.22%	57.63%	61.15%	64.89%

Eficiencia		2021	2020	2019	2018	2017
Rotación de Cobro	□ □	109	106	104	112	103
Rotación de Inventario	□ □	21	12	8	11	11
Rotación de Proveedores	□ □	84	75	89	101	90
Ciclo Operativo	□ □	130	118	112	123	114

Liquidez		2021	2020	2019	2018	2017
Ratio Corriente	□ □	1.78	1.24	1.62	1.56	1.56
Prueba Acida	□ □	1.69	1.20	1.59	1.52	1.52
Capital de Trabajo	□ □	7,638,172	2,537,181	3,953,627	3,134,591	2,811,211

Otros		2021	2020	2019	2018	2017
Rentabilidad Bruta	□ □	31.90%	19.05%	32.64%	32.69%	34.93%

Otros		2021	2020	2019	2018	2017
Rentabilidad Bruta	□ □	31.90%	19.05%	32.64%	32.69%	34.93%

Import. / Export		2021	2020	2019	2018	2017
Importaciones - FOB US\$	□ □	USD\$0	USD\$0	USD\$234,418,848	USD\$120,808,648	USD\$52,759,456
Exportaciones - FOB US\$	□ □	USD\$0	USD\$0	USD\$1,175,089	USD\$5,619,425	USD\$139,985

Nomina		2021	2020	2019	2018	2017
Total de Empleados	□ □	242,350	217,022	194,798	168,205	158,870

Fuente: EMIS Servicios de apoyo de negocios.

De acuerdo con los datos relacionados en donde se analizan diversos indicadores de más de 1,600 compañías en Colombia, se evidencia que el sector de servicios de apoyo ha presentado un crecimiento durante los últimos años, pues en el 2017 el crecimiento de las ventas era de 7,17% mientras que para 2018 y 2019 fue del 13,08% y 9,23% respectivamente. En el 2020 y a pesar de que muchas compañías tuvieron decrecimientos en sus ventas por la pandemia del covid 19, este sector tuvo un crecimiento en las ventas de 32,54% y en el 2021 de 30,43%, lo que se evidencia en los niveles de liquidez de este último periodo pasando de 1.24 a 1.78.

La pandemia trajo consigo una oportunidad de crecimiento para este sector ya que en el 2020 se generaron más de 20.000 empleos y para agosto del 2021 35.000, lo que puede traer una alta expectativa de crecimiento en el 2022, además, Colombia cuenta con diversas ventajas de geografía, costos, talento humano y beneficios tributarios. Es por esto por lo que, diversas

entidades promotoras del país siguen impulsando las exportaciones del sector esperando posicionarse como uno de los más atractivos para la industria de servicios en la región ya que el sector BPO fue uno de los que más rápido se adaptó al cambio que impuso la pandemia, mediante la transformación digital. (EMIS 2021)

En cuanto al EBITDA del sector, este indicador permite observar el beneficio de estas compañías antes de restar los intereses que se deben pagar por las deudas adquiridas, los impuestos, las depreciaciones y amortizaciones de las inversiones realizadas y de acuerdo con los resultados de cada año, para el 2019 fue de 5,66%, para el 2020 de -38,88%, pero para el 2021 crece de manera rápida representando un 173,43%.

En nivel de endeudamiento se mantuvo estable durante el periodo del 2018 al 2019 con un promedio de 38,75%, mientras que en el 2020 y debido a la pandemia mencionada anteriormente fue 45,26%, lo que indica que la compañía tiene un nivel elevado de deuda, sin embargo, este disminuyó en el 2021 siendo 41,83%, por ende, los pasivos totales / ventas pasaron de 89,3% a 74,79% respectivamente.

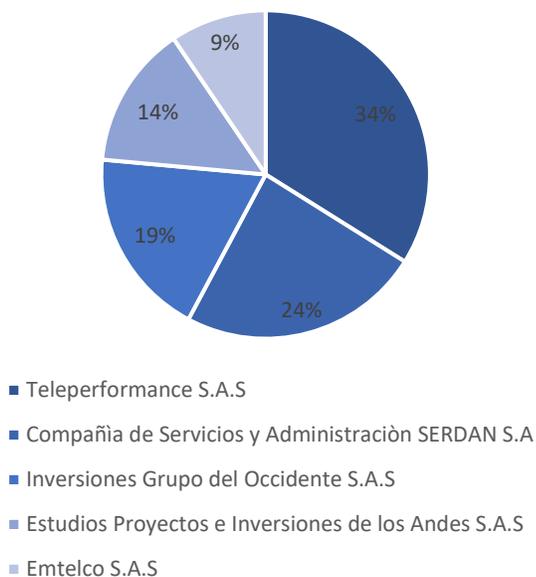
Las rotaciones de cobro indican el tiempo que las cuentas por cobrar tardan para convertirse en efectivo y en el caso del sector de servicios de apoyo de negocios presentaron un aumento del 2020 al 2021 pasando de 106 días a 109, por lo que están tardando más en la recolección de efectivo, la de inventarios pasó de 12 a 21 días y la de proveedores de 75 a 84.

Por ultimo y como un indicador relevante de este análisis sectorial se puede notar que la rentabilidad bruta en el 2019 fue de 32,64%, decreciendo significativamente en el año de pandemia con 19,05% pero recuperándose rápidamente en el 2021 con un 31,9%, por lo que el sector tiene probabilidades de ir creciendo en los próximos años si la economía se mantiene estable y se muestra atractivo para los inversionistas.

Nivel de Concentración

Ilustración 4. Nivel de concentración

Nivel de Concentración



(EMIS 2021)

Para el nivel de concentración del sector servicios de apoyo de negocios se encuentran más de 1,300 compañías que son evaluadas por su nivel de ventas durante el 2021, esto permite saber cuál es la cuota de mercado de cada uno de ellos y por lo tanto su posición dentro del sector.

Como se observa en el gráfico, se destacan las primeras cinco compañías en el orden de sus ingresos durante el 2021, la más grande dentro de este sector es Teleperformance con 34%, seguido de SERDAN 24%, Inversiones Grupo de Occidente 19%, Inversiones de los Andes 14% y finalmente Emtelco 9%.

Estos datos permiten tener mayor claridad de las empresas pertenecientes al sector que tiene un mayor posicionamiento en el mercado con respecto a las otras 1300 registradas.

Se debe tener en cuenta que Aseneg es una empresa de outsourcing, pero no es una empresa de servicios temporales, sin embargo, como suministra personal a otras compañías, sus competidores dentro del sector son las grandes multinacionales como Adecco, Eficacia, Serdán, Manpower Group, Grupo Acción Plus, entre otras que se explicaran más adelante en la Matriz de Perfil Competitivo MPC.

Cientes

En Colombia, se presenta un crecimiento de las compañías dedicadas a suministro de personal y de servicios tecnológicos, y lo vivido en 2020 impulsó más su participación en la economía ya que este sector registró exportaciones por USD 1.200 millones y generó más de 20.000 nuevos empleos, lo cual fue considerado como un comportamiento atípico en medio de la crisis. BPrO indica que esta industria representa 14% de las

Ilustración 5. Cientes



exportaciones de servicios del país y su demanda se fortalece cada día más. Pues sus principales industrias atendidas son telecomunicaciones 27,5%, banca y servicios financieros 17,5%, consumo masivo y salud 12,5%, seguros 10% y otro tipo de sectores 32,5%. (Semana 2021)

En cuanto a los clientes de las empresas de este sector y de acuerdo con un estudio realizado por el grupo AccionPlus, los sectores que ocupan el mayor número de trabajadores bajo la modalidad de tercerización (BPO) son el industrial y el financiero, seguidos por el Retail, los Call Centers y la fuerza de ventas.

Por este motivo, los clientes se benefician al transferir procesos específicos de sus operaciones hacia las BPO, pues se ha demostrado que la tercerización reduce sus costos operacionales hasta en un 20%. Durante los últimos años muchas Pymes se han beneficiado con este modelo, ya que les

permite solucionar el problema logístico y de operación que tiene la carga prestacional de sus colaboradores. (La FM 2019)

Tipos de Clientes

Empresas que contratan servicios de outsourcing

De acuerdo con EAE Business School (2021), los ejemplos de empresas que utilizan outsourcing aumentan cada día más, pues las organizaciones confían en este tipo de compañías altamente especializadas ya que, al externalizar procesos, pueden centrarse en los aspectos que mejor saben hacer. De esta forma, maximizan el rendimiento minimizando los costos.

El proceso de externalización de servicios no sólo se aplica a los sistemas de producción, sino que abarca la mayoría de las áreas de la empresa. Es por esto por lo que dentro de los ejemplos de outsourcing más comunes se encuentran:

- **Outsourcing de los sistemas financieros:**
Se encarga de externalizar el análisis de las posibilidades económicas de las empresas, especialmente el asesoramiento, resulta relevante en procesos de expansión y durante periodos de crisis.
- **Outsourcing de los sistemas contables:**
Los clientes dejan en manos de la empresa de outsourcing la economía diaria de la empresa y el ahorro respecto a tener un contable propio puede llegar a ser del 60%.
- **Outsourcing en el área de Recursos Humanos:**
Esta es un área estratégica de la empresa por lo que se le delega a expertos para mejorar resultados y agilizar procesos de selección, evaluación y formación.
- **Outsourcing de los servicios informáticos:**
El soporte o mantenimiento de los servicios informáticos requiere de profesionales con conocimientos específicos en informática, por este motivo muchas empresas optan por externalizar estas áreas.
- **Outsourcing de los sistemas administrativos:**

Las tareas administrativas que resultan densas y complejas se externalizan para ahorrar tiempo a las personas.

- **Outsourcing de actividades secundarias:**
Producción, sistema de transporte, actividades del departamento de ventas y distribución o proceso de abastecimiento, entre otros.

Comportamientos del Mercado

Industria en Colombia

Como lo afirma la agencia de promoción de inversión para Bogotá (Invest in Bogotá 2021), en la capital, la industria de tercerización de servicios (BPO) ha tomado gran relevancia en la recepción de inversión extranjera gracias a factores como disponibilidad, calidad, costo de mano de obra, conectividad, dinámicas de mercado, posición estratégica privilegiada y apoyo gubernamental. Por lo que todas estas ventajas logran consolidar a Bogotá como uno de los mejores entornos de América Latina para la prestación de servicios de Contact Center y Centros de Servicios Compartidos (CSC).

A partir de esto, se debe tener en cuenta que Colombia se logrado posicionar como el cuarto mayor mercado en Latinoamérica en BPO después de Brasil, México y Costa Rica ya que cuenta con un tamaño cercano a los USD 23.000 millones y ha presentado un crecimiento promedio anual del 19% en los últimos 7 años.

Es por este motivo que diferentes empresas extranjeras y locales instaladas en Bogotá se dedican a la prestación de varios servicios de contact center y back-office entre como TI, financieros, recursos humanos, ventas, compras y logística, entre otros.

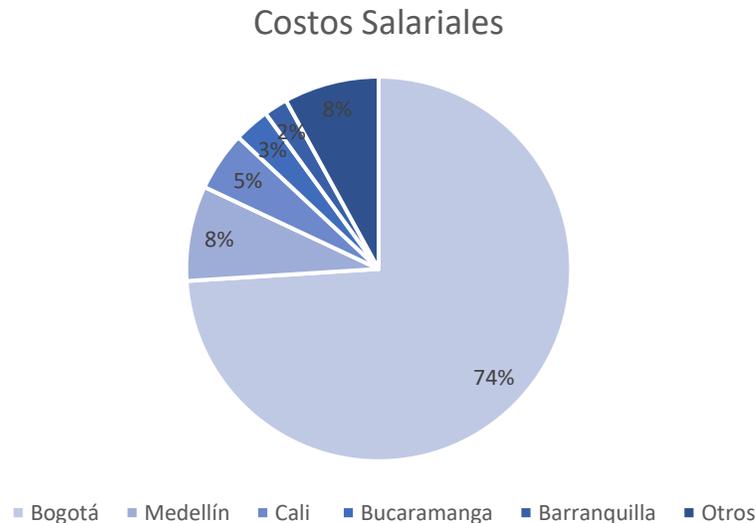
De igual manera, esta agencia de promoción de inversión asegura que el sector de BPO genera más de 230.000 empleos directos y desde el 2015 ha venido creciendo en promedio 6%. Las áreas administrativas como administración, economía, contaduría han crecido en un promedio anual del 13%, mientras que Ingeniería de sistemas y las áreas relacionadas un 6%.

En Colombia, el crecimiento de las compañías dedicadas a estas actividades va en aumento, y lo vivido en 2020 impulsó aún más su

participación en la economía. El Dane afirma que en este año el sector registró exportaciones por 1.200 millones. (Semana 2021)

Como lo indica el gráfico la industria de tercerización de servicios BPO cuenta con unos costos salariales competitivos en la región y estas son las principales ciudades en donde se encuentran:

Ilustración 6. Costos salariales



(Invest in Bogotá 2021)

Comportamiento de las exportaciones para el sector de tercerización de servicios:

- Esta industria, que en el 2022 logró ventas por 12 billones de pesos y exportaciones por 1.475 millones de dólares, cuenta con más de 600 empresas en el país, de las cuales 65 por ciento son nacionales, y 35 por ciento, multinacionales o multilaterales. (Semana 2022)

Asimismo, en el caso de Colombia, como lo afirma (La Republica 2022), actualmente se posiciona como uno de los destinos más atractivos para localizar servicios globales de atención comercial, debido a que cuenta con una alta disponibilidad de talento humano calificado, unos costos competitivos con el resto de los países vecinos y un buen clima de negocios. La Asociación Colombiana de BPO-BPrO, reporta que el sector de Business Process Outsourcing (BPO) representa 2,8% de

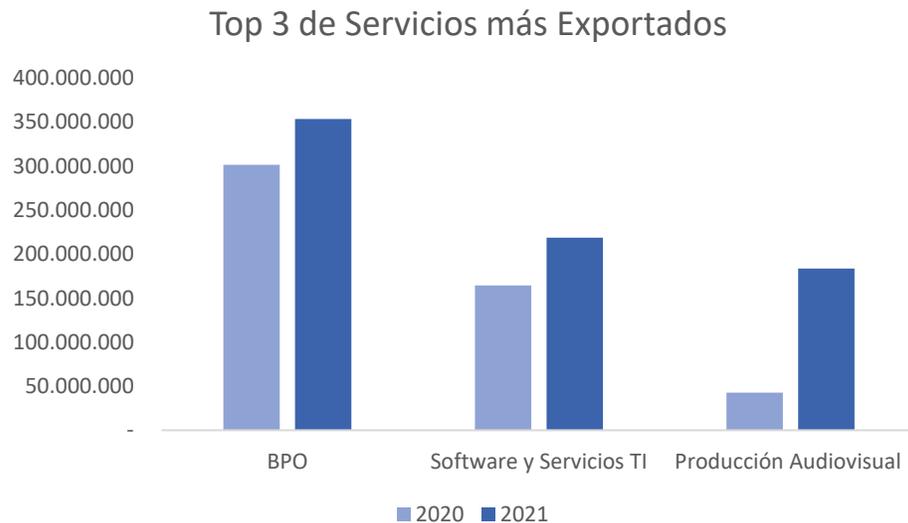
participación dentro del PIB nacional, y emplea de forma directa aproximadamente 605.000 personas en el territorio nacional.

Como es el caso de la multinacional Webhelp, perteneciente a la industria Business Process Outsourcing (BPO); en alianza con la empresa de servicios tecnológicos OneLink, llegaron al país con el objetivo de otorgar desarrollo económico y crecimiento en cuanto al empleo dentro de su modelo de negocio.

Dentro de los servicios de Contact center que más se exportaron junto con su respectivo crecimiento para del 2020 – 2021 fueron los del sector BPO con un crecimiento del 17%, Software y Servicios de Tecnologías de la información con 33% y la producción audiovisual con una cifra del 330% debido a que durante la pandemia la digitalización de todo aumentó en tiempo récord.

Exportaciones BPO 2021

Tabla 2. Top 3 de servicios más Exportados



(Fuente: elaboración propia con datos de La Republica 2020)

Principales Destinos Compradores de BPO

Tabla 3. Principales Destinos Compradores de BPO



(Fuente: elaboración propia con datos de La República 2022)

Del mismo modo, países como Estados Unidos, España, Panamá, Costa Rica, Chile, México, Argentina y los pertenecientes al Reino Unido se destacan como principales destinos compradores mundiales de BPO. Los países que presentaron un crecimiento significativo en la compra de estos servicios fueron Reino Unido con un aumento de 358%, seguido de Panamá con 168%, México, Costa Rica y Estado Unidos con 124%, 112% y 15%.

Por el contrario, en el caso de Chile y Argentina se presentó un decrecimiento de -6% y -68% siendo los únicos de este listado que no crecieron.

Principales Ciudades Exportadoras

Tabla 4. Principales ciudades exportadoras de BPO



(Fuente: Elaboración propia con datos de La República 2022)

A pesar de que las principales ciudades exportadoras de estos servicios son Bogotá y Medellín las que más crecieron del 2020 al 2021 fueron Cali, Bucaramanga y Cartagena con 4862%, 191% y 125% respectivamente.

En Colombia existen actualmente más de 600 empresas dedicadas a prestar servicios de BPO, siendo 65% nacionales y 35% multinacionales o multilatinas.

Business Process Outsourcing (BPO), que es el sector de tercerización de procesos de negocio, es decir, la contratación de actividades y funciones comerciales a un proveedor externo creó durante la pandemia alrededor de 20.000 nuevos empleos, 45% correspondientes a la industria de Contact Centers.

Es importante tener en cuenta que, en Colombia, este sector se divide en dos segmentos el Front office, que principalmente se relaciona con servicio al cliente, ventas, soporte técnico, recobro, encuestas de satisfacción; y Back office, que realiza la gestión de recursos humanos, facturación, cartera, logística, etc. El 80% de estas las realizan jóvenes menores de 30 años, 60% por mujeres y 35% por bachilleres, por lo que este sector es considerado como una de las principales fuentes de empleo para esta población. Las exportaciones del 2021 para el sector de la tercerización ascendieron a US\$1.475 millones y la inversión de las empresas BPO fueron aproximadamente de \$2.000 millones por mes en tecnología y capacitación a sus empleados. (La República 2022)

Modelo de tercerización de procesos de reclutamiento RPO

Durante los últimos años, el RPO conocido por sus siglas en inglés como Recruitment Process Outsourcing, ha tenido un auge en el mercado laboral ya que les permite a las empresas transferir todo o parte de su proceso de reclutamiento a un proveedor de servicios experto en selección de personal, que genera soluciones a la medida y según las necesidades específicas del cliente, con el fin de optimizar recursos tanto económicos como de tiempo. Esto se ha convertido en una tendencia mundial que cada día gana más fuerza entre las empresas colombianas ya que pueden prestar un servicio que les permite centrarse en el foco de su negocio y delegar funciones del área de recursos humanos para que estas sean ejecutadas por un tercero, experto en la materia, de manera óptima y con el menor desgaste de recursos en términos de costos y tiempo. (LatinPyme 2019)

De acuerdo con Felipe Delgado, director de PageGroup Colombia “una de las principales ventajas del RPO es el costo variable. Por ejemplo, si una compañía requiere contratar personal para el área de finanzas y no cuenta con una persona de recursos humanos para hacerlo (costo fijo), puede tercerizar ese servicio, ahorrándole costos en dinero y tiempo a la compañía. Así mismo, este modelo les da la flexibilidad a las empresas de ampliar o contraer los equipos de selección dependiendo de las coyunturas sin asumir costos fijos”. (LatinPyme 2019)

Empresas de Outsourcing de Recursos Humanos en Colombia

A nivel nacional se pueden encontrar más de 20.000 empresas de outsourcing de recursos humanos; la mayoría se ubican en Bogotá y el resto en otras ciudades del país.

De acuerdo con la fuente (El Economista 2022), se evidencia una lista del número de empresas de este sector específico y su distribución por departamento.

Tabla 5. Empresas de Outsourcing de Talento Humano en Colombia

Ciudad	Número de empresas
Bogotá	17.266
Antioquia	1.818
Valle	1.280
Atlántico	1.035
Cundinamarca	754
Santander	669
Bolívar	448
Norte de Santander	270
Meta	269
Tolima	249
Risaralda	245
Boyacá	216
Huila	209
Nariño	196
Cesar	183

Fuente: elaboración propia con datos de El Economista 2022

El 68% de estas compañías se encuentran en Bogotá, se puede notar que hay un alto nivel de concentración en la capital; no obstante regiones como Antioquia, Valle y Atlántico representan el 7.2%, 5.1% y 4.12% respectivamente.

Las empresas que se ubican en Bogotá como Aseneg tienen una gran oportunidad para llegar a su público objetivo debido a que en esta ciudad se encuentran sectores nacionales e internacionales interesados en contratar sus servicios.

Sin embargo, existe la amenaza latente de un gran número de competidores que ofrecen servicios muy similares; de hecho, existen algunas que ofrecen gran variedad a precios más económicos.

Empresas de Outsourcing de Nómina en Colombia

Tabla 6. Empresas de outsourcing de nómina en Colombia

Ciudad	Número de empresas
Bogotá	9.372
Antioquia	3.445
Valle	2.142
Bolívar	1.451
Santander	1.436
Atlántico	1.342
Cundinamarca	1.328
Boyacá	790
Cauca	693
Córdoba	687
Cesar	668
Meta	667
Norte de Santander	620
Huila	618
Sucre	618

Fuente: elaboración propia con datos de El Economista 2022

En Colombia se encuentran aproximadamente 25.000 empresas de outsourcing de nómina, el 36% se encuentra en Bogotá y en regiones como Antioquia y Valle el 13% y 8%.

Así como en el caso del outsourcing de recursos humanos la concentración de las empresas se da en ciudades principales en donde el nivel de competitividad de estas aumenta.

Cada una debe destacarse con precios competitivos o con un valor diferenciador, de lo contrario los clientes tomaran la opción más económica.

Participación de mercado principales competidores

Se realiza la participación de mercado con algunas de las empresas que más se destacan en Colombia debido a que dentro de su portafolio, ofrecen servicios similares a los que actualmente presta Aseneg.

Este análisis parte de los ingresos netos por ventas que han tenido estas compañías durante los últimos cuatro años.

Las cifras están dadas en miles de COP millones.

Tabla 7. Participación de mercado de los principales competidores

Empresas	2018	2019	2020	2021
Aseneg	\$ 6.398	\$ 9.008	\$ 11.737	\$ 9.101
Adecco	\$ 183.950	\$ 210.246	\$ 242.883	\$ 295.199
Serdan				\$ 1.444.271
Manpower Group	\$ 377.127	\$ 399.254	\$ 301.484	\$ 375.686
Eficacia	\$ 451.433	\$ 496.785	\$ 465.680	\$ 513.767
Grupo Soluciones Horizonte GSH	\$ 116.558	\$ 151.608	\$ 135.556	\$ 155.808
Atecno	\$ 26.021	\$ 63.898	\$ 61.435	\$ 72.987
Acción Plus	\$ 273.043	\$ 211.807	\$ 119.982	\$ 13.011
Exela	\$ 29.534	\$ 45.882	\$ 45.262	\$ 58.513
Selectiva	\$ 50.051	\$ 38.083	\$ 33.701	\$ 57.955
Siglo BPO				\$ 6.963

Fuente: elaboración propia con datos de EMIS 2022

Estas cifras evidencian que empresas como Serdan, Eficacia, Manpower y Adecco son las que mayores ingresos por ventas obtienen dentro de este mercado. Por esto se posicionan como las que más participación de mercado tienen en el país.

A continuación, se puede notar el porcentaje de participación de cada una de ellas y el alto nivel de concentración que hay en el mercado de outsourcing de talento humano en Colombia.

Porcentaje de participación de cada empresa analizada

Tabla 8. Porcentaje de participación de cada empresa

Empresas	Participación
Serdan	48,1%
Eficacia	17,1%
Manpower	12,5%
Adecco	9,8%
GSH	5,2%
Atecno	2,4%
Exela	1,9%
Selectiva	1,9%
AcciónPLus	0,4%
Aseneg	0,3%
Siglo BPO	0,2%

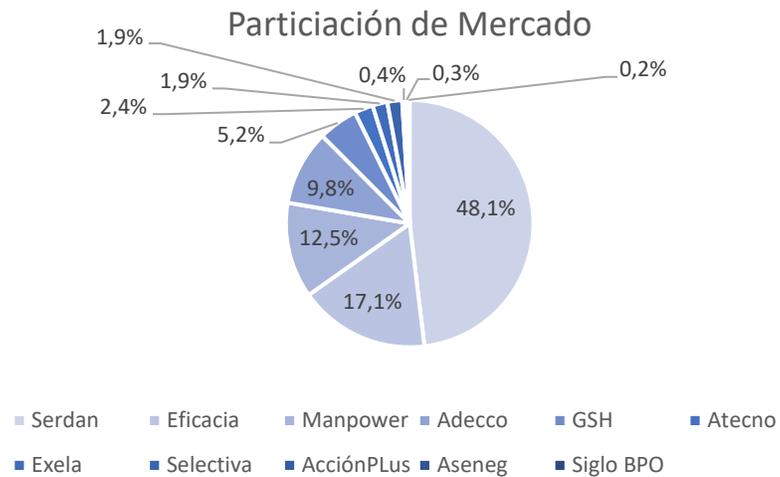
Fuente: elaboración propia con datos de EMIS 2022

Estos porcentajes permiten ver que Serdán tiene casi la mitad del mercado con 48% de participación, seguida por Eficacia con 17%, Manpower y Adecco con 12% y 9% en el 2021.

Aseneg que es la compañía de este estudio tiene el 0,3%; durante el 2018

Ilustración 7. Participación de mercado

y el 2021 sus ingresos han estado entre 6.000 y 11.000 millones.



Fuente: elaboración propia con datos de EMIS 2022

Crecimiento del sector con promedios anuales

Tabla 9. Crecimiento del sector anual

Empresas	2019	2020	2021	Promedio
Aseneg	40,8%	30,3%	-22,5%	16,2%
Adecco	14,3%	15,5%	21,5%	17,1%
Serdan				
Manpower Group	5,9%	-24,5%	24,6%	2,0%
Eficacia	10,0%	-6,3%	10,3%	4,7%
Grupo Soluciones Horizonte GSH	30,1%	-10,6%	14,9%	11,5%
Atecno	145,6%	-3,9%	18,8%	53,5%
Acción Plus	-22,4%	-43,4%	-89,2%	-51,6%
Exela	55,4%	-1,4%	29,3%	27,8%
Selectiva	-23,9%	-11,5%	72,0%	12,2%
Siglo BPO				
Promedio Total	28%	-6%	9%	10%

Fuente: elaboración propia con datos de EMIS 2022

En cuanto al crecimiento del sector se realiza un análisis horizontal que muestra los porcentajes de crecimiento que han tenido las empresas durante cada año.

Adecco es la única que ha mantenido un crecimiento constante en el tiempo, las otras han decrecido en alguno de los años del periodo de estudio.

Aseneg por su parte presentó altos niveles de crecimiento con cifras de 40% en el 2019, 30% en el 2020 a excepción del 2021 con un -22%.

Se destaca que para el año de pandemia las únicas empresas que crecieron fueron Adecco y Aseneg.

Niveles de Crecimiento

Fortalezas

Durante los últimos años, Colombia se ha posicionado como un país atractivo para el sector outsourcing, es por esto por lo que se existen varias fortalezas para este mercado y de acuerdo con (Invest in Colombia 2020) se destacan las siguientes:

- Colombia se encuentra dentro de los primeros 5 países de ubicación de servicios en América Latina según el indicador de A.T. Kearney.
- El país representa el 13,1% de las ventas de BPO en la región y se ubica entre los primeros mercados de la región en ventas.
- En 2019, la industria de los centros de contacto sirvió principalmente a la vertical de telecomunicaciones y servicios financieros. Con más del 50% de operaciones.
- Se espera que la industria de los centros de contacto en Colombia mantenga una tasa de crecimiento acumulada del 3.8% de 2018 a 2022.
- De acuerdo con el Reporte IMD World Talent 2019, Colombia cuenta con la fuerza laboral más grande de la región, y la primera con mayor crecimiento y capacitación, superando a países como Perú, México y Brasil.
- El país cuenta con 4 universidades en el top 500 del mundo y 12 en el top 100 de Latinoamérica, de acuerdo con QS World University teniendo en cuenta que hace 9 años ninguna universidad colombiana hacía parte del ranking.
- BPO es uno de los mayores generadores de empleo en el país. Con más de 583 mil empleados en el sector BPO.
- El SENA, a través de las tablas sectoriales, lidera campañas de capacitación para técnicos y tecnólogos en diferentes áreas, relacionadas con operaciones de BPO, tales como administración, ventas, gestión y asistentes.

Debilidades

- Si bien es cierto que Colombia tiene unos costos competitivos en la región; los salarios continúan siendo bajos en comparación con los de otros países de la región, se acuerdo con el informe del DANE para 2021 se evidenció como en los últimos dos años aumentó la proporción de trabajadores que devenga menos de un salario mínimo, que en 2019 se encontraba en 41,9% de los ocupados, para 2020 aumentó a 46,3% y para el año pasado, si bien se redujo a 45,4%, lo que equivale a 9,2 millones de trabajadores, aún se ubica 3,5 puntos por encima de las cifras prepandemia.
Esta situación genera en muchas ocasiones la población se encuentre en búsqueda de mejores ofertas laborales y no

aplique a las vacantes que buscan las empresas de outsourcing. (Portafolio 2022)

- En muchas ocasiones las compañías de este sector deben cumplir con los requerimientos de sus clientes y cuando realizan publicaciones de vacantes en los portales de empleos se ha demostrado que hay perfiles que demandan gran variedad de requisitos, pero los salarios no compensan todo lo que exigen.

1.1.2. Tendencias de Mercado

De acuerdo con el estudio realizado por multinacional consultora y de investigación de tecnologías de información Gartner (2021) las tendencias más destacadas para los próximos años dentro de este sector son:

- Adopción de servicios digitales
- Analítica digital
- Inteligencia artificial
- Automatización y servicios en la nube incluyendo plataformas de procesos de negocio como servicio

Es importante resaltar que, para la gestión de clientes, la industria de servicios de BPO está experimentando un cambio sísmico de los servicios de voz de offshore a los servicios digitales bajo esquemas de teletrabajo, manteniendo una excelente experiencia y confianza del cliente. Para 2023, el 75% de los proveedores de servicios de gestión de clientes de BPO adoptarán técnicas de marketing, ventas y atención al cliente basadas en Inteligencia Artificial y Analítica ya que estas tecnologías reducen los costes y pueden generar una ventaja competitiva significativa para las empresas que lo implementen frente a sus competidores.

Según el informe de Gartner (2021), el mercado de BPO se compone de cuatro categorías principales: Selección de clientes, adquisición de clientes, retención de clientes y expansión de clientes. Estos cuatro segmentos han surgido por la transformación de ciertos componentes del mercado, incluidas las ofertas de servicios, la tecnología, la prestación de servicios, la estructura del acuerdo, los precios y la oferta de mano de obra. En este contexto, las cuatro categorías de mercado han traído tres tendencias clave que afectarán al sector BPO hasta 2023:

Rápida adopción de servicios digitales, analíticos, de inteligencia artificial (IA), automatización y en la nube:

Los cambios que trajo consigo el COVID-19 en forma de interacciones sociales, comportamiento de compra, condiciones de trabajo y transacciones comerciales impulsaron a los consumidores hacia los métodos digitales. El cierre de los lugares de trabajo en todo el mundo ha acelerado la adopción del trabajo desde casa como el modo de entrega principal para los servicios tradicionales basados en voz de muchas compañías en el mundo.

Desafíos operativos y de eficiencia:

Que fueron impulsados por la realineación de la oferta, en particular, el aumento de las opciones de trabajo desde casa, servicios offshoring y nearshore (habilidades y talento) comparado con opciones digitales y de autoservicio. Se debe tener en cuenta que los compradores y proveedores buscarán reajustar los niveles de productividad y la calidad del servicio a los niveles previos a la pandemia.

Consolidación de la industria:

Son factores por considerar identificando oportunidades actuales y futuras con aspectos como fusiones, adquisiciones, crecimiento y las expectativas de los inversores.

Como lo afirma Gartner (2021), “el éxito futuro de las organizaciones y, en particular, de los proveedores de BPO dependerá de cómo inviertan y desarrollen sus competencias clave. Esto incluirá el rediseño de los servicios tradicionales de BPO y la inclusión de nuevos servicios digitales, modelos de trabajo desde casa, así como análisis avanzados, inteligencia artificial (IA) y servicios de automatización inteligente entregados a través de la nube. Por lo tanto, los proveedores de BPO deberán pasar de ser integradores de tecnología puros a convertirse en orquestadores de servicios completos, equilibrando una cartera de ofertas de servicios en un ecosistema de socios tecnológicos, o al menos que comprenden una parte importante de ese ecosistema”.

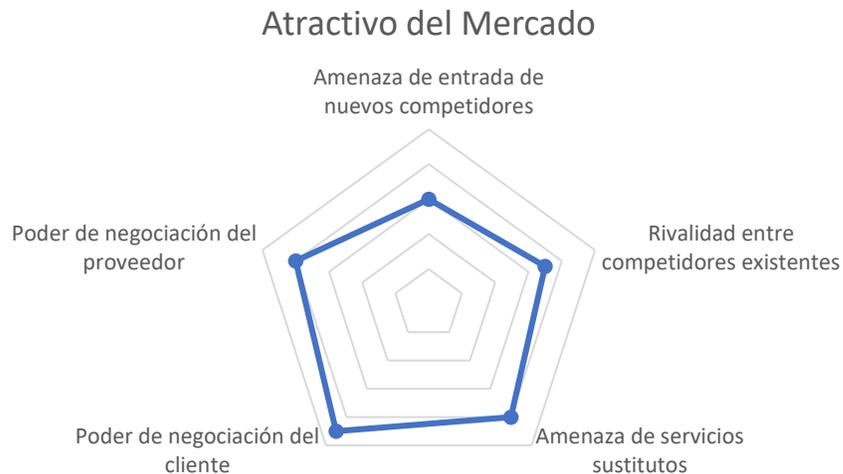
1.1.3. Atractivo del Mercado

ASENEG se encuentra en un nivel competitivo dentro del mercado de las empresas de outsourcing y las temporales del país. Actualmente solo tiene presencia en el mercado colombiano, no obstante, planea expandirse al

mercado norteamericano en un mediano plazo y se encuentra realizando varios estudios acerca de las oportunidades y amenazas que puede tener este mercado.

Para la estrategia competitiva de esta compañía es necesario revisar las fuerzas de Porter para entender un poco más las dinámicas de este negocio a nivel local.

Ilustración 8. Atractivo del mercado - Porter



1. Amenaza de entrada de nuevos competidores: Moderada alta

En el mercado actual, los competidores directos de ASENEG son las empresas de outsourcing de recursos humanos y también temporales que durante la última década han tenido un crecimiento significativo, sobre todo en Colombia ya que como se mencionó anteriormente se encuentra dentro los cinco países más competitivos en el sector BPO en América Latina.

No obstante, se debe tener en cuenta que existen factores como la alta inversión en tecnologías y equipos de software que no todos los que deseen ingresar a este mercado puede tener.

También se debe contar con equipo de talento humano sólido y organizado que se encuentre en la capacidad de reclutar el personal idóneo que exige cada cliente para su negocio.

2. Rivalidad entre competidores existentes: Alta

Las multinacionales de este sector que han llegado a Colombia se consolidan como las fuertes en cuanto a la prestación de servicios de outsourcing a diferentes empresas que requieren estos servicios.

Con relación a las demás empresas nacionales, ASENEG se encuentra en una posición competitiva debido a que más que un servicio de outsourcing se preocupa por brindar una consultoría a sus clientes, lo que les ayuda en la consecución de una mejor toma de decisiones en relación con su contratación de talento humano certificado y especializado en el área que sin requeridos.

No obstante, ASENEG cuenta con unos precios más altos que los de las empresas que son competencia.

3. Amenaza de servicios sustitutos: Moderada baja

La amenaza de servicios sustitutos es moderada, casi baja ya que a pesar de que existen multinacionales que ofrecen gran variedad de servicios, entre ellos el outsourcing de personal, y a pesar de que hay servicios que se pueden llegar a asemejar, este no tiene un sustituto directo y es por este motivo que dependerá de cada compañía el valor agregado que pueda generar para sus clientes para sea elegido.

En este caso el ofrecimiento de cada servicio por parte de las empresas competidoras deberá tener algo más que una atención personalizada, debido a que las exigencias del mercado.

4. Poder de negociación del cliente: Moderada

Los clientes de ASENEG juegan un papel fundamental para el desarrollo de las operaciones diarias de la empresa; debido al nivel de competitividad que existe actualmente en el mercado y ya que algunas compañías manejan precios muy similares, los clientes pueden ejercer un poder de negociación moderado y pueden hacer que la empresa revalúe las propuestas inicialmente hechas.

Hay varios casos en los que el cliente se puede ir por una oferta más económica dentro de las que se encuentran en el mercado si se ajustan a sus necesidades.

5. Poder de negociación del proveedor: Moderada

Los proveedores de esta empresa de outsourcing desempeñan un papel fundamental dentro de esta debido a que, hacen parte del servicio que se le presta a todos los clientes; sin ellos la compañía no podría entregar un servicio completo.

No obstante, cuenta con una diversificación en sus proveedores y tiene un poder de negociación moderado puesto que pueden tener negociaciones que beneficien a las dos partes y se maneja la equidad entre estos.

1.1.4. Estudio Digital del Sector

Durante los últimos años, pero sobre todo después de la pandemia las redes sociales se convirtieron en un medio de apoyo esencial para las estrategias de negocios de muchas empresas a nivel global, no solo para posicionamiento online, sino también como canal de ventas, de una forma permanente en cualquier época del año. Esto representa un hecho trascendental en el mundo de los negocios y de cualquier emprendimiento ya que al participar de un gran volumen de interacción que generan las redes sociales dentro de un nicho de mercado, representa un potencial invaluable para cualquier empresa.

Actualmente las Redes Sociales funcionan como una fuente de información sobre los gustos, intereses y tendencias del mercado. Además de esto permiten crear una conexión con los clientes que va más allá de una relación corporativa debido a que llega a convertirse en un vínculo de amistad entre la marca y los miembros de una comunidad virtual. No obstante, para llegar a esto es necesario la implementación de una estrategia que posteriormente permitirá fijar objetivos. (Red Design Systems 2022)

De acuerdo con un estudio realizado por la compañía Atento, posicionada como líder a nivel Latinoamérica en temas de Experiencia del Cliente y Tercerización de Procesos (BPO); se evidencia que hay un crecimiento en la interacción de canales digitales con sus clientes. Redes como Facebook y otras aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp y Telegram se han convertido en los canales preferidos por empresas y clientes finales para relacionarse.

Es por esto por lo que, WhatsApp ha ganado fuerza como uno de los canales más populares, por ejemplo, en México ha registrado un aumento de 50% en la cantidad de interacciones; en el caso de España su uso ya promedia 50 mil interacciones mensuales tras cerca de 6 meses de su implementación y en Colombia, la aplicación registró un crecimiento de 108% en los últimos 12 meses, alcanzando más de 350 mil interacciones mensuales.

Estas aplicaciones han sido las favoritas de los usuarios y se destaca que la disponibilidad del servicio durante las 24h del día es su principal atractivo. A esto se suma la posibilidad de habilitar chatbots, que son desarrollos basados en inteligencia artificial, con la capacidad responder a las solicitudes de los usuarios de manera automática, con tiempos de respuesta de entre 2 y 3 segundos en promedio. Además de esto, la gestión resulta más sencilla para los operadores, al contar con la posibilidad de atender varias conversaciones al mismo tiempo, gracias a herramientas que permiten centralizar los chats activos en la misma plataforma.

El crecimiento de implementación de redes sociales en operaciones de experiencia al cliente incrementó un 10% de 2019 a 2020 en México; en España un 141% en el 2020; y en Sudamérica el rango oscila entre 4.5%, en el caso de Chile y en Colombia hasta 49%. (Atento 2021)

Tabla 10. Países con implementación de redes en operaciones de experiencia al cliente



De acuerdo con la directora comercial de Atento México Berenice Tovar “La tendencia de crecimiento de canales digitales, o redes sociales, no es un caso aislado, con nuestro análisis pudimos constatar que el fenómeno es global. Estas plataformas se han establecido en el gusto de los clientes finales gracias a su conveniencia y facilidad de interacción, mientras que las compañías registran mayor eficiencia operativa. Resulta interesante observar cómo estas soluciones se adaptan sin problema a las necesidades de cualquier sector, operación o país”.

De igual manera, este estudio de (Atento 2021), asegura que, en Europa, los canales digitales más populares son Facebook, WhatsApp, Webchat y

Telegram, con una media de casi 176 mil interacciones mensuales. Mientras que, en Sudamérica, las plataformas más solicitadas son Webchat, WhatsApp, Facebook, Twitter e Instagram, con alrededor de 869 mil casos durante el mes.

Específicamente en Facebook, el estudio señala que su implementación ha mejorado la escucha de la comunidad, principalmente en sectores como Banca, Seguros, Automoción, compañías minoristas y aerolíneas. En casos de crisis, esta plataforma ha permitido gestionar situaciones de hasta 1 millón de interacciones por mes en el caso de México. Pues Facebook es el canal digital más popular en países como Guatemala, El Salvador y Puerto Rico. Sectores como el de Telecomunicaciones y Banca son los que más apuestan por esta plataforma, mientras que Guatemala también suma a aplicaciones de entrega de comida y El Salvador al sector minorista.

En Europa, esta red social ha tenido mejores resultados en el sector de las telecomunicaciones, incrementando hasta 10 mil interacciones mensuales en el último año y las solicitudes que gestionan en Colombia a través de esta red social pertenecen principalmente al sector de Telecomunicaciones, en donde ha registrado una media de 96 mil solicitudes resueltas cada mes.

¿Qué redes se usan?

Dentro del estudio digital del sector en Colombia, se evidencia que las principales redes sociales que actualmente usan las compañías son: Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, LinkedIn, YouTube y más recientemente Tik Tok.

En cualquier estrategia de marketing digital es necesario saber qué tipo de red social es la más adecuada para cada empresa ya que no en todas se encuentra el mismo público objetivo. Es por esto por lo que cada compañía debe tener claridad del tipo de contenido que se publique en cada una de ellas. Así lo confirma (fórmate 2021), en la descripción y el uso de cada red social a continuación:

Facebook



Se ha consolidado como una de las más utilizadas, a pesar de que haya descendido el interés en ella, por parte de la población más joven. Es la plataforma con más número de usuarios, exactamente 2.12 billones de personas que la usan diariamente.

El uso principal dentro de esta consiste básicamente en, comentar imágenes y vídeos, enviar mensajes, compartir fotos o vídeos y ver qué hacen los amigos. Por lo cual, esta red social funciona mejor para los negocios B2C y en ocasiones para los B2B.

Los sectores en los que Facebook realmente se interesa son: comercios locales, tiendas online, noticias e información, deportes, finanzas, salud y viajes.

También cuenta con una sección que permite crear catálogos de productos propios, ideales para la venta online.

La única desventaja de esta red social es que se debe invertir un poco en publicidad, ya que el alcance orgánico, no suele ser tan alto, y menos cuando nuestro negocio se encuentra en sus inicios.

Instagram



Instagram es la red social que ha tenido mayor crecimiento en los últimos años y se ha convertido en una de las más importantes.

Dentro de los sectores que mejor funcionan para esta red social se encuentran: moda, salud, belleza, viajes, automoción, eventos, manualidades, educación, fotografía y comercio electrónico.

Los sorteos han tenido gran popularidad y se conocen como una estrategia que utilizan muchas empresas para dar a conocer su negocio y conseguir seguidores en esta red social.

Es recomendable invertir dinero en esta, ya que se puede invertir poco y obtener bastantes conversiones, además de ser sencilla de usar.

Twitter



Se utiliza principalmente para compartir contenido a tiempo real y por lo tanto, en los sectores que mejor funciona es; noticias e información, finanzas, educación, telecomunicaciones, deportes y política.

La publicidad de esta red social está aún en desarrollo, aunque en la actualidad hay muchas empresas que han invertido en ella. Se puede conseguir un coste por resultado o por interacción bastante bajo en comparación con otras redes sociales.

WhatsApp



Durante el último esta aplicación viene en constante innovación en el marketing digital gracias al WhatsApp Business.

Por ejemplo, en España el uso de la red social de mensajería supera a los usuarios de Facebook. Es por esto por lo que muchas empresas ven esta plataforma como una forma de acercarse al cliente y también puede ayudar a mejorar la atención y soporte al cliente.

LinkedIn



Actualmente se considera como la red social para empresas, emprendedores y profesionales. Los mejores negocios que funcionan son los B2B. Aunque actualmente sirve para la búsqueda activa de empleo y se obtienen grandes resultados.

Los sectores que destacan son: educación, marketing, finanzas, TIC, dialogo social y ciencia.

Hay empresas que ya han empezado a usar su publicidad en LinkedIn, pero se debe resaltar que aún se encuentra en desarrollo introduciendo nuevas novedades.

YouTube



Se conoce como el segundo motor de búsqueda más grande, con más de 2 billones de usuarios activos.

Los usuarios no buscan un negocio o unos servicios, lo que buscan son instrucciones o vídeos tutoriales de cualquier producto u opiniones de bloggers que comparten sus videos.

Por eso, esta red social, es interesante para los sectores de la educación, motor, telecomunicaciones, información y marketing.

La publicidad en esta red social funciona muy bien tanto en negocios B2B como B2C.

Tik Tok



Desde el 2020 ha sido la red social de moda entre los más jóvenes, su público se encuentra entre los 13 y 18 años.

Esta únicamente permite subir videos cortos entre 15 y 60 segundos. Y los sectores que más destacan son: moda, belleza, deporte y educación.

Viene en crecimiento, y el uso de la publicidad no está aún en las estrategias de marketing de todas las empresas, sin embargo, hay algunas que ya empiezan a ver las conversiones en esta web.

ASENEG en Redes Sociales

Aseneg se encuentra presente en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Telegram, WhatsApp, YouTube y adicionalmente cuenta con su página web.

Página Web ASENEG: <https://www.aseneg.com/>



Facebook

Facebook interface showing the profile of **Aseneg SAS**. The profile picture is a circular logo with a stylized 'A' and the word 'EMPRESAS' in green. The bio states: "Somos una empresa de Outsourcing, Head Hunting experta en selección y administración de talentos". The address is "Calle 114A # 47 A - 42, Bogotá, Colombia" and the phone number is "(1) 2159698". A recent post from 6 hours ago says "Conoce todas nuestras ofertas destacadas de la semana, postúlate ahora." and features a green banner for "REMOTO" with the text "Desarrollador Backend (SERIES - COBOL) Desarrollo Fullstack Java Spring".

Twitter

Twitter profile for **ASENEG** (@talentoaseneg). The profile picture is a circular logo with a stylized 'A'. The bio reads: "Expertos en Head Hunter, Outsourcing IT: encuentre con nosotros los mejores talentos para su empresa. 30 años de experiencia." The location is "Bogotá-Colombia" and the website is "aseneg.com". The profile was created in June 2013. It shows 2,797 followers and 3,962 following. A tweet from 4,376 tweets ago features a banner with the text "GRANDES TALENTOS PARA GRANDES EMPRESAS" and an image of a group of people in a meeting.

Instagram

asenegtalentos

Seguir



1,220 publicaciones

7,489 seguidores

2,994 seguidos

ASENEG

Comunidad

Oportunidades de #empleo en distintos sectores. #outsourcing #headhunter #trabajosihay

🕒 L a V 8:00 am - 5:30pm

www.aseneg.com



Empleo



Destacados

LinkedIn



**ASENEG SAS: Head Hunter,
Outsourcing de Talento Humano**

Servicios de recursos humanos
Bogotá, Cundinamarca · 6352 seguidores

Somos una empresa de #Outsourcing, #HeadHunting enfocada en el #Talento Humano, brindando herramientas competitivas.

[Ver empleos](#) [Seguir](#)

[Ver los 69 empleados](#)

Sobre nosotros

¡En ASENEG te estamos buscando! Encuentra tu próximo #trabajo en nuestras redes sociales y encuentra la #oferta que más se ajuste a tu perfil. - °Somos una empresa de #Outsourcing, #HeadHunting enfocada en el #Talento Humano, brindando herramientas competitivas para las empresas°

Telegram



Empleos ASENEG #talentos

380 subscribers

Encuentra las ofertas laborales que Aseneg te ofrece, síguenos en nuestras redes sociales para conocer información de interés.

[VIEW IN TELEGRAM](#)

Preview channel

WhatsApp



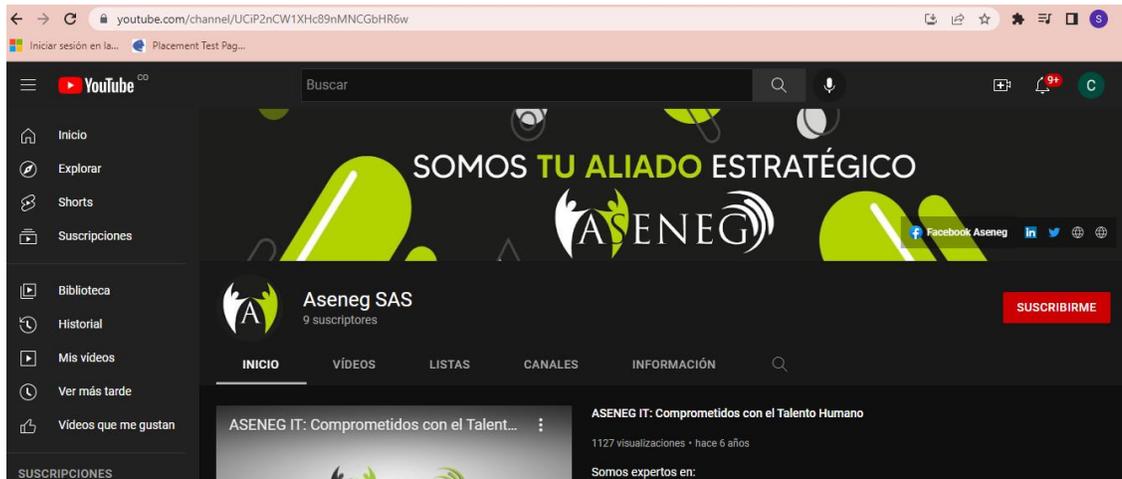
Aseneg Sas

+57 350 2915633

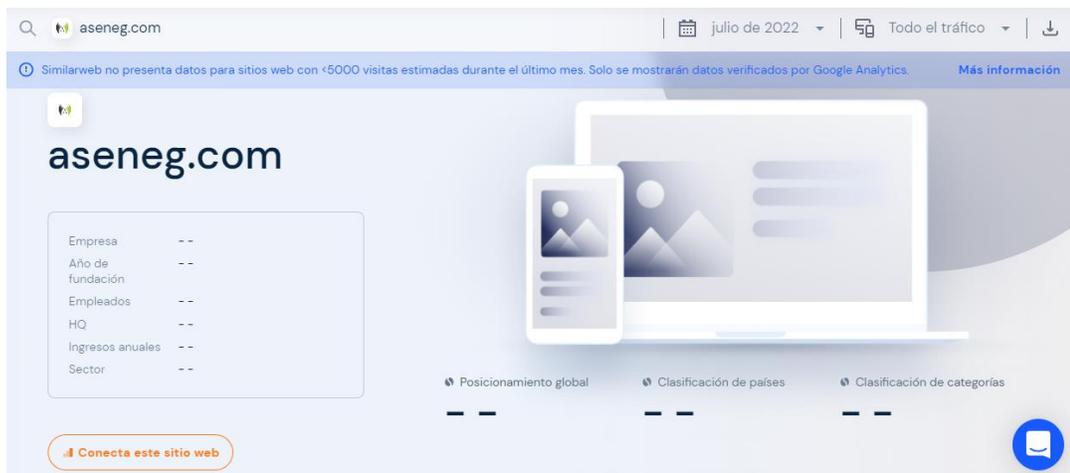
Info.

¡Hola! Somos ASENEG S.A.S tu aliado en procesos de selección

YouTube



Posicionamiento Web



Por medio de la herramienta Similar Web, se puede realizar un análisis del posicionamiento que tiene una empresa dentro de la web.

En este caso se evidencia que Aseneg tiene un tráfico menor a 5.000 visitas en el mes, por lo cual, la herramienta no presenta los datos.

Competitive Research > Overview Leave feedback Account limit: 3 / 10 ⁱ

.domain.com/ G ES + ADD TO PROJECT Data for: Currency:

CO GOOGLE 18 ORGANIC 0 PAID	US GOOGLE 73 ORGANIC 0 PAID	ES GOOGLE 30 ORGANIC 0 PAID	MX GOOGLE 22 ORGANIC 0 PAID	UK GOOGLE 5 ORGANIC 0 PAID	More v
--	--	--	--	---	---

DOMAIN TRUST ⁱ

2

ORGANIC TRAFFIC ⁱ

0

Clicks/mo

PAID TRAFFIC ⁱ

0

Clicks/mo

REFERRING DOMAINS ⁱ

22

PAGE TRUST ⁱ

1

KEYWORDS ⁱ

18 +4

TOTAL TRAFFIC COST ⁱ

\$0

BACKLINKS ⁱ

30

<input type="checkbox"/> KEYWORD (18)	DIFFICULTY	SEARCH VOL.	SERP FEATURES	POSITION	COMPETITION	CPC	URL
<input type="checkbox"/> que es outsourcing en recur...	4	10	📺 📄 📄	96 NEW	0	-	www.ase
<input type="checkbox"/> outsourcing s.a. certificacio...	3	10	📄 📄	37 ▲ 28	0.07	-	www.ase
<input type="checkbox"/> acto inseguro sst	4	50	📄 📄	54	0.01	-	www.ase
<input type="checkbox"/> vinculamos ltda	🔍	10	📄 📄 ⭐ 📄	28 ▲ 16	0	-	www.ase
<input type="checkbox"/> vinculamos certificado labo...	🔍	70	📄 📄	23 ▼ 1	0.01	-	www.ase
<input type="checkbox"/> outsourcing de seleccion	2	20	📍 📄 📄 ⭐ 📄	44 ▲ 4	0.27	\$0.14	www.ase
<input type="checkbox"/> bpo in business	43	10	📄 📄 📄	52 NEW	0	-	www.ase
<input type="checkbox"/> no bpo	🔍	10	📄 📄	7 ▲ 36	0.14	-	www.ase
<input type="checkbox"/> business partner outsourcing	16	10	📄 📄	65 NEW	0.57	-	www.ase
<input type="checkbox"/> perfiles ejecutivos headhun...	4	10	📄 📄 📄 📄 📄	47 NEW	0.6	\$	www.ase



G Colombia \$

Paid keywords ⁱ

ALL (0) IMPROVED (0) DECREASED (0) NEW (0) LOST (0)

🔍

No results found

We haven't found any data in the search results.

Distribution of paid keyword rankings ⁱ

🔍

No results found

We haven't found any data in the search results.

(Fuente: SE Ranking 2022)

Manejo de activos digitales

La página web de Aseneg ofrece varios apartados para el público interesado. Un segmento para las empresas interesadas en contratar sus servicios, otro para aquellas personas que se encuentran en la búsqueda de trabajo, un sistema de pqr's y el más importante para generar un vínculo con el cliente que es la landing page en donde el usuario solicita información y deja sus datos para que Aseneg se contacte. Esto representa una gran ventaja para la empresa ya que obtiene datos importantes de contacto para hacer un seguimiento exhaustivo a los prospectos y convertirlos en clientes potenciales.

Por otro lado, solamente está en disponible en idioma español; no tiene un carrito de compra ni un método similar que le permita a las personas interesadas realizar una simulación de cotización para tener una idea de los costos del servicio, no tiene un posicionamiento web para que se muestre dentro de las primeras búsquedas en Google y no se evidencia pago de palabras clave en la web.

En cuanto a sus redes sociales, realiza publicaciones periódicas en la semana, su contenido está dirigido en su mayoría a ofertas laborales, pero no se evidencia un engagement alto con el público ya que las reacciones oscilan entre 1 – 5 y muy pocas veces se comparten.

Competidores de Aseneg en Redes Sociales

Algunos de los principales competidores de Aseneg son Adecco, Serdan, Manpower Group, Grupo Soluciones Horizonte GSH, Atecno, Acción Plus, Exela, Selectiva, Siglo BPO; por lo que es importante revisar los medios digitales que utilizan y así poder determinar cuales son las estrategias que implementan en la actualidad.

Adecco

Se encuentra presente en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y adicionalmente cuenta con su página web.

Página Web: <https://www.adecco.com.co/>

adecco.com.co

Adecco

Soy Candidato **Soy Empresa** **Soy Trabajador**

Ver ofertas Ver servicios Adecco Online

Usamos cookies para asegurar que te damos la mejor experiencia en nuestra web. Si continúas usando este sitio, asumiremos que estás de acuerdo. [¡Hola! ¿En que puedo ayudarte?](#)

Facebook

Adecco

Adecco Colombia
@AdeccoCo - Reclutador

[Regístrate](#)
adecco.com.co

Inicio Fotos Videos Eventos Más ▾

Te gusta Mensaje 🔍 ⋮

Instagram

adeccocolombia

Seguir



1,521 publicaciones

13.9K seguidores

194 seguidos

Adecco Colombia

🏆 Líder mundial en recursos humanos

🌍 Creemos en el talento sin etiquetas

🏆 Great Place To Work

👉 Conoce nuestros servicios y vacantes

linktr.ee/AdeccoColombia



Apps



AdeccoWe...



EWD



Triatlón W4Y



CEO FOR O...



¡Regístrate!



#CEOIMO...

PUBLICACIONES

VIDEOS

ETIQUETADAS

Twitter

The screenshot shows the Twitter profile of Adecco Colombia. On the left is a dark navigation sidebar with icons for Inicio, Explorar, Notificaciones, Mensajes, Guardados, Listas, Perfil, and Más opciones, along with a blue 'Tuittear' button. The main profile area features a header with the Adecco logo and a banner image of two women working. Below the banner is the profile name 'Adecco Colombia' with the handle '@Adecco_Colombia', bio, location, website, and join date. A 'Seguir' button is visible. To the right, there is a search bar and a grid of tweet thumbnails. Below that, a 'Tal vez te guste' section recommends accounts like Empleado.Co Todas, Empleo Colombia, and Unión Europea en Colombia.

Linkln

LinkedIn Empleos Adecco Todo el mundo Unirse ahora Iniciar sesión



Adecco
Dotación y selección de personal
Ver los 108.604 empleados

Ver empleos Seguir

Resumen Empleos Vida en la empresa

Sobre nosotros
Adecco es la consultora líder en el sector de los Recursos Humanos en el mundo. Llevamos más de 50

Páginas asociadas

- The Adecco Group
Servicios de recursos humanos
Zurich, Zurich
- Fundación Adecco
Servicios de recursos humanos
Madrid, Madrid
- Roevin, a division of Adecco Employment Services Limited.
Dotación y selección de personal
Calgary, Alberta
- Adecco Training Portugal
Programas de gestión educativa

Páginas similares

- The Adecco Group
Servicios de recursos humanos
Zurich, Zurich
- ManpowerGroup

You Tube



YouTube Buscar

Adecco Colombia & Ecuador
891 suscriptores

SUSCRIBIRME

INICIO VÍDEOS LISTAS COMUNIDAD CANALES INFORMACIÓN

Adecco Way to Work Colombia 2013
4843 visualizaciones · hace 9 años

El 30 de Abril 2013 Adecco se tomó las calles de las principales ciudades en Colombia para darle una mano a los jóvenes desempleados del país.

Correo Electrónico

Empresas Candidatos Adecco Online

Adecco Buscar empleo 🔍 Nuestro Enfoque Servicios Blog Huella Social Contáctenos

Producto y servicio ▼

Outsourcing ▼

Nombre Completo*

NIT*

Ciudad*

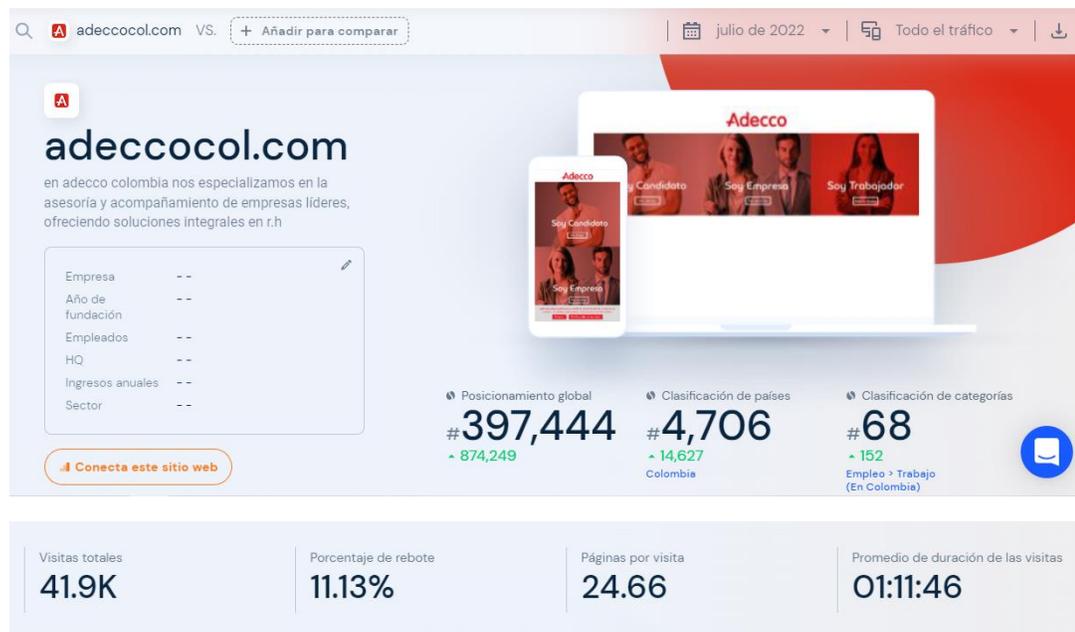
Email*

Teléfono*

Mensaje*

Enviar

Posicionamiento Web



Tráfico y compromiso durante el mes pasado

Visitas totales
41.9K

Cambio desde el mes pasado
83.82% ▲

Promedio de duración de las visitas
01:11:46

Tasa de rebote
11.13%

Páginas por visita
24.66

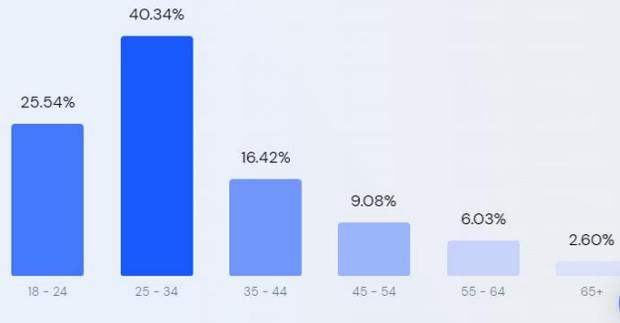
Total de visitas en los últimos 3 meses



Distribución por género



Distribución por edad



Intereses del público

Los intereses del público revelan detalles clave sobre los intereses de navegación de los visitantes de adeccocol.com. adeccocol.com: su público está interesado en Empleo > Trabajo y social network.

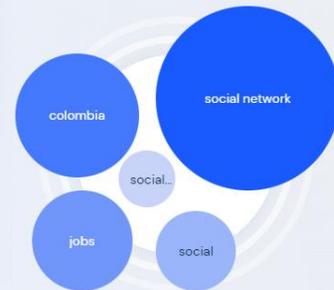
Categorías principales



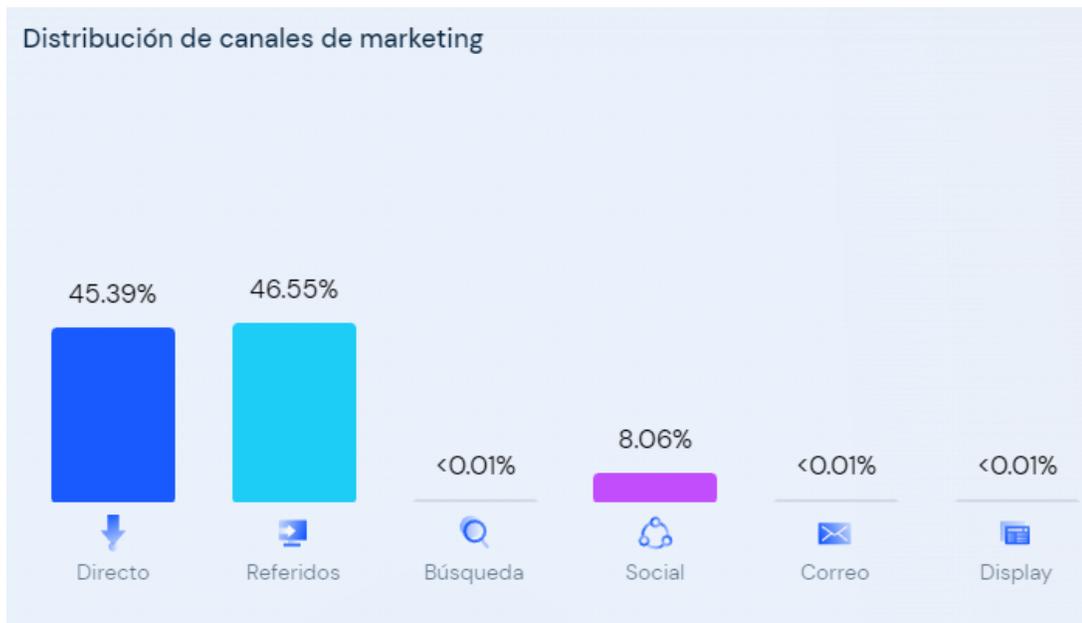
Otros sitios web visitados

- personas.serviciodeempleo.gov.co
 - adecco.com.co
 - elempleo.com
 - candidato.co.computrabajo.com
 - co.computrabajo.com
- Ver todos los demás sitios web →

Temas principales



Sitio web	Afinidad	Visitas mensuales	Categoría	Clasificación de categorías
adecco.com.co	100%	77.4K	Empleo > Trabajo	#5,537
computrabajo.com...	80%	1.3M	Empleo > Trabajo	#702
magneto365.com	69%	1.6M	Empleo > Trabajo	#362
elempleo.com	59%	4.5M	Empleo > Trabajo	#110
youtube.com	19%	35.0B	Arte y entretenimiento > Streaming y televisión online	#1
google.com	18%	87.3B	Ordenadores, electrónica y tecnología > Motores de búsqueda	#



Componentes tecnológicos

Estas son las tecnologías de sitios web, por sector, empleadas en adeccocol.com. Hay un total de 40 tecnologías de 11 sectores diferentes instaladas en adeccocol.com.

Publicidad (14)

DoubleClick

Ver todos →

Conversión y análisis (4)

Google Analytics

Ver todos →

Social (4)

Facebook Connect

Ver todos →

Widget (4)

reCAPTCHA

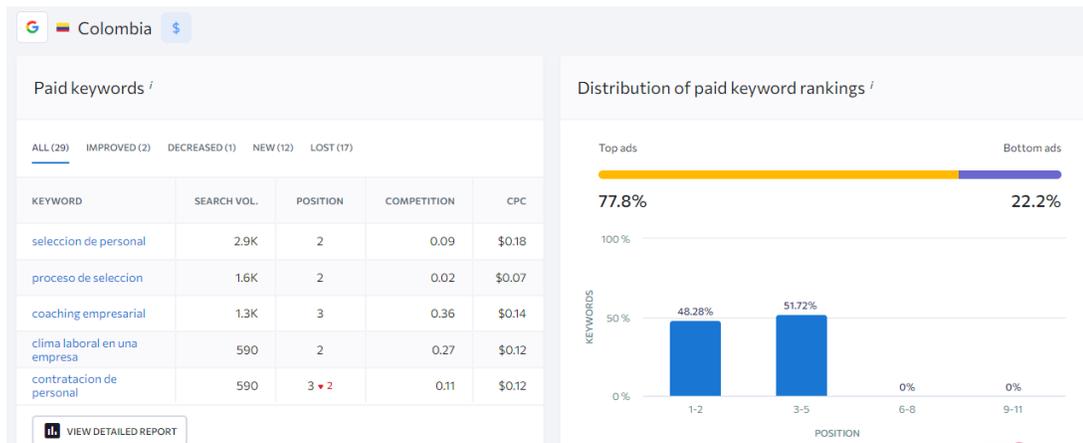
Ver todos →

Más sectores

7

Ver todos →

(Fuente: Similar Web 2022)



(Fuente: SE Ranking 2022)

Serdan

Se encuentra presente en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube adicionalmente cuenta con su página web.

Página Web: <https://www.serdan.com.co/>



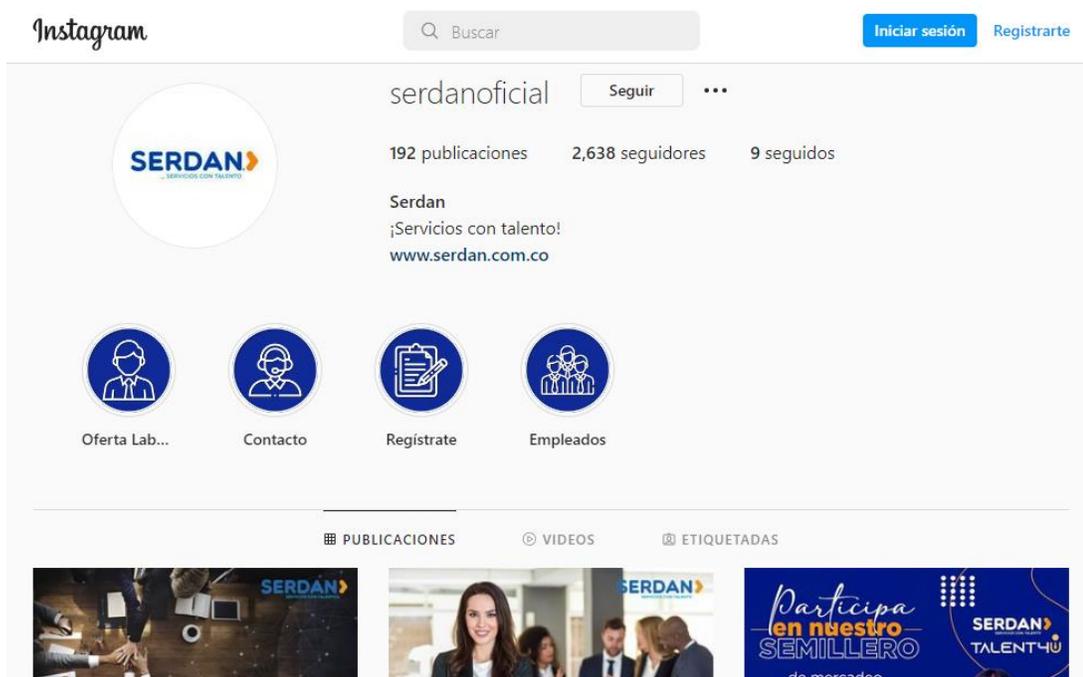
Facebook



Twitter



Instagram



LinkedIn

LinkedIn Empleos SERDAN Todo el mundo [Unirse ahora](#) [Iniciar sesión](#)



SERDAN
Servicios de recursos humanos
Somos especialistas en el desarrollo de soluciones integrales en todos los sectores empresariales.
[Seguir](#)

[Ver los 1124 empleados](#)

Páginas similares

- Serdan S.A**
Servicios de recursos humanos
Bogotá, Bogotá
- Eficacia**
Asesoría y servicios empresariales
Cali, Valle del Cauca
- Adecco**
Dotación y selección de personal
- Activos Colombia**
Dotación y selección de personal

[Mostrar más páginas similares](#)

Sobre nosotros

Somos una Organización especializada en el desarrollo de soluciones integrales en servicios de apoyo empresarial.

Buscar empleos

Empleos de Analista de procesos
74.395 empleos abiertos

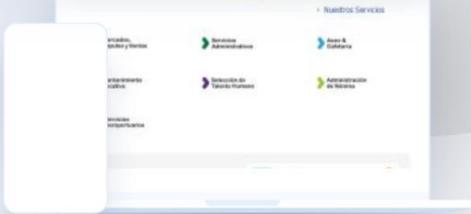
Empleos de Manager

Posicionamiento Web

serdan.com.co

Empresa	Serdan S.A
Año de fundación	1978
Empleados	51 - 200
HQ	Colombia
Ingresos anuales	--
Sector	Empleo > Trabajo

[Conecta este sitio web](#)



Posicionamiento global	Clasificación de países	Clasificación de categorías
#1,008,698 - 3,560,990	#14,625 - 46,106 Colombia	#181 - 475 Empleo > Trabajo (En Colombia)

Visitas totales	Porcentaje de rebote	Páginas por visita	Promedio de duración de las visitas
49.2K	31.36%	3.16	00:04:39



Tráfico y compromiso durante el mes pasado

Visitas totales
49.2K

Cambio desde el mes pasado
1398% ▲

Promedio de duración de las visitas
00:04:39

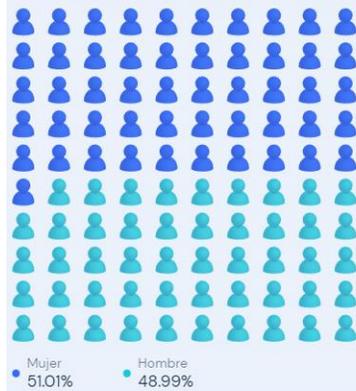
Tasa de rebote
31.36%

Páginas por visita
3.16

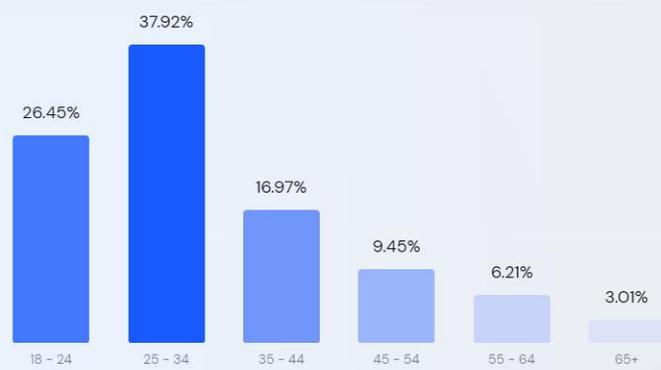
Total de visitas en los últimos 3 meses



Distribución por género

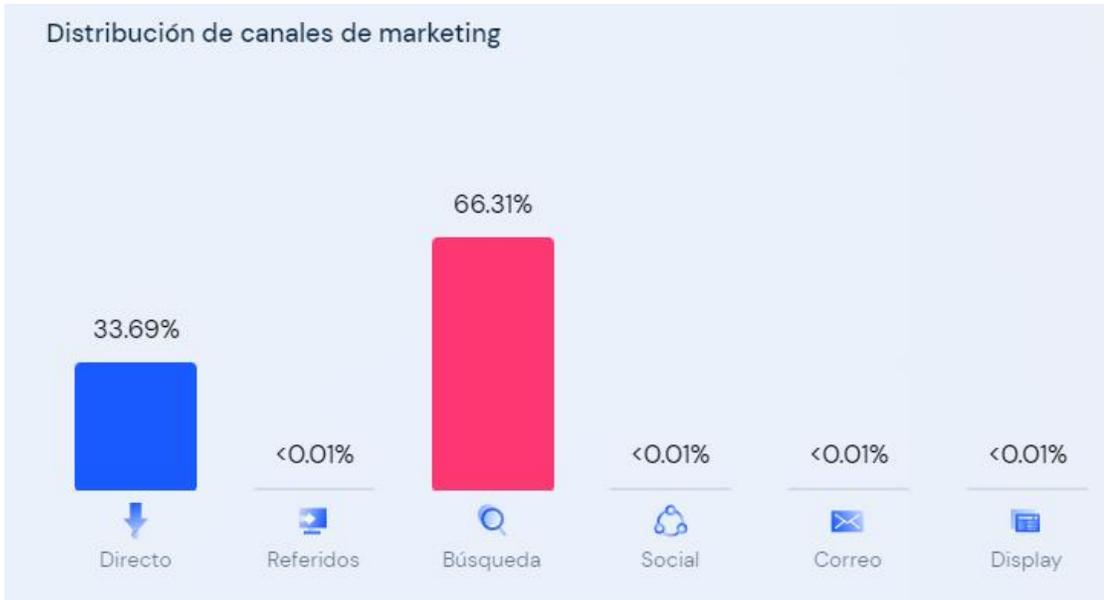


Distribución por edad



Sitio web	Afinidad	Visitas mensuales	Categoría	Clasificación de categorías
trabajando.com.co	100%	< 5K	Empleo > Trabajo	--
serdanop.com	94%	< 5K	Empleo > Trabajo	--
computrabajo.com	91%	26.6M	Empleo > Trabajo	#9
eempleo.com	85%	4.5M	Empleo > Trabajo	#110
nases.com.co	78%	12.4K	Empleo > Trabajo	#24,221

 activos.com.co	74%		38.9K	Empleo > Trabajo	#12,740
 accionplus.com	73%		81.9K	Empleo > Trabajo	#5,381
 sne.sena.edu.co	73%		< 5K	Empleo > Trabajo	--
 opcionempleo.com...	72%		129.5K	Empleo > Trabajo	#3,355
 co.indeed.com	72%		1.9M	Empleo > Trabajo	--



Componentes tecnológicos



Estas son las tecnologías de sitios web, por sector, empleadas en serdan.com.co.
Hay un total de 17 tecnologías de 11 sectores diferentes instaladas en serdan.com.co.

Publicidad (3)



Facebook Custom Au...



Ver todos →

Social (3)



Facebook Connect



Ver todos →

Móvil (2)



Meta Viewport



Ver todos →

Widget (2)



Google Maps



Ver todos →



Más sectores

7

Ver todos →

Manpower Group

Se encuentra presente en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, adicionalmente cuenta con su página web.

Página Web: <https://manpowergroupcolombia.co/>

The screenshot shows the homepage of the ManpowerGroup Colombia website. At the top, there is a navigation bar with links for 'Clientes', 'Empleados', 'Infórmate+', 'Fondo de Empleados', 'PQRS', 'Tienda virtual', a search bar, and a location dropdown for 'Colombia'. Below this is the ManpowerGroup logo and a secondary navigation menu with links for 'Soluciones', 'Oportunidades Laborales', 'Investigaciones', 'Acercas de Nosotros', 'Prensa', and 'Blog'. A 'Contáctenos' link is also present. The main content area features a large banner with the headline 'Impulsar tu éxito es humanamente posible'. Below the headline, a paragraph states: 'ManpowerGroup es líder global en servicios y soluciones innovadoras de capital humano. Diariamente conectamos a más de 600,000 personas con un empleo formal dentro de un amplio rango de habilidades e industrias ayudando así a impulsar el éxito de nuestros clientes alrededor del mundo.' A 'CONOCE MÁS' button is located at the bottom of the banner. The background of the banner shows a stylized graphic of a wind turbine and abstract lines.

Facebook

The screenshot displays the Facebook profile page for ManpowerGroup. The top navigation bar includes the Facebook logo, a search bar, and icons for home, video, marketplace, groups, and settings. The profile header shows the ManpowerGroup logo, the name 'ManpowerGroup', the handle '@ManpowerGroupColombia', and the role 'Reclutador'. A blue 'Enviar mensaje' button is visible. Below the header, there are tabs for 'Inicio', 'Eventos', 'Opiniones', 'Fotos', and 'Más'. A 'Me gusta' button is also present. The main content area is divided into two sections. On the left, there is a 'Preguntar a ManpowerGroup' section with two pre-defined questions: '¿Dónde puedo ver sus vacantes?' and '¿Horario de atención?'. Each question has a 'Preguntar' button. Below these is a text input field for 'Escribe una pregunta' and a 'Pregu...' button. On the right, there is a post from ManpowerGroup dated '22 de julio a las 15:10'. The post text reads: 'Acompañe a Ricardo Morales, Director de experis.colombia en el evento virtual SIN COSTO organizado por la AmCham Colombia - Cámara de Comercio Colombo Americana, TENDENCIAS ACCELERADAS Y NECESIDADES RENOVADAS EN EL MUNDO DEL TRABAJO EN TI donde hablará sobre la importancia del talento TI para las empresas. Fecha: Martes 26 de julio || 9:00 am Inscripciones en <https://bit.ly/3olxGKf>'. Below the text is a video thumbnail showing a modern office interior with blue circular graphics overlaid.

Twitter

The screenshot shows the Twitter profile for ManpowerGroup Colombia. The profile name is "ManpowerGroup Colombia" with the handle "@ManpowerGroupCO". The bio includes social media links for LinkedIn, Facebook, and YouTube, and a tagline: "¡Líder mundial en la gestión del talento humano!". It also states "Se unió en diciembre de 2012" and shows "576 Siguiendo" and "3.124 Seguidores". The profile picture is a circular logo with three vertical bars in blue, orange, and green. The header image features the text "MASTERING THE ELEMENTS IS HUMANLY POSSIBLE" over a background of a brick wall and a cityscape. The right sidebar shows a search bar and a "Tal vez te guste" section with recommendations for Fabio Zapata, RUNT, and Cinco continentes.

Instagram

The screenshot shows the Instagram profile for ManpowerGroup Colombia. The profile name is "manpowergroup_col..." with the handle "@manpowergroup_colombia". The bio describes the company as a "Líder global en soluciones de talento humano" and lists services: "Reclutamiento/selección/temporalidad/outsourcing de nomina/coaching/outplacement/talento y soluciones TI". The website "linktr.ee/manpowergroup_colombia" is provided. The profile shows "3,348 publicaciones", "29.3K seguidores", and "48 seguidos". The profile picture is a circular logo with a rainbow background and three white vertical bars. Below the bio are four featured posts: "IS HERE", "Nuestras M...", "#EnelMund...", and "Doing Well". The bottom navigation bar includes "PUBLICACIONES", "REELS", "VIDEOS", and "ETIQUETADAS".

LinkedIn

LinkedIn Empleos ManpowerGroup Colombia Todo el mundo Unirse ahora [Iniciar sesión](#)

ManpowerGroup Colombia

Servicios de recursos humanos

Líder global en soluciones de talento humano a través de nuestras marcas: Manpower, Experis y Talent Solutions.

[Ver empleos](#) [Seguir](#)

[Ver los 254 empleados](#)

Páginas similares

- Nutresa**
Servicios de alimentos y bebidas
Medellín, Antioquia
- Bavaria - Colombia**
Servicios de alimentos y bebidas
BOGOTÁ, Distrito Capital de Bogotá
- POSTOBON S.A.**
Servicios de alimentos y bebidas
- Activos Colombia**
Dotación y selección de personal

[Mostrar más páginas similares](#)

Sobre nosotros

ManpowerGroup es líder global en soluciones innovadoras de capital humano, con más de 70 años de experiencia a nivel global. Tenemos presencia en 80 países con más de 3,600 oficinas, 3,500,000

Buscar empleos

Empleos de Analista

18,102 empleos abiertos

Empleos de Consultor comercial

WhatsApp

[Inicio](#) [Procesos de selección](#) [Perfiles de tecnología](#) [Coaching y Outplacement](#) [Cursos](#) [Independientes](#) [Otros](#)

Conozcámonos más

- Blog
- Nuestra marca
- Alianzas
- Contáctanos
- ManpowerGroup

¿Qué te gustaría saber?

- Preguntas frecuentes
- Términos y condiciones
- Promociones vigentes
- ¿Cómo comprar?
- Garantía

Suscríbete para conocer nuestras promociones

Introduce su dirección de correo electrónico [Suscribirse](#)

Al suscribirte aceptas nuestras políticas de tratamiento de datos.

Servicios de ManpowerGroup Colombia

Posicionamiento Web



manpowergroupcolombia.co

manpower group más de 40 años en colombia, ofrece soluciones de capital humano mediante la atracción, selección, reclutamiento y **Mostrar más**

Empresa	ManpowerGroup Colombia
Año de fundación	1976
Empleados	201 - 500
HQ	--
Ingresos anuales	--
Sector	Empleo > Trabajo

Conecta este sitio web



Posicionamiento global

#820,598

▲ 274,832

Clasificación de países

#11,094

▲ 5,657
Colombia

Clasificación de categorías

#146

▲ 46
Empleo > Trabajo
(En Colombia)

Visitas totales 54.2K	Porcentaje de rebote 55.39%	Páginas por visita 2.03	Promedio de duración de las visitas 00:02:17
---------------------------------	---------------------------------------	-----------------------------------	--





Intereses del público

Los intereses del público revelan detalles clave sobre los intereses de navegación de los visitantes de manpowergroupcolombia.co. manpowergroupcolombia.co: su público está interesado en Ordenadores, electrónica y tecnología > Correo electrónico y google.

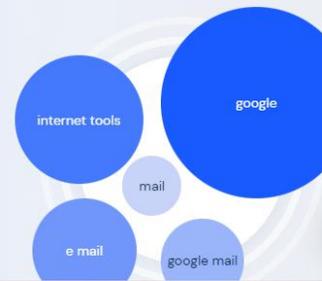
Categorías principales



Otros sitios web visitados

- mail.google.com
- youtube.com
- google.com

Temas principales



Sitio web	Afinidad	Visitas mensuales	Categoría	Clasificación de categorías
manpower.com.co	100%	34.2K	Empleo > Trabajo	#11,364
manpower.com.pe	88%	< 5K	Empleo > Trabajo	#47,758
manpowergroupusa...	85%	83.0K	Empleo > Trabajo	#7,250
manpower.ie	83%	16.1K	Empleo > Trabajo	#17,521
fondomanpower.com	82%	5.1K	Empleo > Trabajo	#35,769
temposas.com	82%	5.0K	Empleo > Trabajo	#38,812
manpowergroup.com	80%	191.2K	Empleo > Trabajo	#2,682
computrabajo.com....	78%	1.3M	Empleo > Trabajo	#702
manpower.ca	78%	52.1K	Empleo > Trabajo	#9,243
manpower.com	75%	177.5K	Empleo > Trabajo	#2,579

Distribución de canales de marketing



Tráfico de búsqueda de palabras clave

Consulta la lista de las principales palabras clave orgánicas que dirigen el tráfico a manpowergroupcolombia.co. (En ordenadores, en todo el mundo)

Orgánico o de pago



Principales palabras clave

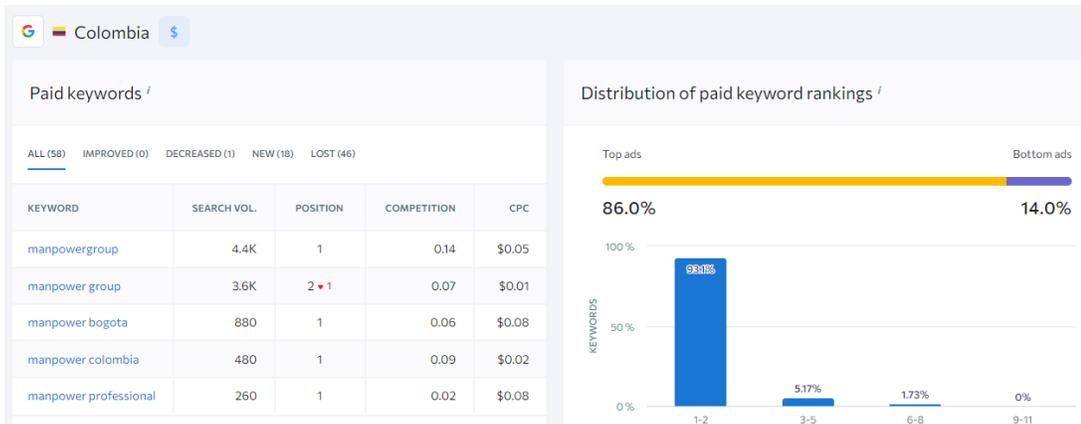


Componentes tecnológicos

Estas son las tecnologías de sitios web, por sector, empleadas en manpowergroupcolombia.co. Hay un total de 26 tecnologías de 11 sectores diferentes instaladas en manpowergroupcolombia.co.



(Fuente: Similar Web 2022)



(Fuente: SE Ranking 2022)

Eficacia

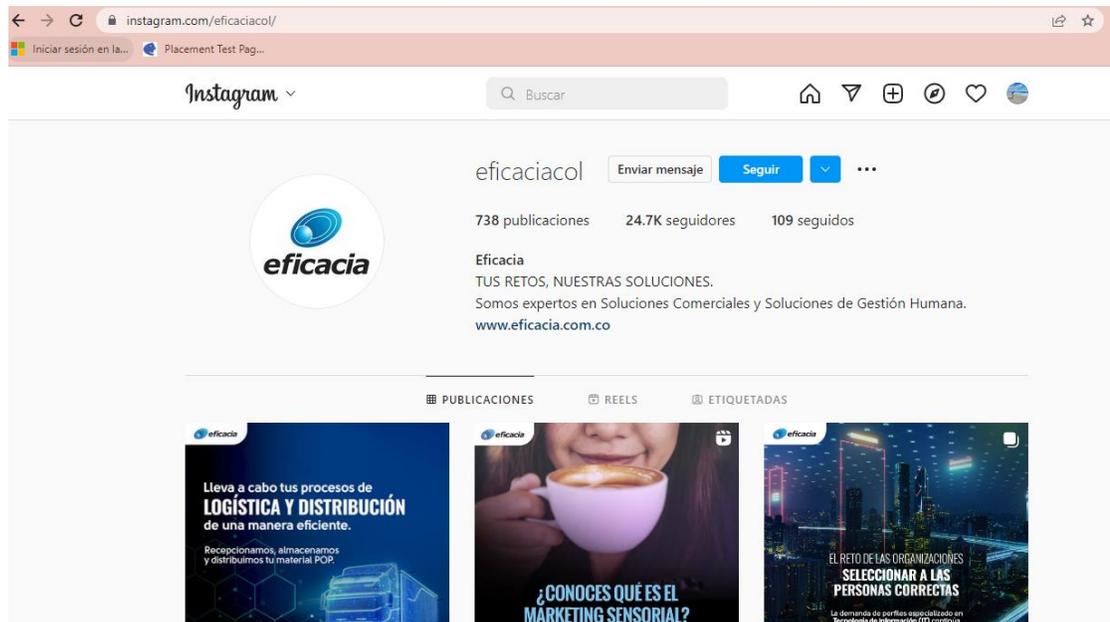
Se encuentra presente en Instagram, Facebook, LinkedIn, adicionalmente cuenta con su página web.

Página Web: <https://www.eficacia.com.co/>



The screenshot shows the Eficacia website homepage. At the top, there is a navigation bar with the Eficacia logo and links for 'Servicios', 'Acerca de Eficacia', 'Insights y tendencias', '¡Trabaja con nosotros!', 'Contáctanos', and 'Portal de colaboradores'. The main banner features the headline 'TUS RETOS. NUESTRAS SOLUCIONES.' and the text 'Somos expertos en Soluciones Comerciales, de Mercadeo, y Soluciones de Gestión Humana'. Below the banner, there is a section titled 'Experiencia e innovación' with a sub-headline 'Estamos comprometidos con la estrategia y la productividad de nuestros clientes. Entendemos sus necesidades y retos, ofreciendo Soluciones Comerciales, de Mercadeo, y Soluciones de Gestión Humana.'

Instagram



The screenshot shows the Eficacia Instagram profile. The profile name is 'eficaciacol' with 738 publicaciones, 24.7K seguidores, and 109 seguidos. The bio reads: 'Eficacia TUS RETOS, NUESTRAS SOLUCIONES. Somos expertos en Soluciones Comerciales y Soluciones de Gestión Humana. www.eficacia.com.co'. Below the bio, there are three posts visible: 1. 'Lleve a cabo tus procesos de LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN de una manera eficiente. Recopilamos, almacenamos y distribuimos tu material POP.' 2. '¿CONOCES QUÉ ES EL MARKETING SENSORIAL?' 3. 'EL RETO DE LAS ORGANIZACIONES SELECCIONAR A LAS PERSONAS CORRECTAS. La demanda de perfiles especializados en Tecnología de Información (TI) continúa.'

Facebook

facebook.com/EficaciaColombia

Iniciar sesión en la... Placement Test Pag...

Buscar en Facebook

Eficacia @EficaciaColombia · Servicio empresarial

Regístrate

eficacia.com.co

Inicio Videos Fotos Información Más

Me gusta Mensaje

Información

Ver todo

- Somos una empresa colombiana con más de 35 años de experiencia en soluciones comerciales y cuidado de las marcas. Presentes en más de 800 municipios d... Ver más
- Somos una empresa colombiana con 35 años de experiencia en soluciones comerciales, cuidado de las marcas, operación retail y procesos de gestión human... Ver más

A 138.901 personas les gusta esto

143.947 personas siguen esto

Eficacia 2 h ·

En Eficacia creemos en ti y en tu talento, por eso, tenemos grandes beneficios educativos para que puedas potencializar tu carrera y cumplir tus metas profesionales. ❤️

No esperes más, haz parte de nuestro equipo ingresando a: <https://eficacia.zohorecruit.com/jobs/Eficacia>

.... Ver más

¿Sabías qué en Eficacia contamos con

LinkedIn

LinkedIn Empleos Eficacia Todo el mundo Unirse ahora Iniciar sesión

Eficacia

Asesoría y servicios empresariales
Cali, Valle del Cauca · 129.194 seguidores

TUS RETOS. NUESTRAS SOLUCIONES. Somos expertos en Soluciones Comerciales y Soluciones de Gestión Humana.

Ver empleos Seguir

Ver los 4231 empleados

Páginas similares

- Activos Colombia: Dotación y selección de personal
- Nutresa: Servicios de alimentos y bebidas Medellín, Antioquia
- POSTOBON S.A.: Servicios de alimentos y bebidas
- ManpowerGroup Colombia: Servicios de recursos humanos

Mostrar más páginas similares

Buscar empleos

- Empleos de Auxiliar administrativo: 82.065 empleos abiertos
- Empleos de Auxiliar: 728.748 empleos abiertos

Sobre nosotros

TUS RETOS, NUESTRAS SOLUCIONES. Somos expertos en Soluciones Comerciales y Soluciones de Gestión Humana.

Posicionamiento Web



eficacia.com.co

productividad y eficiencia líderes en soluciones innovadoras para las áreas de marketing, trademaking, ventas y gestión [Mostrar más](#)

Empresa	Eficacia
Año de fundación	1991
Empleados	1001 - 5000
HQ	Colombia, Cali
Ingresos anuales	\$5.0M - \$10.0M
Sector	Empleo > Trabajo

[Conecta este sitio web](#)



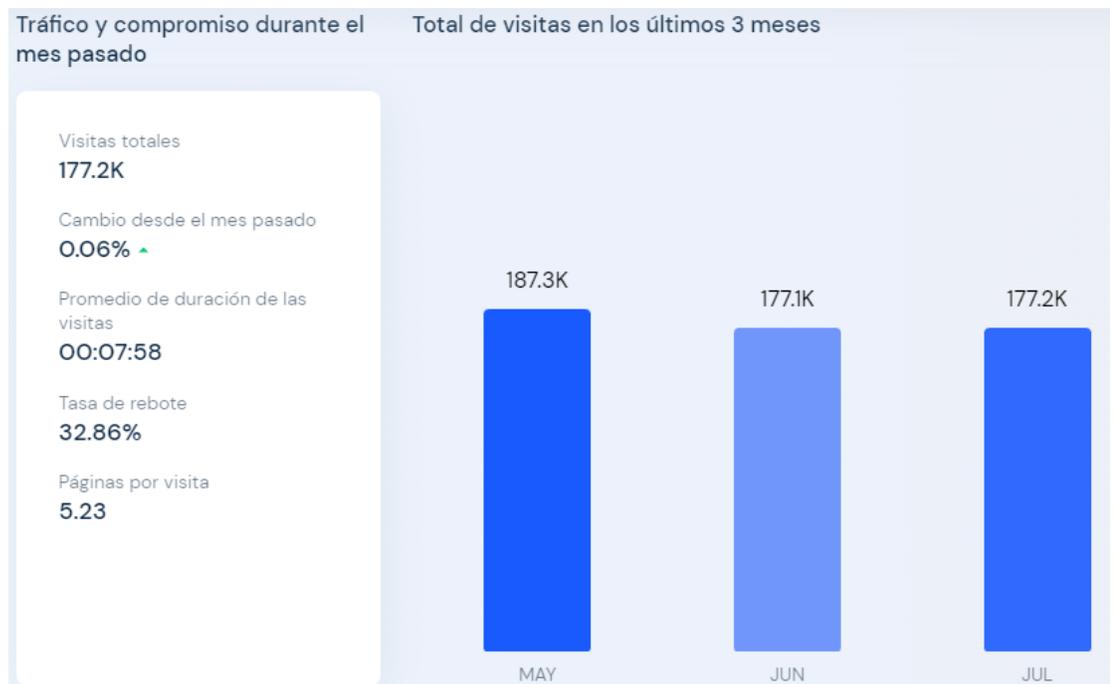
TUS RETOS. NUESTRAS SOLUCIONES.
Somos expertos en Soluciones Comerciales, de Mercados, y Soluciones de Gestión Humana.

Posicionamiento global: **#231,861** (▼ 21,402)

Clasificación de países: **#2,630** (▼ 154 Colombia)

Clasificación de categorías: **#29** (▼ 3 Empleo > Trabajo (En Colombia))

Visitas totales	Porcentaje de rebote	Páginas por visita	Promedio de duración de las visitas
177.2K	32.86%	5.23	00:07:58





Intereses del público

Los intereses del público revelan detalles clave sobre los intereses de navegación de los visitantes de eficacia.com.co. eficacia.com.co: su público está interesado en Ordenadores, electrónica y tecnología > Motores de búsqueda y google.

Categorías principales



Otros sitios web visitados

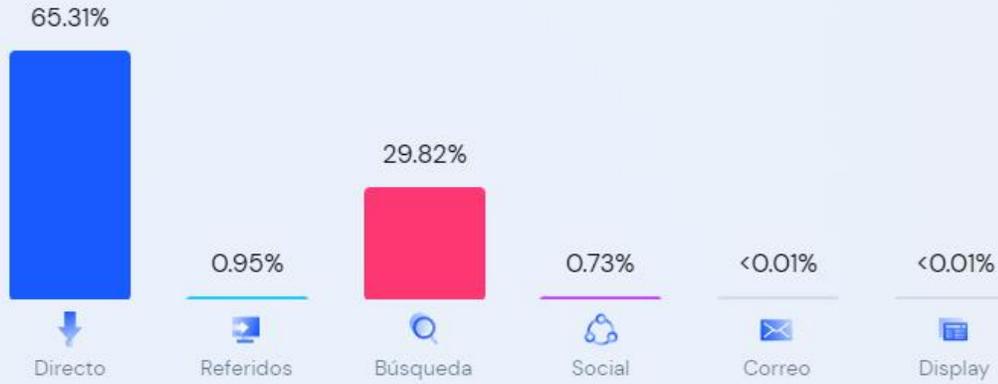
- co.computrabajo.com
 - twitch.tv
 - login.live.com
 - drive.google.com
 - outlook.live.com
- [Ver todos los demás sitios web >](#)

Temas principales



Sitio web	Afinidad	Visitas mensuales	Categoría	Clasificación de categorías
eficacia.com	100%	< 5K	Empleo > Trabajo	--
elempleo.com	100%	4.5M	Empleo > Trabajo	#110
computrabajo.com	99%	1.3M	Empleo > Trabajo	#702
jobfindi.com	96%	6.2K	Empleo > Trabajo	#36,199
activos.com.co	95%	38.9K	Empleo > Trabajo	#12,740
extras.com.co	93%	< 5K	Empleo > Trabajo	#43,839
psychologues-psyc...	91%	61.0K	Empleo > Trabajo	#8,476
manpowergroupcol...	85%	54.2K	Empleo > Trabajo	#10,424
co.indeed.com	85%	1.9M	Empleo > Trabajo	--
empleosenaccion.c...	85%	< 5K	Empleo > Trabajo	#52,687

Distribución de canales de marketing



Tráfico de búsqueda de palabras clave

Consulta la lista de las principales palabras clave orgánicas que dirigen el tráfico a eficacia.com.co.
(En ordenadores, en todo el mundo)

Orgánico o de pago



Principales palabras clave

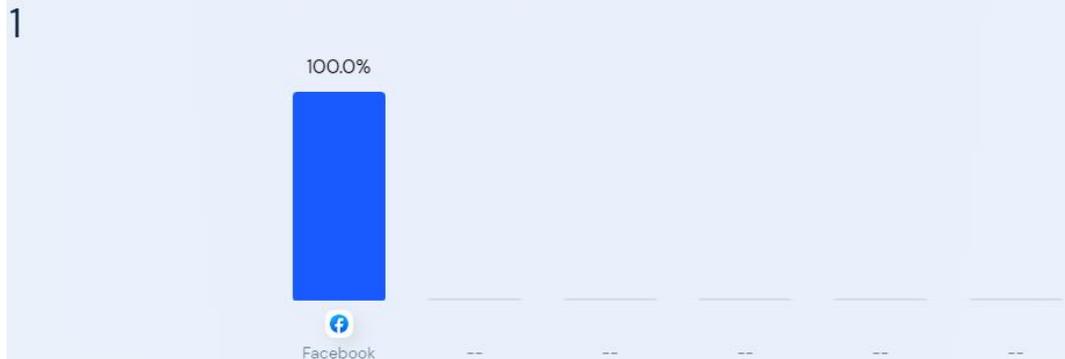


Tráfico de las redes sociales

Las principales redes sociales que dirigen el tráfico a eficacia.com.co son Facebook, y . Busca oportunidades para aumentar la participación del público a través de Facebook o de otras redes.
(en desktop, en todo el mundo)

Redes sociales

Distribución de redes sociales



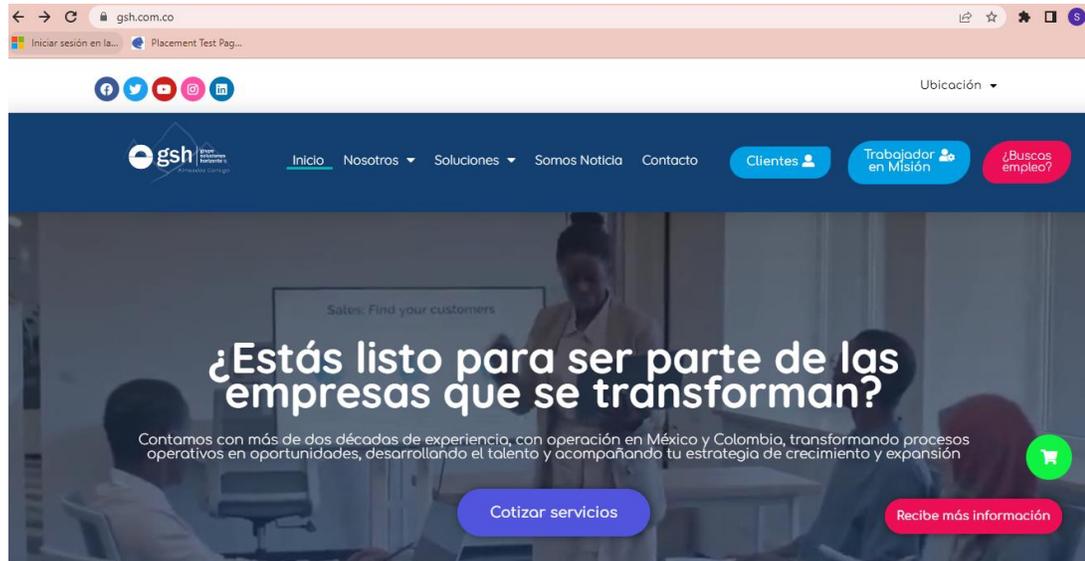
Publicidad (6) Social (5) Widget (5) Servicios de correo electrónico (3)

 <p>DoubleClick</p> <hr/> <p>   Ver todos →</p>	 <p>Facebook Social Plugi...</p> <hr/> <p>   Ver todos →</p>	 <p>Twemoji</p> <hr/> <p>   Ver todos →</p>	 <p>Microsoft Exchange O...</p> <hr/> <p>  Ver todos →</p>	 <p>Más sectores</p> <p>7</p> <p>Ver todos →</p>
---	--	---	--	--

Grupo Soluciones Horizonte GSH

Se encuentra presente en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube, Tik Tok, adicionalmente cuenta con su página web.

Página Web: <https://www.gsh.com.co/>



Facebook



Twitter

twitter.com/Ari_GSH

Iniciar sesión en la... Placement Test Pag...

Ari de GSH
9,646 Tweets

NUESTRO PROPÓSITO:
TRANSFORMAR
EL MUNDO
DESDE EL
Corazón
DE LAS
ORGANIZACIONES

gsh

www.gsh.com.co

Ari de GSH
@Ari_GSH

¡Soy Ari! Analista de Atracción Digital de GSH y estoy aquí para conectar tu talento con las mejores oportunidades laborales

Servicios profesionales Colombia linktr.ee/ari_gsh
Se unió en enero de 2012

56 Siguiendo 1.839 Seguidores

Ninguna de las cuentas que sigues sigue a este usuario

Instagram

instagram.com/gshgruposoluciones/?hl=es

Iniciar sesión en la... Placement Test Pag...

Instagram

gshgruposoluciones

Enviar mensaje Seguir

508 publicaciones 3,976 seguidores 104 seguidos

Grupo Soluciones Horizonte
Product/service
Somos expertos en Recursos Humanos, los medios nos reconocen
Regístrate en nuestro GSHLearning: Fiscalización empresarial
www.gsh.com.co/registro

EQUIPO OFERTASLA... FERIAS CANALES SERVICIOS ... OFICINAS PARA TI

PUBLICACIONES REELS ETIQUETADAS

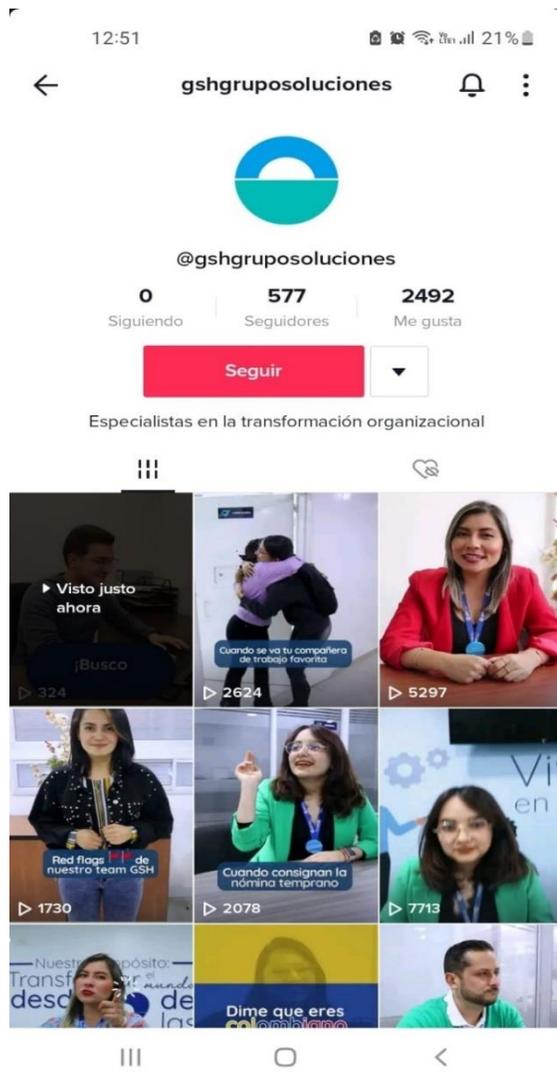
LinkedIn

The screenshot shows the LinkedIn profile for (GSH) Grupo Soluciones Horizonte. The header features the company logo and a banner with the text: "NUESTRO PROPÓSITO TRANSFORMAR EL MUNDO DESDE EL CORAZÓN DE LAS ORGANIZACIONES". Below the banner, the company name is displayed along with "Servicios de recursos humanos", "Bogotá, Cundinamarca · 19.650 seguidores", and the tagline "Transformamos el mundo desde el corazón de las organizaciones". There are buttons for "Ver empleos" and "Seguir". To the right, a list of similar pages includes Nutresa, Eficacia, POSTOBON S.A., and Bancolombia. Below the profile, a "Sobre nosotros" section states: "GSH (Grupo Soluciones Horizonte) es una firma colombiana especializada en la Transformación Organizacional con presencia internacional en México." On the far right, it says "Empleos de (GSH) Grupo Soluciones Horizonte" with "170 empleos abiertos".

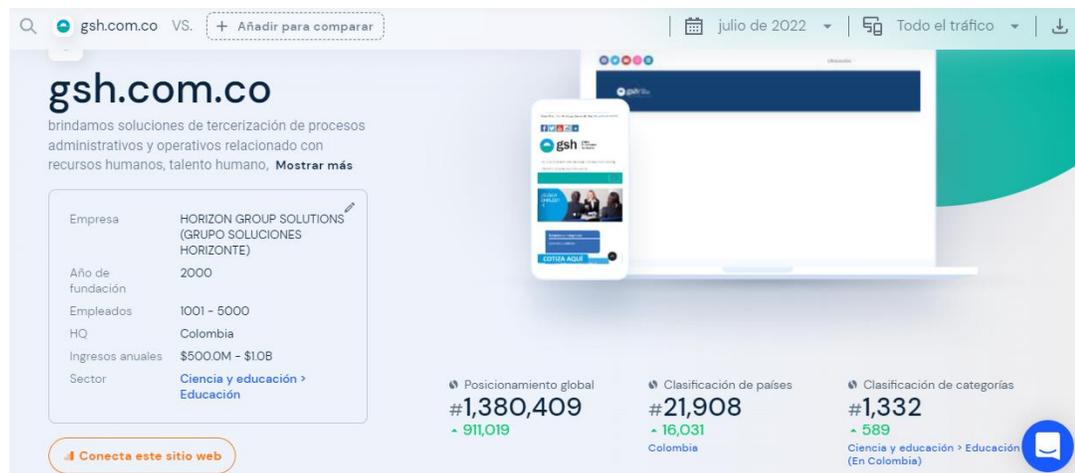
YouTube

The screenshot shows the YouTube channel page for GRUPO SOLUCIONES HORIZONTE. The channel banner features the company logo and the tagline "Alineados. Contigo". The channel name "GRUPO SOLUCIONES HORIZONTE" is displayed with "627 suscriptores" and a "SUSCRIBIRME" button. Below the banner, there are navigation tabs for "INICIO", "VIDEOS", "LISTAS", "COMUNIDAD", "CANALES", and "INFORMACIÓN". The main content area shows a video titled "Nuestra Historia: Grupo Soluciones Horizonte" with "3076 visualizaciones · hace 3 años" and the text "¡Bienvenido a nuestro canal!". A sidebar on the left contains navigation options like "Inicio", "Explorar", "Shorts", "Suscripciones", "Biblioteca", "Historial", "Mis videos", "Ver más tarde", and "Videos que me gustan".

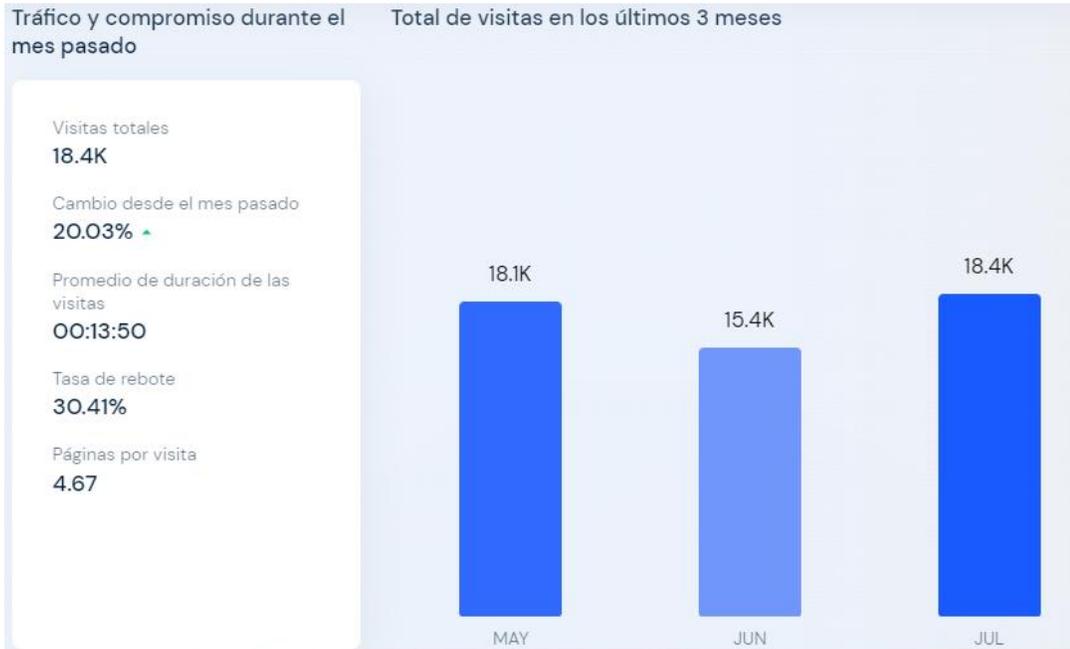
Tik Tok



Posicionamiento Web



Visitas totales 18.4K	Porcentaje de rebote 30.41%	Páginas por visita 4.67	Promedio de duración de las visitas 00:13:50
---------------------------------	---------------------------------------	-----------------------------------	--



Sitio web	Afinidad	Visitas mensuales	Categoría	Clasificación de categorías
gbsrecursoshumanos.cl	100%	14.1K	Ciencia y educación > Educación	#62,480
martinbrainon.com	98%	< 5K	Ciencia y educación > Educación	#192,832
cegonlineuniversidad.cl	98%	< 5K	Ciencia y educación > Educación	#98,652
zoologic-d.com	98%	< 5K	Ciencia y educación > Educación	#159,813
lhh.cl	98%	< 5K	Ciencia y educación > Educación	#139,734

idtalento.com	94%	28.0K	Ciencia y educación > Educación	#52,597
capitalh.com.mx	93%	< 5K	Ciencia y educación > Educación	#153,352
recursosparapymes...	86%	14.4K	Ciencia y educación > Educación	#62,623
manceras.com.co	79%	< 5K	Ciencia y educación > Educación	--
ride.org.mx	78%	40.7K	Ciencia y educación > Educación	#35,317

Distribución de canales de marketing



Principales palabras clave

- administración ... 44.63%
- que trabajos te... 38.87%
- autoevaluacion d... 15.17%
- empresas de ser... 0.67%
- pruebas para pro... 0.67%
- 54 Otros <0.01%
- [Ver más →](#)

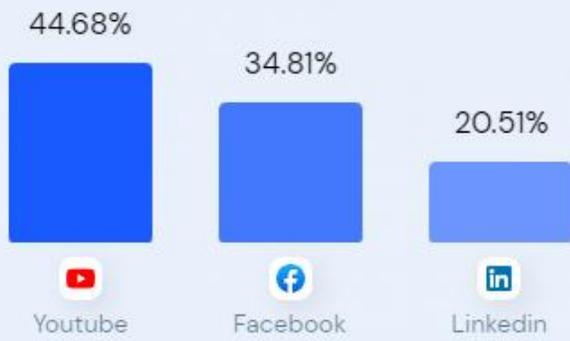
Palabras clave totales
59



Redes sociales

Distribución de redes sociales

3



Componentes tecnológicos

Estas son las tecnologías de sitios web, por sector, empleadas en gsh.com.co. Hay un total de 15 tecnologías de 11 sectores diferentes instaladas en gsh.com.co.

Sistema de gestión de contenidos (2)

Móvil (2)

Social (2)

Widget (2)


WordPress
[Ver todos →](#)


Meta Viewport
[Ver todos →](#)


Instagram
[Ver todos →](#)


Twemoji
[Ver todos →](#)


Más sectores
7
[Ver todos →](#)

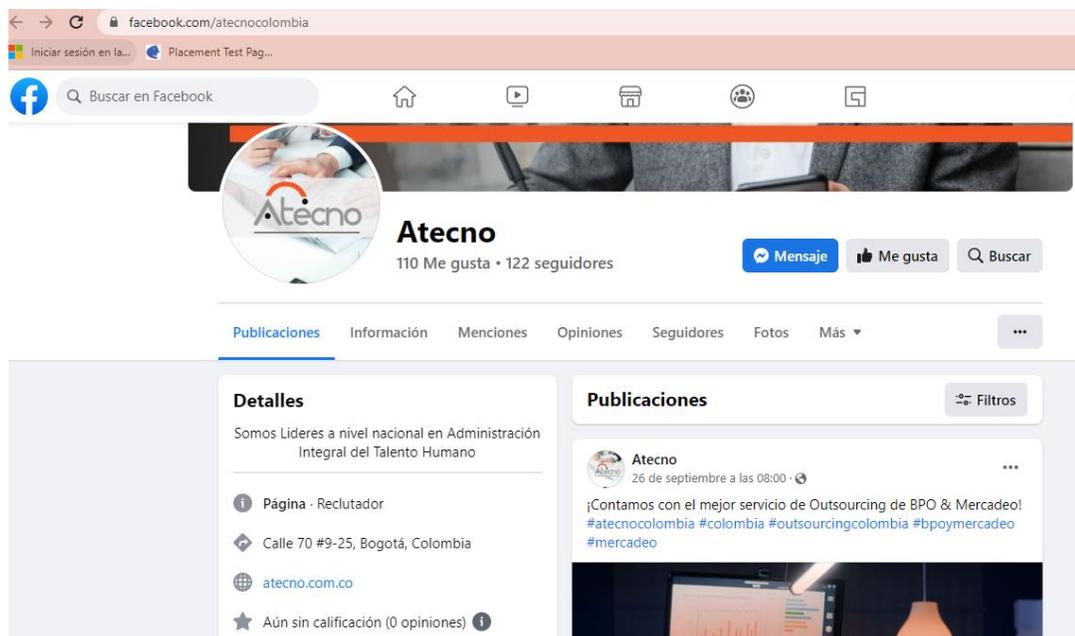
Atecno

Se encuentra presente en Facebook, Instagram, LinkedIn, adicionalmente cuenta con su página web.

Página Web: <https://www.atecno.com.co/>



Facebook



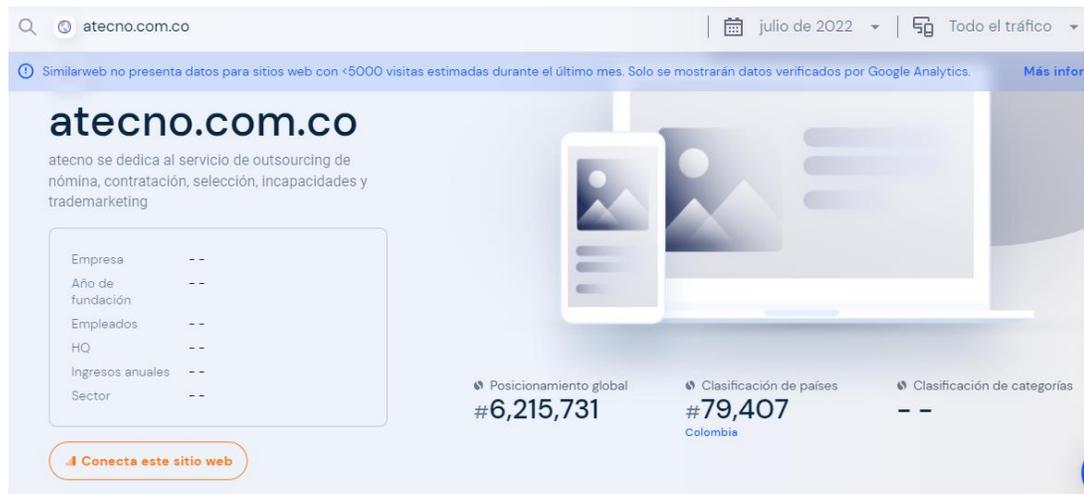
Instagram

The screenshot shows the Instagram profile for 'atecnocolombia'. The profile picture is a circular logo with the word 'Atecno' and a stylized 'A'. The bio states: 'Dedicados a encontrar soluciones a sus procesos de selección contratación nóminas incapacidades bpo mercadeo almacenamiento y logística' and includes the website 'www.atecno.com.co/ya-llegaron-las-vacaciones-recreativas-para-tu-hijo'. There are 174 publications, 430 seguidores, and 18 seguidos. Below the bio are three featured posts: 1) 'CON NUESTRO OUTSOURCING DE BPO & MERCADEO' with a call to action '¡CONTÁCTANOS!'; 2) 'NOS INTEGRAMOS CON TU EMPRESA PARA OFRECIERTE SOLUCIONES ADAPTADAS A TUS NECESIDADES Y PRESUPUESTO'; 3) 'Afiliate a nuestro fondo de empleados FEDAC y aprovecha nuestros beneficios' with contact information: 'Celular: 313 479 1808 • Instagram: fondo_fedac'.

LinkedIn

The screenshot shows the LinkedIn profile for 'Atecno Colombia'. The header includes the LinkedIn logo, navigation tabs for 'Empleos', 'Atecno Colombia', and 'Todo el mundo', and a search bar. The profile banner features the Atecno logo and text: 'Diseñamos una nueva línea de servicio de outsourcing enfocada en la administración de personal con estabilidad laboral reforzada por salud.' and '¡Medicina Laboral!'. The profile name is 'Atecno Colombia', with the description 'Dotación y selección de personal' and location 'Bogotá, Cundinamarca · 68 seguidores'. A 'Seguir' button is visible. Below the profile, there is a 'Sobre nosotros' section with the text: 'Brindamos servicios de outsourcing dedicados a encontrar soluciones a sus procesos de selección, contratación y nóminas.' To the right, there is a 'Páginas similares' section listing: 'ATECNO S.A. Dotación y selección de personal', 'Activos Colombia Dotación y selección de personal', 'Serviola Dotación y selección de personal', and 'Gestión Rural Abogacía Bogotá DC, Bogotá DC'. At the bottom, there is a 'Buscar empleos' section showing 'Empleos de Desarrollador' (6771 empleos abiertos) and 'Empleos de Ingeniero' (15.216 empleos abiertos).

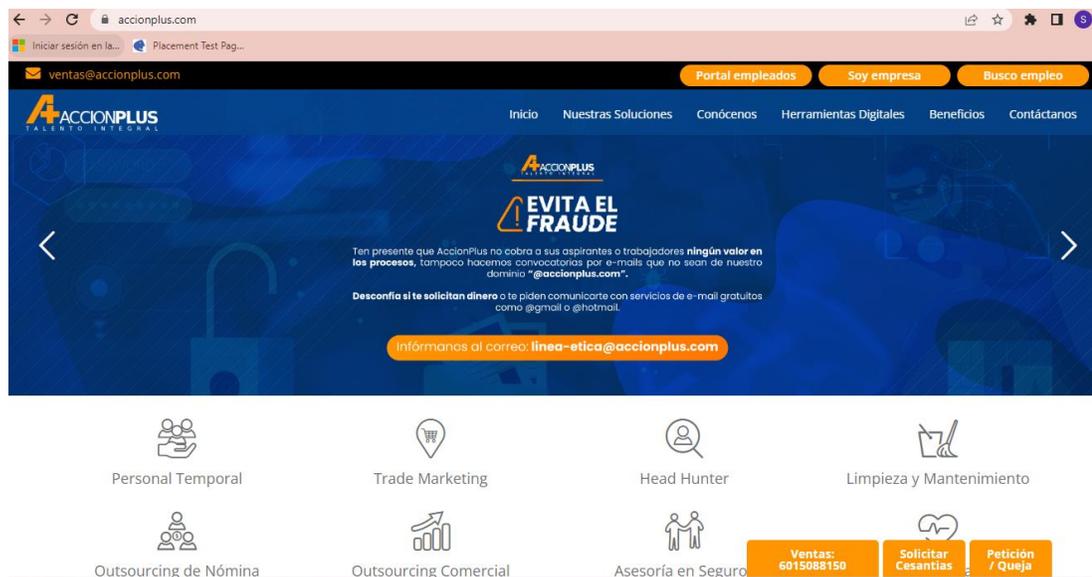
Posicionamiento Web



Acción Plus

Se encuentra presente en Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Instagram y adicionalmente cuenta con su página web.

Página Web: <https://www.accionplus.com/>



Facebook

The screenshot shows the Facebook profile page for 'Grupo AccionPlus'. The browser address bar displays 'facebook.com/GrupoAccionPlusOficial'. The profile header includes the company logo, name 'Grupo AccionPlus', and handle '@GrupoAccionPlusOficial · Negocio local'. A 'Contactarnos' button and the website 'accionplus.com' are visible. Below the header, there are navigation tabs for 'Inicio', 'Información', 'Fotos', 'Videos', and 'Más'. A 'Preguntar a Grupo AccionPlus' section lists common questions with 'Preguntar' buttons. A pinned post from October 27, 2021, requests help in identifying official accounts to combat fraud, listing 'Grupo AccionPlus Oficial', 'Empleos en Accion', and 'AccionPlus Perfil Corporativo' as official channels.

Twitter

The screenshot shows the Twitter profile page for 'Grupo AccionPlus Oficial'. The browser address bar displays 'twitter.com/g_accionplus'. The profile header shows the name 'Grupo AccionPlus Oficial' and '1,229 Tweets'. The main content area features a large blue banner announcing that 'AccionPlus hace parte del grupo Jobandtalent'. Below the banner, the profile bio states: 'Holding líder en servicios de outsourcing basados en talento humano desde 1975 | #TrabajoSiHay en las historias de Instagram: GrupoAccionPlusOficial@'. Location is 'Bogotá, DC, Colombia' and the website is 'accionplus.com'. The profile also shows '52 Siguiendo' and '3,562 Seguidores'. On the right side, there is a search bar and a 'Tal vez te guste' section with recommendations for accounts like 'Mohammed Al-Iss...', 'Empleate.Co Todas', and 'OfertasLaborales.net'.

LinkedIn

LinkedIn Empleos Grupo AccionPlus Todo el mundo Unirse ahora Iniciar sesión

Estamos muy felices de anunciar que ahora **AccionPlus** hace parte del grupo **Jobandtalent**

Grupo AccionPlus
Asesoría de externalización y deslocalización
Bogota D.C., Bogotá · 60.010 seguidores
FanPage del Grupo AccionPlus Oficial® | #TrabajoSiHay en las historias de Instagram: GrupoAccionPlusOficial®

Ver empleos Seguir Ver los 784 empleados

Sobre nosotros

El Grupo AccionPlus es el holding colombiano líder en la prestación de soluciones de outsourcing

Páginas similares

- Eficacia**
Asesoría y servicios empresariales
Cali, Valle del Cauca
- Activos Colombia**
Dotación y selección de personal
- ManpowerGroup Colombia**
Servicios de recursos humanos
- Nutresa**
Servicios de alimentos y bebidas
Medellín, Antioquia

Mostrar más páginas similares

Buscar empleos

Empleos de Auditor interno
708 empleos abiertos

Empleos de Ingeniero de sistemas

YouTube

youtube.com/user/empleosenaccion/featured

Inicio Explorar Shorts Suscripciones Biblioteca Historial Mis videos Ver más tarde Videos que me gustan

Grupo AccionPlus Oficial
577 suscriptores

INICIO VÍDEOS LISTAS COMUNIDAD CANALES INFORMACIÓN

#MásColombiano
160 visualizaciones · hace 9 meses

Desde HOY nos unimos a esta linda campaña #MásColombia +Colombiano Porque todos queremos una Colombia donde haya +Inclusión, +Oportunidades y +Empresas. ¡Estamos seguros que este país es posible, si lo construimos entre todos!

Subidas REPRODUCIR TODO

Instagram

Instagram.com/grupoaccionplusoficial/

Inicio sesión en la... Placement Test Pag...

Instagram

grupoaccionplusoficial

Enviar mensaje Seguir

401 publicaciones 9,357 seguidores 27 seguidos

Grupo AccionPlus Oficial®
Employment Agency
Holding co líder en servicios de outsourcing basados en talento humano desde 1975.
❤️💙 #TrabajoSiHay en historias 🗣️🗣️🗣️
Contáctanos en [1](#)
www.accionplus.com

Ofertas Servicios Regístrate P. Empleados PQRS Fondo Emp... Sedes

PUBLICACIONES ETIQUETADAS

Posicionamiento Web

accionplus.com VS. + Añadir para comparar

julio de 2022 Todo el tráfico

accionplus.com

servicios de outsourcing desde 1975 con soluciones innovadoras basados en talento humano para personal temporal, trade **Mostrar más**

Empresa	Grupo AccionPlus
Año de fundación	1975
Empleados	501 - 1000
HQ	Colombia, Bogota
Ingresos anuales	\$5.0M - \$10.0M
Sector	Empleo > Trabajo

Conecta este sitio web

Posicionamiento global
#412,371
+ 2,685

Clasificación de países
#4,917
+ 174
Colombia

Clasificación de categorías
#72
+ 7
Empleo > Trabajo
(En Colombia)

Visitas totales	Porcentaje de rebote	Páginas por visita	Promedio de duración de las visitas
81.9K	33.35%	4.83	00:05:41

Tráfico y compromiso durante el mes pasado

Visitas totales
81.9K

Cambio desde el mes pasado
11.26% ↗

Promedio de duración de las visitas
00:05:41

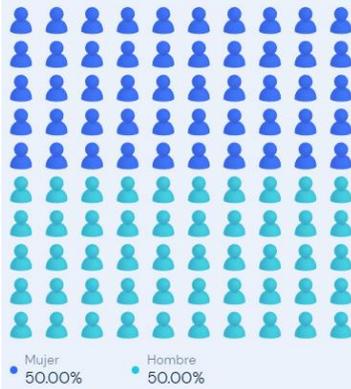
Tasa de rebote
33.35%

Páginas por visita
4.83

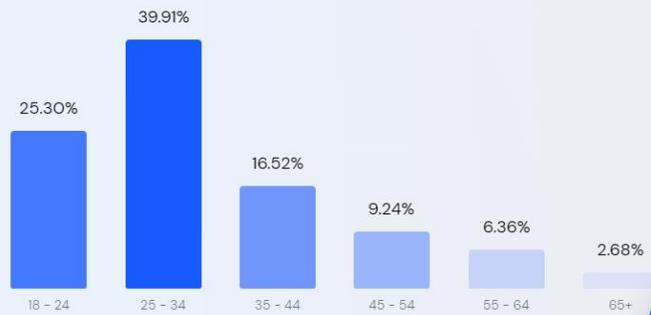
Total de visitas en los últimos 3 meses



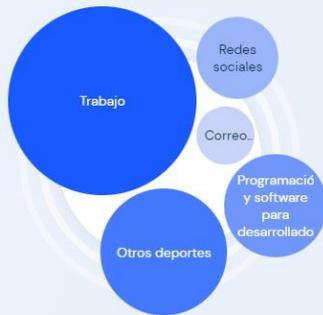
Distribución por género



Distribución por edad



Categorías principales



Otros sitios web visitados

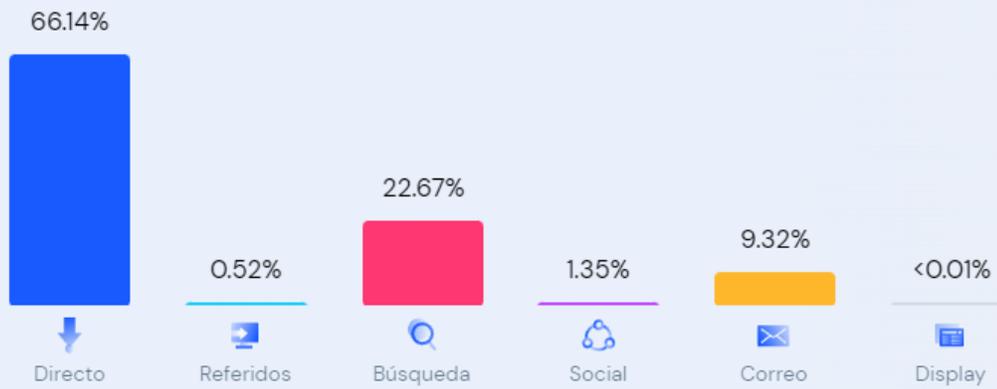
- empleo.com
 - co.computrabajo.com
 - meet.google.com
 - web.whatsapp.com
 - mail.google.com
- Ver todos los demás sitios web →

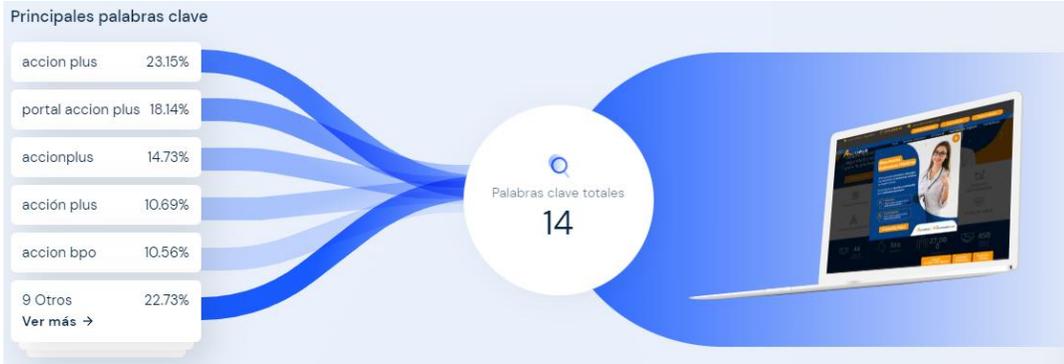
Temas principales



Sitio web	Afinidad	Visitas mensuales	Categoría	Clasificación de categorías
empeosenaccion.c...	100%	< 5K	Empleo > Trabajo	#52,687
summar.com.co	84%	13.1K	Empleo > Trabajo	#20,826
computrabajo.com...	84%	1.3M	Empleo > Trabajo	#702
hoytrabajas.com	80%	25.7K	Empleo > Trabajo	#11,569
aliadolaboral.com	79%	9.4K	Empleo > Trabajo	#26,128
buscojobs.com.co	78%	22.9K	Empleo > Trabajo	#16,588
trabajoya.co	78%	31.7K	Empleo > Trabajo	#14,306
nases.com.co	75%	12.4K	Empleo > Trabajo	#24,221
proservis.com.co	72%	< 5K	Empleo > Trabajo	#37,450
tucompetenciahum...	72%	< 5K	Empleo > Trabajo	--

Distribución de canales de marketing





Componentes tecnológicos

Estas son las tecnologías de sitios web, por sector, empleadas en accionplus.com. Hay un total de 18 tecnologías de 10 sectores diferentes instaladas en accionplus.com.

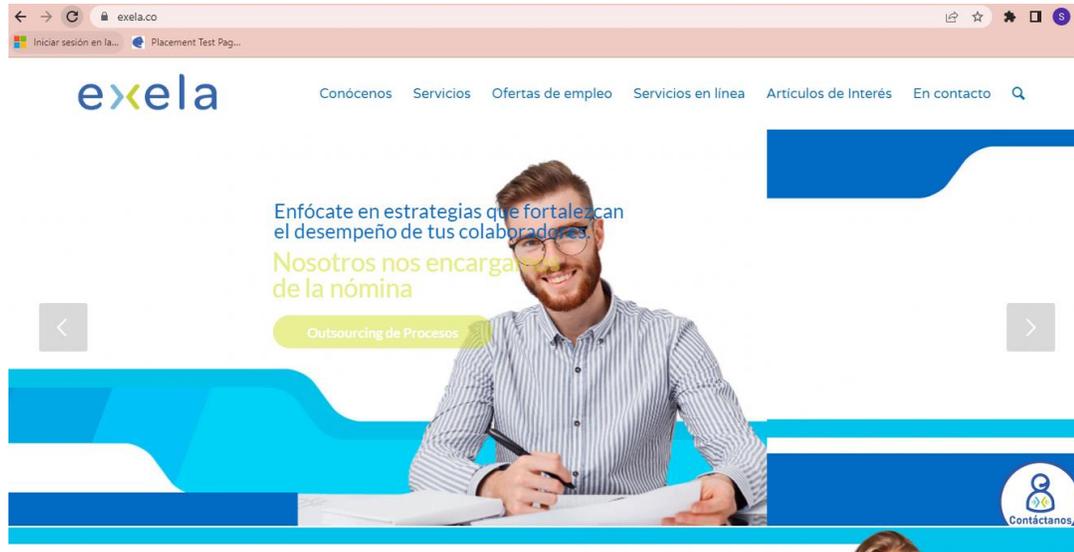
- Móvil (3)
 - Meta Viewport
- Social (3)
 - Facebook Social Plugi...
- Widget (3)
 - reCAPTCHA
- Sistema de gestión de contenidos (2)
 - WordPress
- Más sectores: 6

Ver todos →

Exela

Se encuentra presente en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube y adicionalmente cuenta con su página web.

Página Web: <https://www.exela.co/>



Facebook



Twitter

twitter.com/exelacolombia

Iniciar sesión en la... Placement Test Pag...

exela
3,749 Tweets

exela
@exelacolombia

En exela Outsourcing de Procesos y Servicios Temporales, apoyamos su organización con un talento humano motivado y que trabaja bajo altos estándares de calidad.

Colombia exela.co Se unió en abril de 2013

103 Siguiendo 692 Seguidores

Ninguna de las cuentas que sigues sigue a este usuario

Instagram

instagram.com/exelacolombia/

Iniciar sesión en la... Placement Test Pag...

exelacolombia Enviar mensaje Seguir

521 publicaciones 3,497 seguidores 120 seguidos

Servicios Temporales
Apoyamos tu empresa con talento humano motivado y capacitado, que trabaja bajo altos estándares de calidad. #ServiciosTemporales #Outsourcing linktr.ee/exelacolombia

Rionegro Bogotá Medellín Tips Outsourcing S. Tempora... DAN

PUBLICACIONES REELS ETIQUETADAS

28 de Septiembre Feliz día del
5 tips para evitar

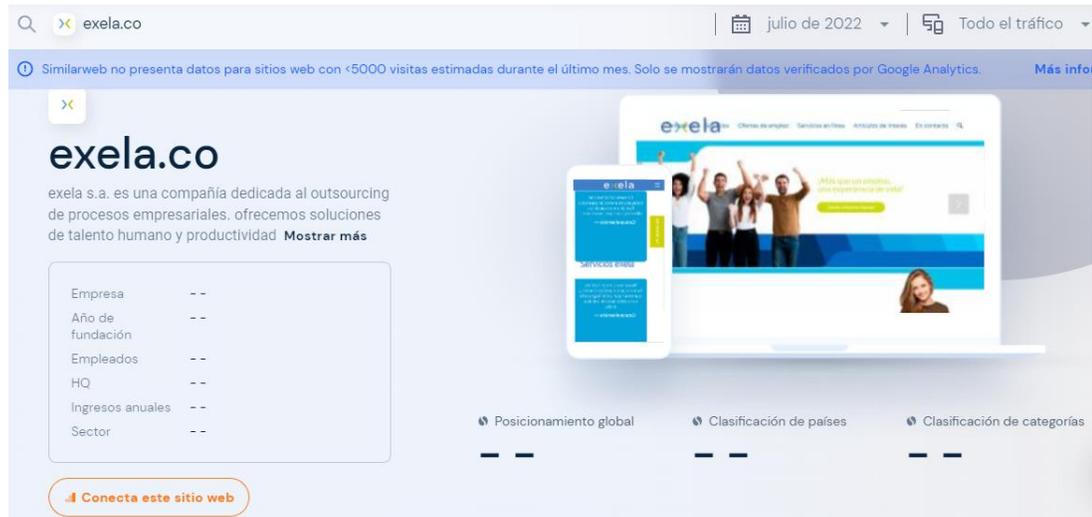
LinkedIn

The screenshot shows the LinkedIn profile for 'exela'. The header includes the LinkedIn logo, navigation tabs for 'Empleos', 'exela', and 'Todo el mundo', and buttons for 'Unirse ahora' and 'Iniciar sesión'. The main profile banner features the text 'TU HISTORIA COMIENZA AQUÍ' and the exela logo. Below the banner, the company name 'exela' is displayed, along with its description: 'Asesoría de externalización y deslocalización' and 'Medellín, Antioquia · 4041 seguidores'. A button 'Ver empleos' is visible. To the right, a list of 'Páginas similares' includes 'Exela Technologies', 'SourceHOV', 'EXELA TECHNOLOGIES SERVICES', and 'BancTec'. At the bottom, there is a 'Sobre nosotros' section and a 'Buscar empleos' section with the text 'Empleos de Auxiliar administrativo' and '82.065 empleos abiertos'.

YouTube

The screenshot shows the YouTube channel page for 'exela'. The header includes the YouTube logo, a search bar, and navigation icons. The main banner features the text 'Outsourcing de SELECCIÓN DE PERSONAL' and 'Personas aptas para retos puntuales' with a photo of a man in a suit. Below the banner, the channel name 'exela' is displayed, along with '16 suscriptores' and a 'SUSCRIBIRME' button. The channel navigation menu includes 'INICIO', 'VÍDEOS', 'LISTAS', 'CANALES', and 'INFORMACIÓN'. A 'Subidas' section is visible with a 'REPRODUCIR TODO' button and a row of video thumbnails.

Posicionamiento Web



Similarweb no presenta datos para sitios web con <5000 visitas estimadas durante el último mes. Solo se mostrarán datos verificados por Google Analytics. Más info

exela.co
exela s.a. es una compañía dedicada al outsourcing de procesos empresariales. ofrecemos soluciones de talento humano y productividad **Mostrar más**

Empresa	--
Año de fundación	--
Empleados	--
HQ	--
Ingresos anuales	--
Sector	--

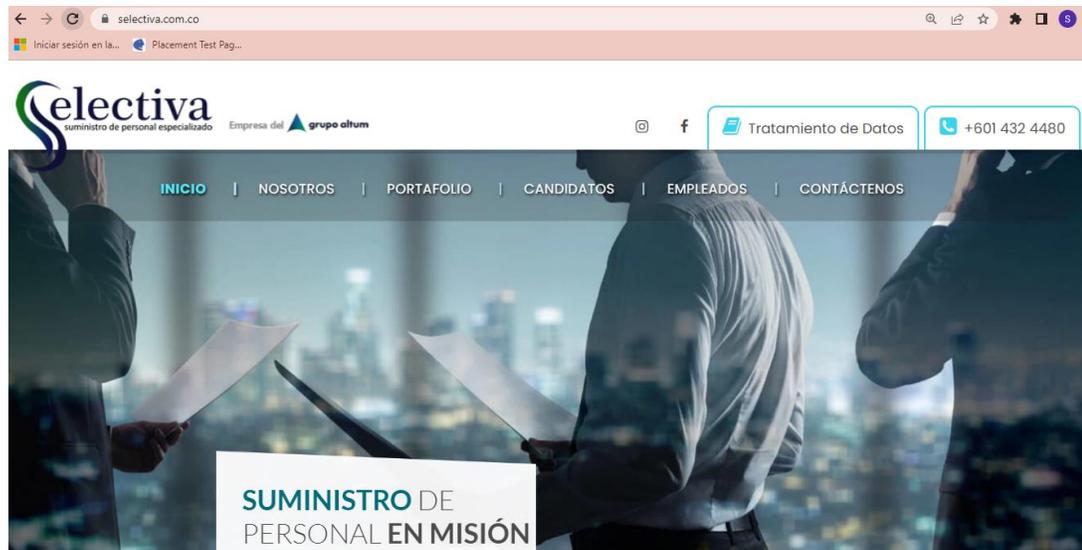
Conecta este sitio web

Posicionamiento global | Clasificación de países | Clasificación de categorías

Selectiva

Se encuentra presente en Facebook, Instagram y adicionalmente cuenta con su página web.

Página Web: <https://www.selectiva.com.co/>



selectiva.com.co

Iniciar sesión en la... Placement Test Pag...

Selectiva
suministro de personal especializado Empresa del grupo alium

Instagram Facebook Tratamiento de Datos +601 432 4480

INICIO | NOSOTROS | PORTAFOLIO | CANDIDATOS | EMPLEADOS | CONTÁCTENOS

SUMINISTRO DE PERSONAL EN MISIÓN

Facebook

facebook.com/Selectivaoficial/

Iniciar sesión en la... Placement Test Pag...

Buscar en Facebook



Selectiva
SELECTIVA
1,1 mil Me gusta • 1,2 mil seguidores

Mensaje Me gusta Buscar

Publicaciones Información Menciones Seguidores Fotos Videos Más

Detalles

Somos una empresa dedicada al suministro de personal en misión, dentro de un marco de calidad logra

Página · Producto/servicio

Carrera 15 # 103 - 37 Piso 3, Bogotá, Colombia

selectiva.com.co

Destacados

SELECTIVA 21 de junio ·

¡Recuerda! Si quieres solicitar tu certificado laboral lo puedes hacer a través del correo...

CERTIFICADOS LABORALES

Instagram

instagram.com/selectivaoficial/?hl=es-la

Iniciar sesión en la... Placement Test Pag...

Instagram

Buscar

selectivaoficial

Enviar mensaje Seguir

251 publicaciones 437 seguidores 32 seguidos

Selectiva
Recruiter
selectiva.com.co

PUBLICACIONES ETIQUETADAS

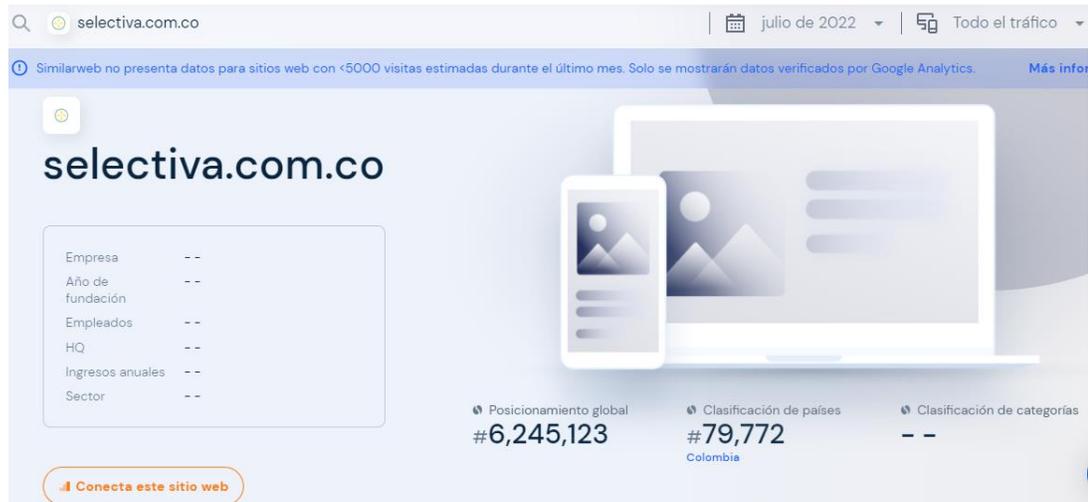


GENERAMOS valor real a nuestros COLABORADORES
Asiste a nuestras convocatorias

“El 80 % del ÉXITO SE BASA SIMPLEMENTE en insistir”
Woody Allen
ASISTE A NUESTRAS CONVOCATORIAS

5 formas de RETROALIMENTACIÓN POSITIVA PARA promover el TRABAJO EN EQUIPO

Posicionamiento Web



Siglo BPO

Se encuentra presente en Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, Twitter, WhatsApp y adicionalmente cuenta con su página web.

Página Web: <https://www.siglobpo.com/colombia/>

siglobpo.com/colombia/

Inicio sesión en la... Placement Test Pag...

ES

Buscar en actualidad

SERVICIOS NOSOTROS EVENTOS BOLETINES ACTUALIDAD CONTÁCTANOS COLOMBIA

UN EQUIPO EXPERTO A TU SERVICIO

Nos hemos especializado en proveer soluciones externalizadas de servicios y procesos, lo que permite que nuestros clientes se enfoquen en las actividades estratégicas de su negocio.

SERVICIOS

ESCRIBEMOS

Presencia en 8 países.

Más de 25 años de experiencia.

Más de 2,000 clientes de todas las industrias.

Estamos dentro de las primeras empresas de outsourcing contable e

Procesamos y pagamos sueldos a más

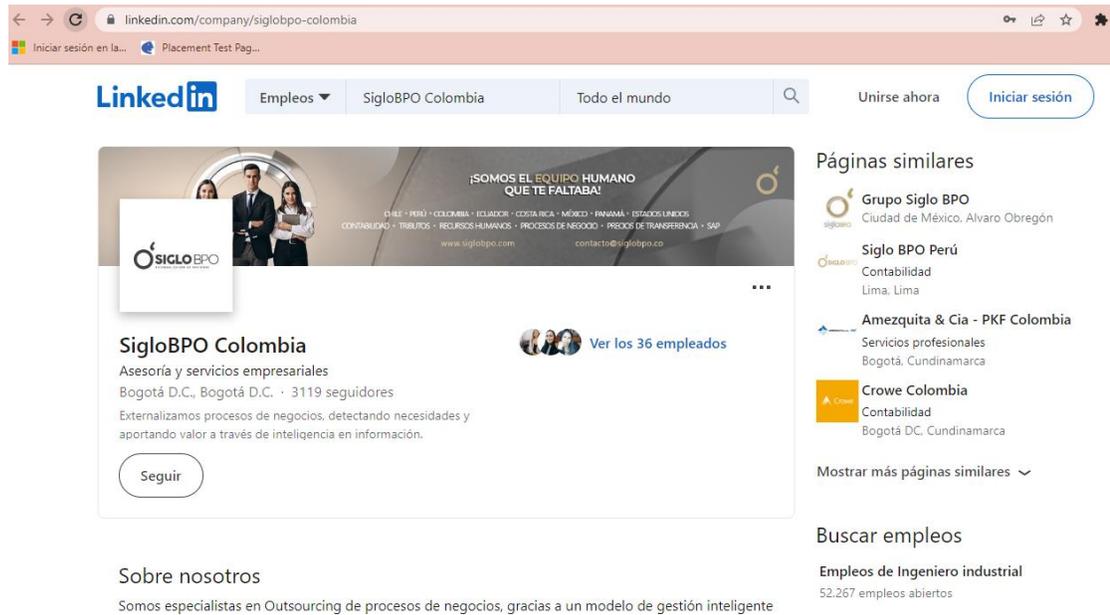
Facebook

The screenshot shows the Facebook profile page for SigloBPO Colombia. At the top, there is a navigation bar with the Facebook logo and a search bar. Below this is a large cover photo featuring three professionals in business attire standing in a modern office setting. The cover photo includes the SigloBPO logo and the text: "¡SOMOS EL EQUIPO HUMANO QUE TE FALTABA!". Below the cover photo, the profile picture is a circular logo with the text "SIGLO BPO". The name "SigloBPO Colombia" is displayed, along with the handle "@SigloBPOColombia" and the description "Agencia consultora". A blue "WhatsApp" button is visible. The navigation menu at the bottom includes "Inicio", "Servicios", "Opiniones", "Información", and "Más". There are also buttons for "Me gusta", "Mensaje", and a search icon.

Instagram

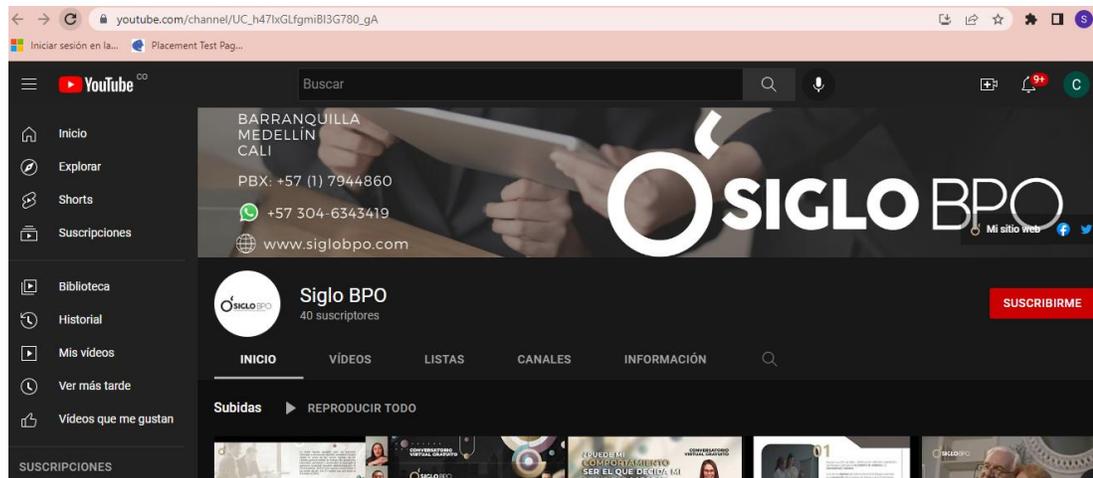
The screenshot shows the Instagram profile page for siglobpoc. At the top, there is a navigation bar with the Instagram logo and a search bar. Below this is the profile picture, which is a circular logo with the text "SIGLO BPO". The name "siglobpoc" is displayed, along with the handle "@siglobpoc" and the description "SigloBPO Colombia Outsourcing". The bio includes the text: "Product/service", "Diseñamos Servicios a la Medida de sus necesidades.", "#ActualidadTributaria #ActualidadLaboral #Impuestos #RecursosHumanos #Finanzas #Nómina", and "www.siglobpo.com/colombia". A blue "WhatsApp" button is visible. The navigation menu at the bottom includes "PUBLICACIONES", "REELS", and "ETIQUETADAS". There are also buttons for "Enviar mensaje" and "Seguir".

LinkedIn



LinkedIn browser interface showing the profile of SigloBPO Colombia. The browser address bar shows `linkedin.com/company/siglobpo-colombia`. The LinkedIn navigation bar includes "Empleos", "SigloBPO Colombia", "Todo el mundo", and search options. The profile banner features the text "¡SOMOS EL EQUIPO HUMANO QUE TE FALTABA!" and lists services in Chile, Perú, Colombia, Ecuador, Costa Rica, México, Panamá, and Estados Unidos. The profile name is "SigloBPO Colombia" with the description "Asesoría y servicios empresariales" and "Bogotá D.C., Bogotá D.C. · 3119 seguidores". A "Seguir" button is visible. To the right, "Páginas similares" lists "Grupo Siglo BPO", "Siglo BPO Perú", "Amezquita & Cia - PKF Colombia", and "Crowe Colombia". The "Buscar empleos" section shows "Empleos de Ingeniero industrial" with 52,267 open jobs.

YouTube



YouTube browser interface showing the channel page for Siglo BPO. The browser address bar shows `youtube.com/channel/UC_h47xGLf9mi8l3G780_gA`. The channel banner includes the text "BARRANQUILLA MEDELLÍN CALI", "PBX: +57 (1) 7944860", "WhatsApp: +57 304-6343419", and "www.siglobpo.com". The channel name is "Siglo BPO" with "40 suscriptores" and a "SUSCRIBIRME" button. The navigation bar shows "INICIO", "VIDEOS", "LISTAS", "CANALES", and "INFORMACIÓN". The "Subidas" section is active, showing a "REPRODUCIR TODO" button and a row of video thumbnails.

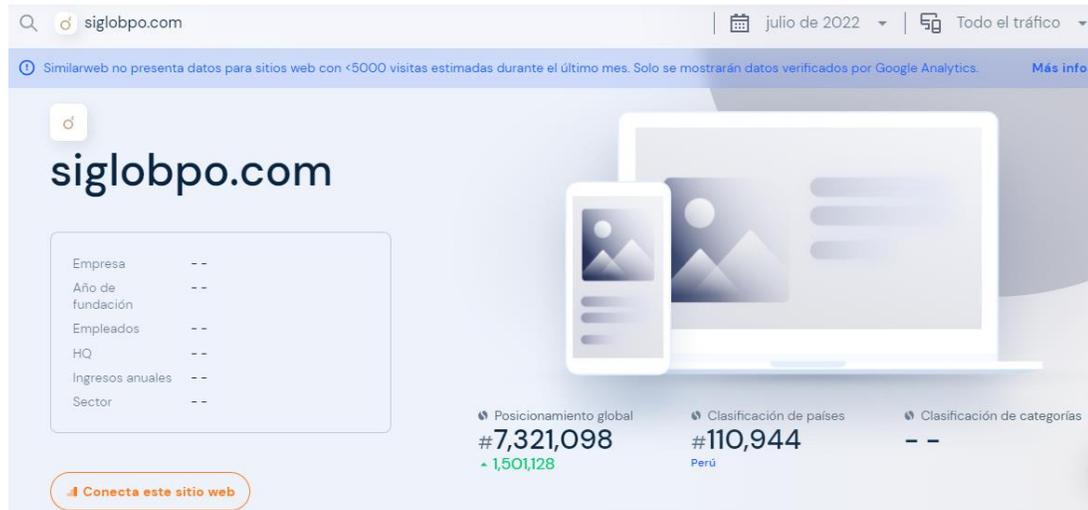
Twitter

The image shows a screenshot of a Twitter profile page for 'SigloBPO Colombia'. The browser address bar shows 'twitter.com/siglobpo'. The profile header includes the name 'SigloBPO Colombia', '350 Tweets', and a profile picture. The bio states: 'Externalizamos procesos de negocios, detectando necesidades y aportando valor a través de inteligencia en información. Reduciendo tiempo y esfuerzos.' The location is 'Bogotá, Colombia', the website is 'siglobpo.com', and it was created in August 2019. There are 0 accounts being followed and 33 followers. A 'Seguir' button is visible. The left sidebar contains navigation options: Inicio, Explorar, Notificaciones, Mensajes, Guardados, Listas, Perfil, and Más opciones, along with a 'Twitter' button.

WhatsApp

The image shows a WhatsApp Business profile card for 'SigloBPO Colombia'. At the top is the company logo, 'SIGLO BPO EXTERNALIZACIÓN DE PROCESOS'. Below the logo, the name 'SigloBPO Colombia' is displayed, followed by the phone number '+57 304 6343419', the business category 'Finanzas', and the status 'Hoy cerrado'. A green arrow icon is positioned above the 'Compartir' button. At the bottom, there is a note 'Esta es una cuenta de empresa.' and an information icon.

Posicionamiento Web



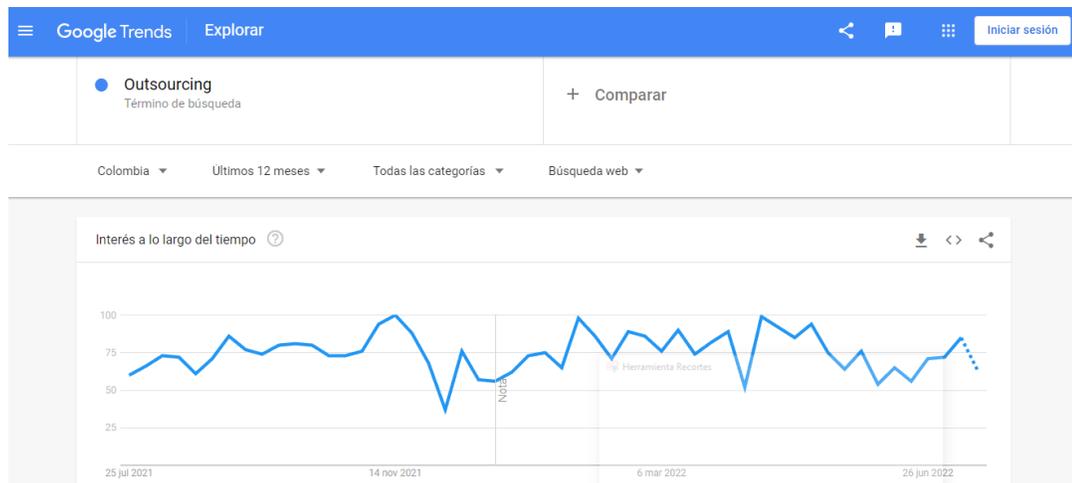
Análisis en Google Trends

Para revisar las palabras clave que generan tráfico a las páginas web del sector BPO se realiza la búsqueda de algunas de estas en Google Trends para posteriormente analizarlas, saber si son de interés para el público objetivo y adicionalmente las zonas del país en donde más se han realizado estas búsquedas.

La región del análisis es Colombia y el periodo de tiempo son los últimos 12 meses.

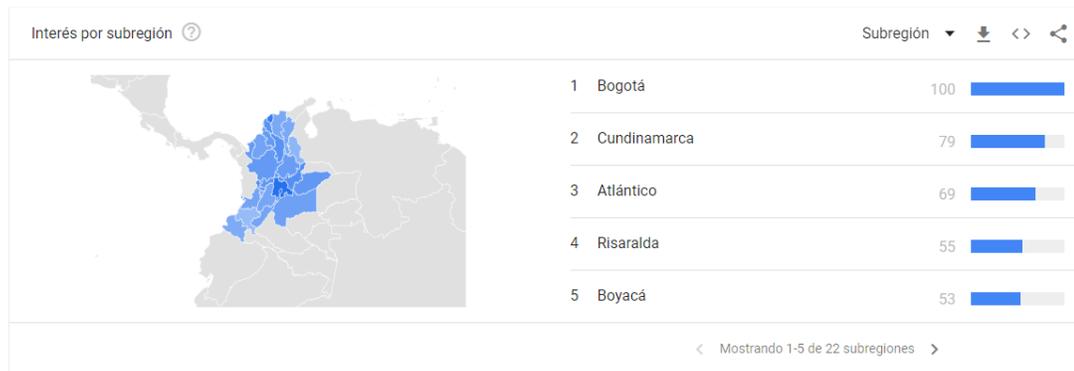
Outsourcing

Ilustración 9. Tendencia de búsqueda de la palabra outsourcing en Google



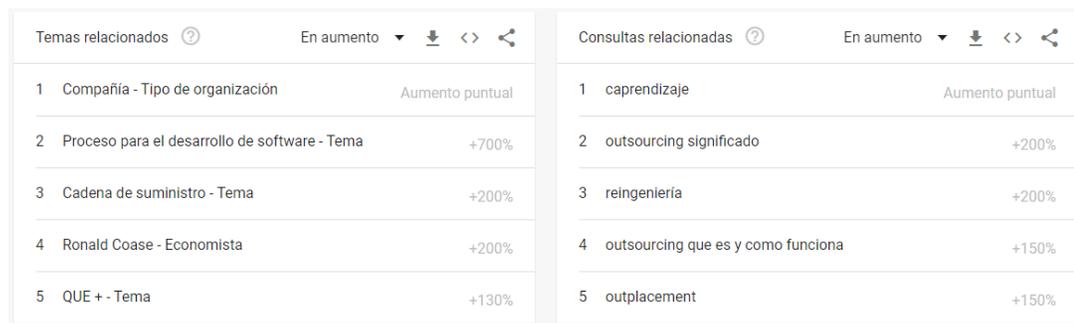
El interés de la población colombiana en la palabra outsourcing durante los últimos 12 meses presenta sus picos más altos en meses como septiembre y noviembre 2021 ya que muchas empresas requieren suministro de personal cuando inicia la temporada alta; en el 2022 febrero y abril ya que para se aproximan fechas como semana santa y algunas compañías solicitan talento humano. Los más bajos fueron en agosto y diciembre del 2021, para el 2022 han sido en abril y junio.

Ilustración 10. Interés en la palabra outsourcing por subregión en Colombia



Dentro de Colombia, se analizan sus 32 departamentos y las principales ciudades que tuvieron intención de búsqueda de esta palabra fueron la capital Bogotá D.C, el departamento de Cundinamarca con municipios como La Calera, Cota y Soacha. En tercer lugar, el departamento del Atlántico que actualmente se posiciona como un lugar atractivo para las empresas del sector BPO, y finalmente Risaralda y Boyacá.

Ilustración 11. Temas relacionados a la palabra outsourcing en la web



Dentro de los temas relacionados a esta búsqueda, el que tuvo un aumento más significativo +700% fue el proceso para el desarrollo de software, en donde las compañías pertenecientes a este sector tienen una oportunidad ya que actualmente las tecnologías desempeñan un papel fundamental en cualquier organización.

BPO

Ilustración 12. Tendencia de búsqueda de la palabra BPO en Google

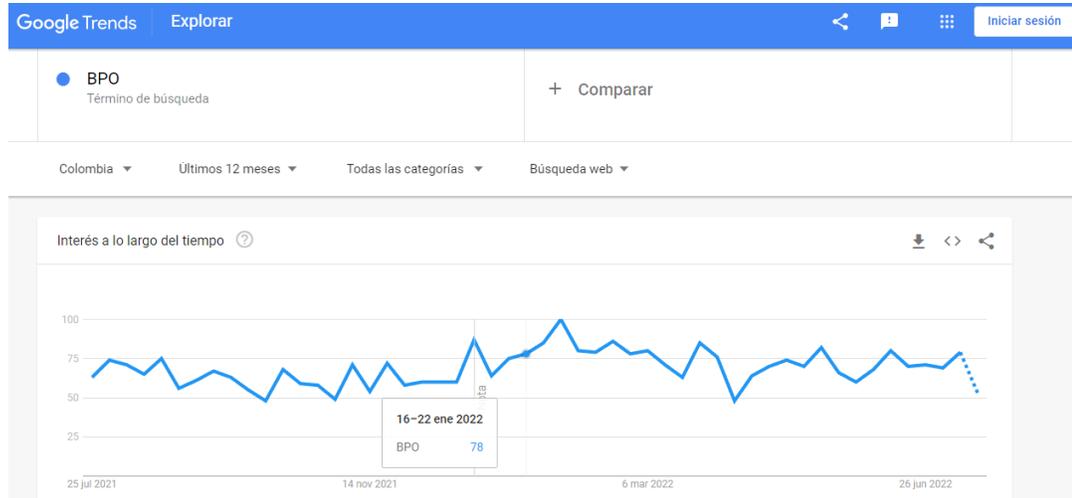
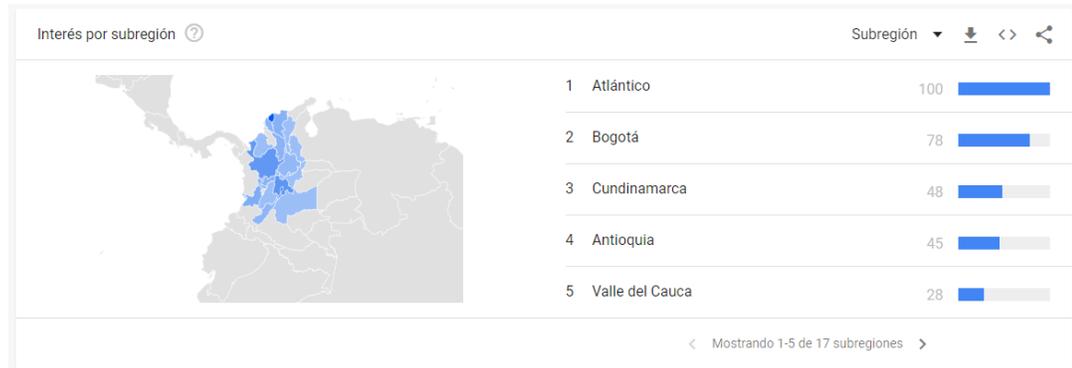


Ilustración 13. Interés en la palabra BPO por subregión en Colombia



El término BPO tiene un comportamiento similar al de la palabra outsourcing y los departamentos en los que más se ha realizado la búsqueda durante los últimos 12 meses han sido en el Atlántico, Cundinamarca, seguido por Antioquia y Valle del Cauca.

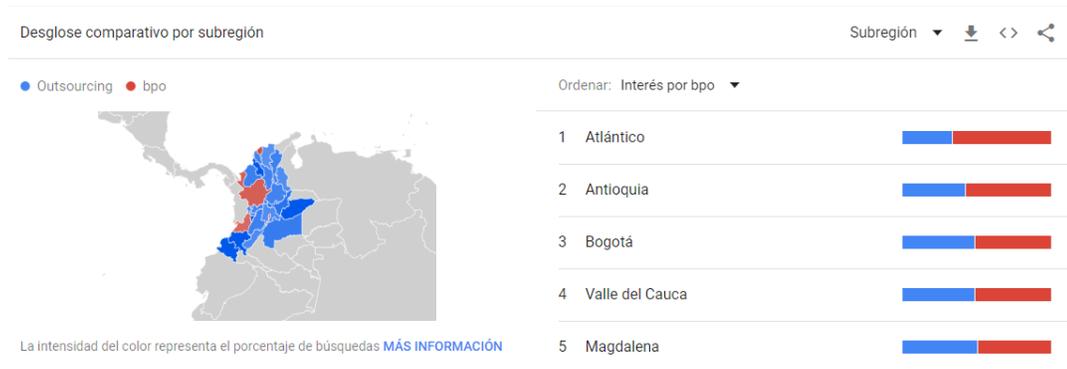
Cabe resaltar que el Valle del Cauca no se encontraba en la lista de los primeros 5 países con la palabra outsourcing.

Ilustración 14. Tendencia de búsqueda de las palabras outsourcing y BPO en Google



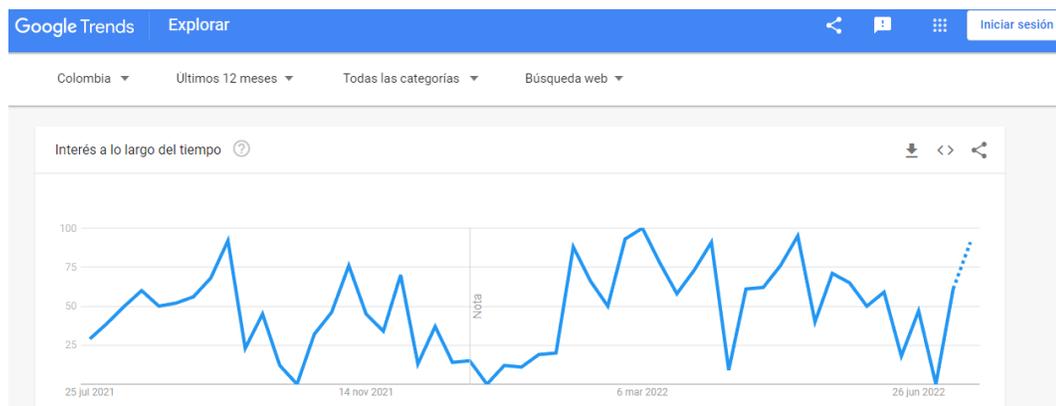
Es por esto por lo que si se hace un comparativo de estas dos palabras clave para la industria que se está analizando el comportamiento en el interés de los usuarios es muy similar y los departamentos son casi los mismos en donde más adelante se puede presentar una oportunidad de mercado.

Ilustración 15. Interés en la palabra BPO por subregión en Colombia



Tercerización

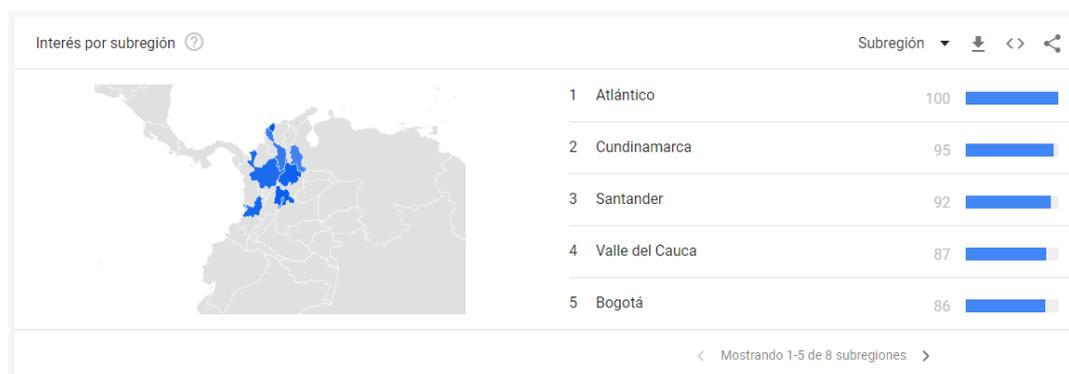
Ilustración 16. Tendencia de búsqueda de la palabra tercerización en Google



El termino tercerización presenta sus picos de búsqueda más altos en septiembre y noviembre, el más bajo y con menor intención de búsqueda en octubre del 2021.

Para el 2022 los altos se presentan en marzo y mayo, antes de la temporada de mitas de año que es cuando las empresas requieren más personal y los más bajos en abril y en julio ya que es la temporada de vacaciones de colegios y universidades, por lo cual la economía no se encuentra tan activa.

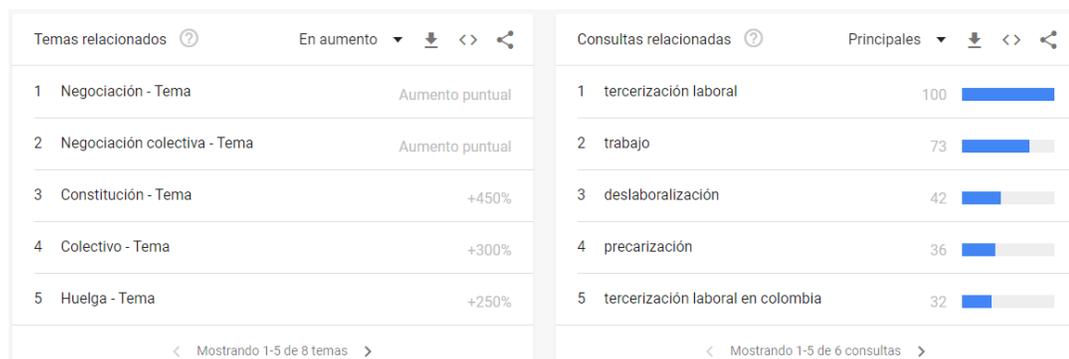
Ilustración 17. Interés en la palabra tercerización por subregión en Colombia



De manera muy similar a las palabras analizadas previamente, los departamentos que más presentan interés en la web por buscar este término son Atlántico, Cundinamarca, Santander, Valle del Cauca y finalmente la ciudad de Bogotá.

Con esto se puede notar que la palabra tercerización tiene un mayor nivel de concentración en el norte del país, en el departamento de Santander esta palabra tiene más interés de búsqueda que outsourcing y BPO.

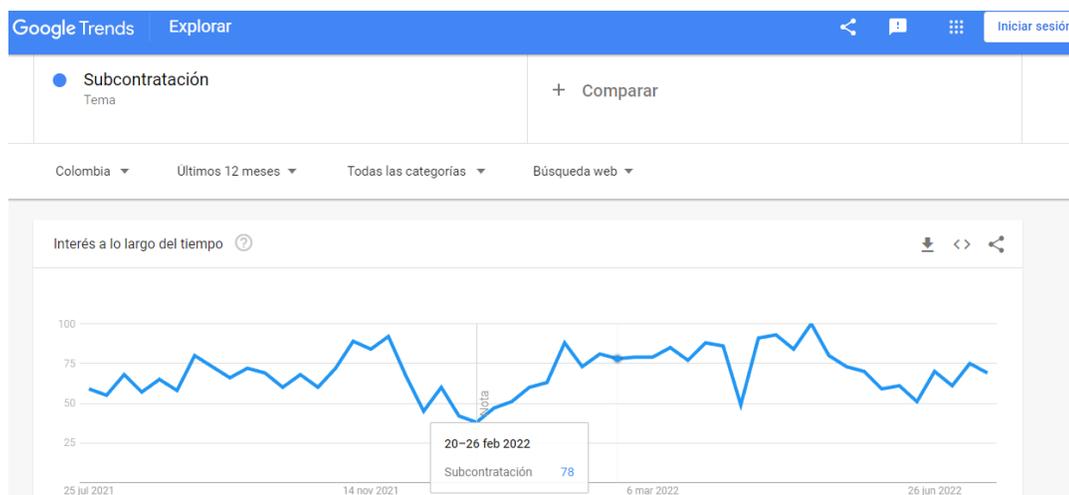
Ilustración 18. Temas relacionados a la palabra tercerización en la web



Dentro de las consultas relacionadas a esta se encuentran, tercerización laboral, trabajo, des laboralización, precarización y tercerización laboral en Colombia que se pueden revisar más adelante para complementar el análisis.

Subcontratación

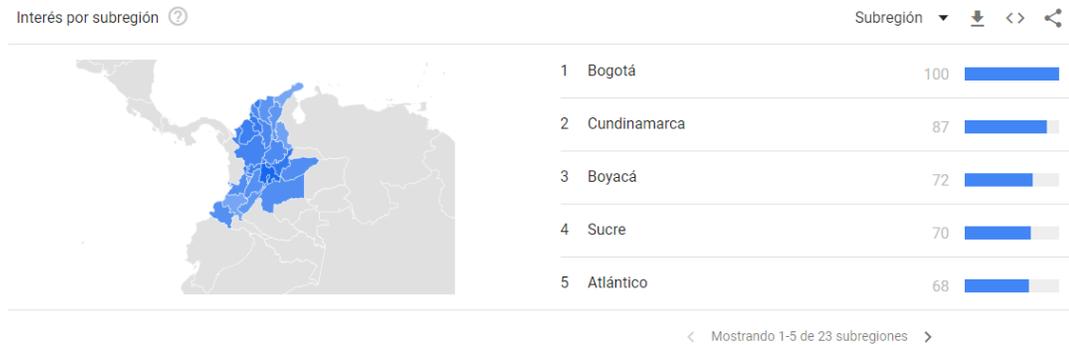
Ilustración 19. Tendencia de búsqueda de la palabra subcontratación en Google



El número de veces de búsqueda de esta palabra en la web para el 2021 oscila entre las 45 y 92 con su pico más alto en noviembre y el más bajo en diciembre.

En el 2022 el más bajo fue en abril y el más alto en mayo, luego empieza a decaer hasta junio y vuelve a subir en julio.

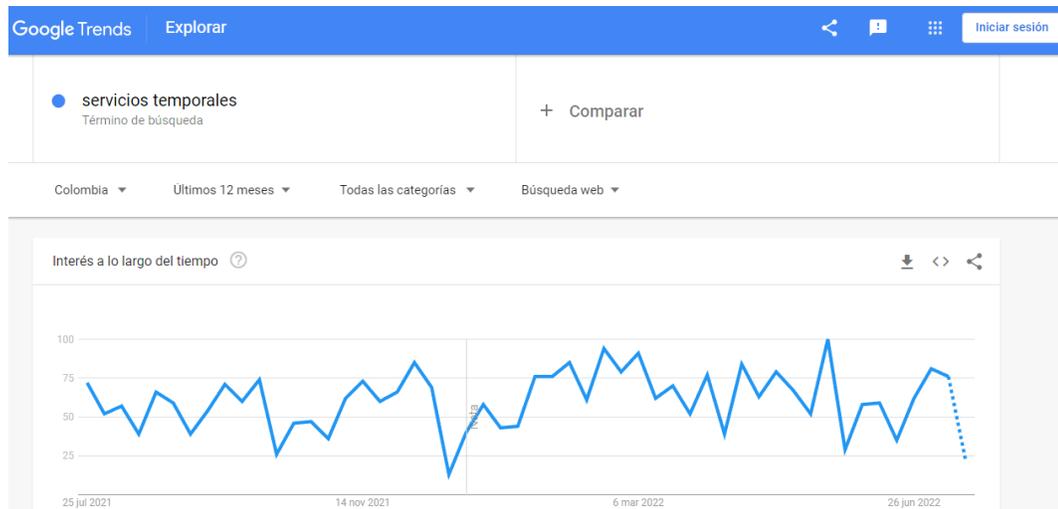
Ilustración 20. Interés en la palabra subcontratación por subregión en Colombia



Para esta palabra clave continúan los mismos 5 departamentos que han presentado interés por este tema y se incorpora el departamento de Sucre que igualmente queda en la zona norte del país.

Servicios Temporales

Ilustración 21. Tendencia de búsqueda de la palabra servicios temporales en Google

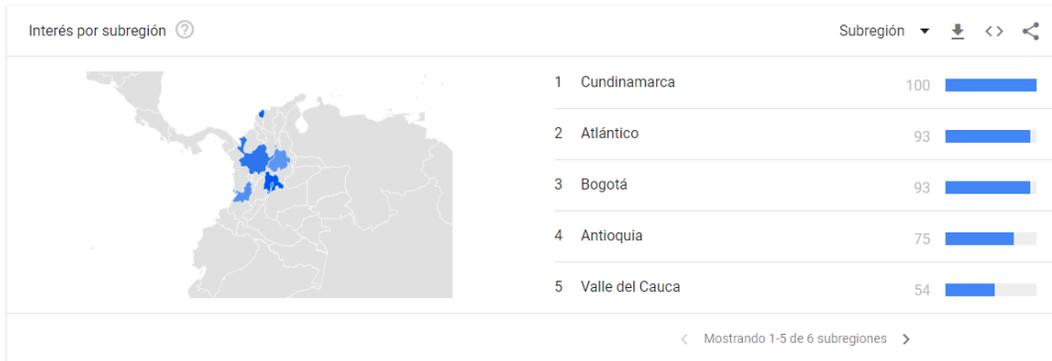


La intención de búsqueda de esta palabra durante los 12 meses del periodo de estudio no tuvo un comportamiento tendencial estable ya que en algunos meses se incrementó de manera significativa pero también decreció en otros.

En los meses de análisis del 2021 que más se presentó intención de búsqueda fue entre el 3-9 de octubre, pero descendió rápidamente después del 10 del mismo mes. Igual que en diciembre en donde se observan los picos más bajos.

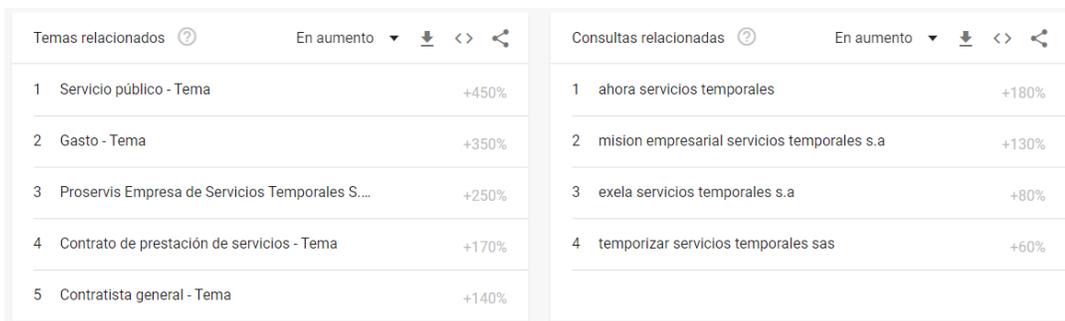
Para 2022 los más altos fueron en febrero y mayo; los más bajos para abril y junio.

Ilustración 22. Interés en la palabra servicios temporales por subregión en Colombia



Los departamentos coinciden con los de las palabras outsourcing y BPO, porque se puede evidenciar que el interés para este sector se encuentra en los mismos 5 o 7 departamentos de Colombia.

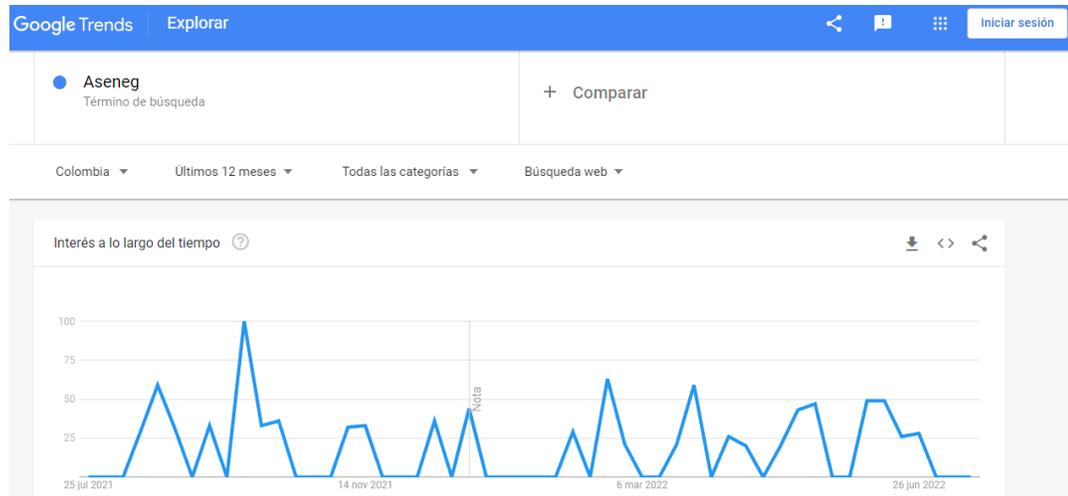
Ilustración 23. Temas relacionados a la palabra servicios temporales en la web



En este caso resulta muy interesante notar que con relación a esta búsqueda aparece como un tema relacionado el nombre de la empresa de servicios temporales Proservis, por lo que podrías servir de ejemplo para las otras compañías del sector para tener un buen posicionamiento en la web.

Aseneg

Ilustración 24. Tendencia de búsqueda de la palabra Aseneg en Google



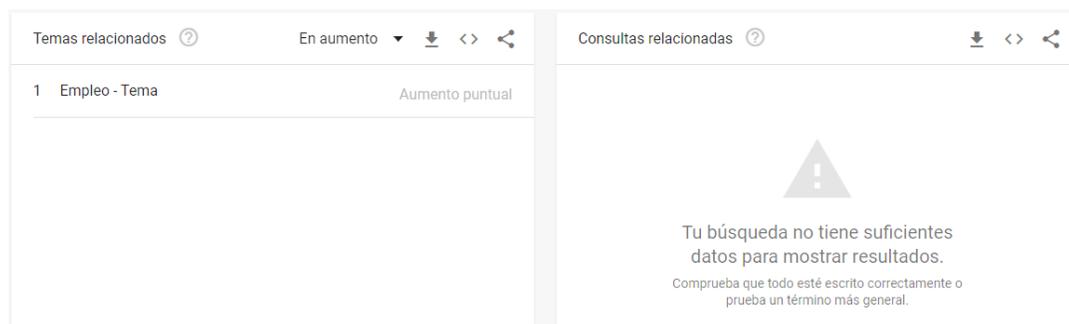
La compañía Aseneg presentó su pico más alto de búsquedas en octubre del 2021 y los más bajos en septiembre y noviembre, en donde no hay búsquedas de esta palabra. De igual manera pasa en enero del 2022 en donde no se presenta intención de búsqueda, pero aumenta rápidamente en febrero y abril.

Ilustración 25. Interés en la palabra Aseneg por subregión en Colombia



La única ciudad en la que se realizan búsquedas del nombre de esta compañía es en Bogotá. por eso, más adelante se deben revisar las estrategias adecuadas para el posicionamiento en todo Colombia.

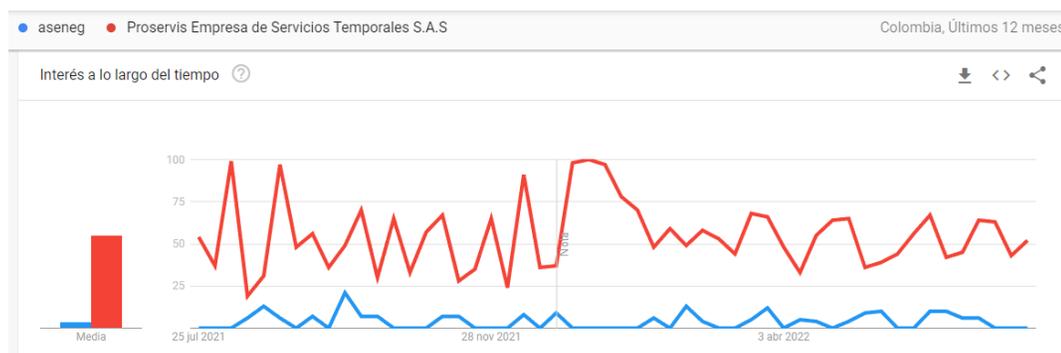
Ilustración 26. Temas relacionados a la palabra Aseneg en la web



Los temas relacionados a esta búsqueda son el empleo, lo cual indica que para el core de su negocio hay una relación directa y puede ser beneficioso para la compañía.

Comparativo entre empresas del sector

Ilustración 27. Comparativo de búsqueda entre Aseneg y Proservis en la web



Se realiza una comparación entre Aseneg y Proservis que fue la que se relaciona con la búsqueda de servicios temporales y se refleja claramente que la intención de búsqueda de esta última supera a Aseneg. Cabe aclarar que Proservis queda ubicada en Cali y Aseneg en Bogotá.

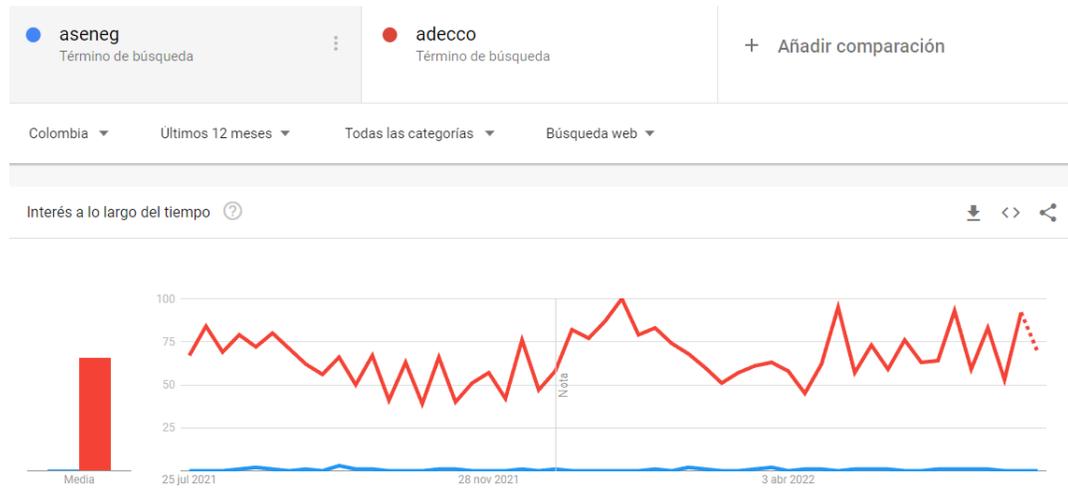
Serdan

Ilustración 28. Comparativo de búsqueda entre Aseneg y Serdan en la web



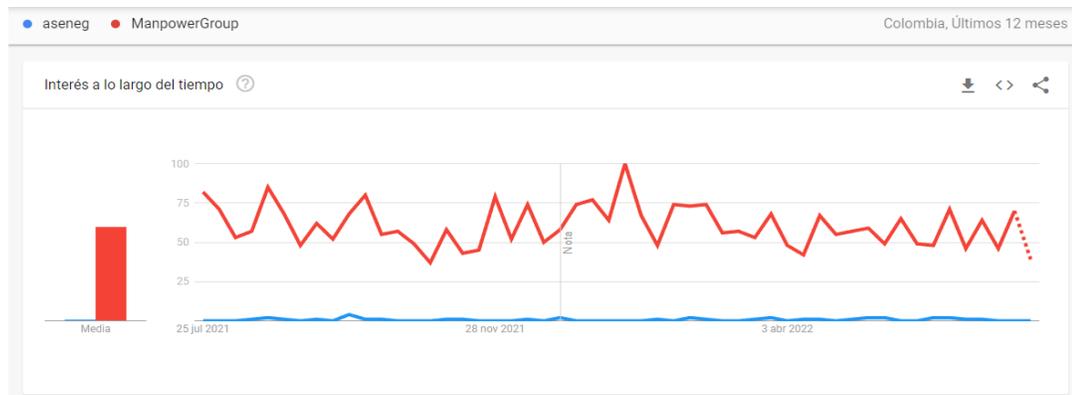
Adecco

Ilustración 29. Comparativo de búsqueda entre Aseneg y Adecco en la web



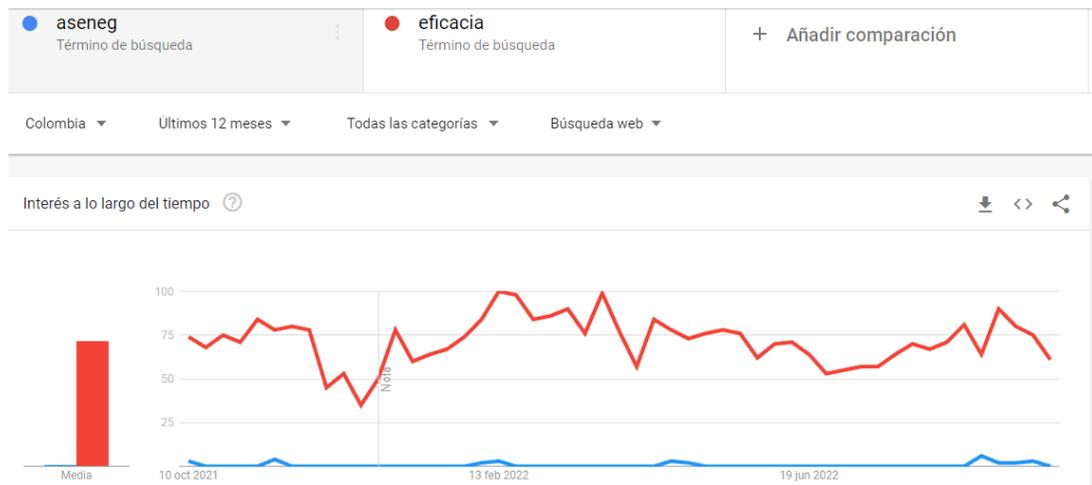
Manpower Group

Ilustración 30. Comparativo de búsqueda entre Aseneg y Manpower Group en la web



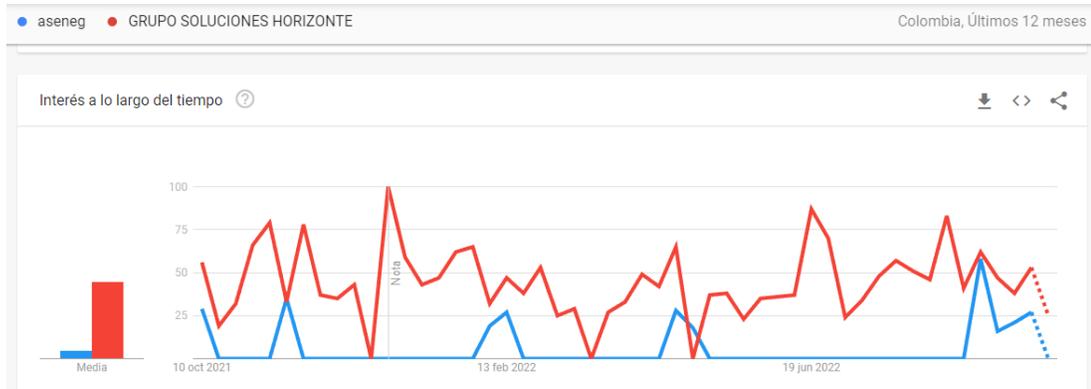
Eficacia

Ilustración 31. Comparativo de búsqueda entre Aseneg y Eficacia en la web



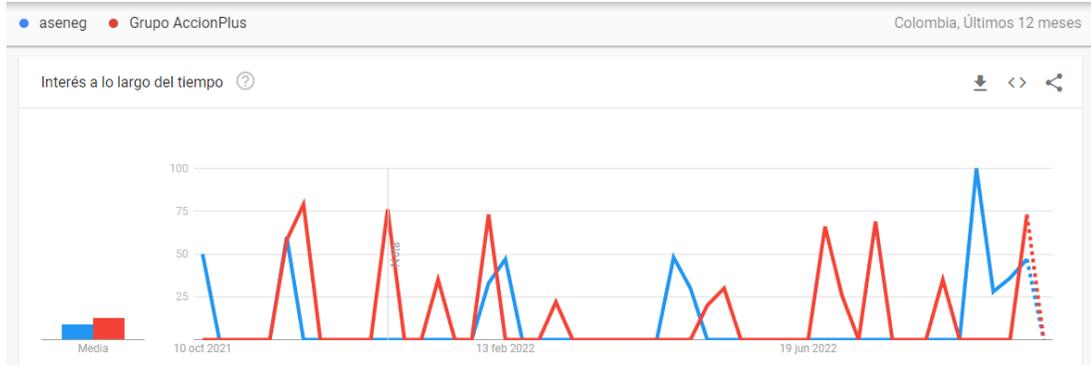
Grupo Soluciones Horizonte – GSH

Ilustración 32. Comparativo de búsqueda entre Aseneg y Grupo soluciones horizonte en la web



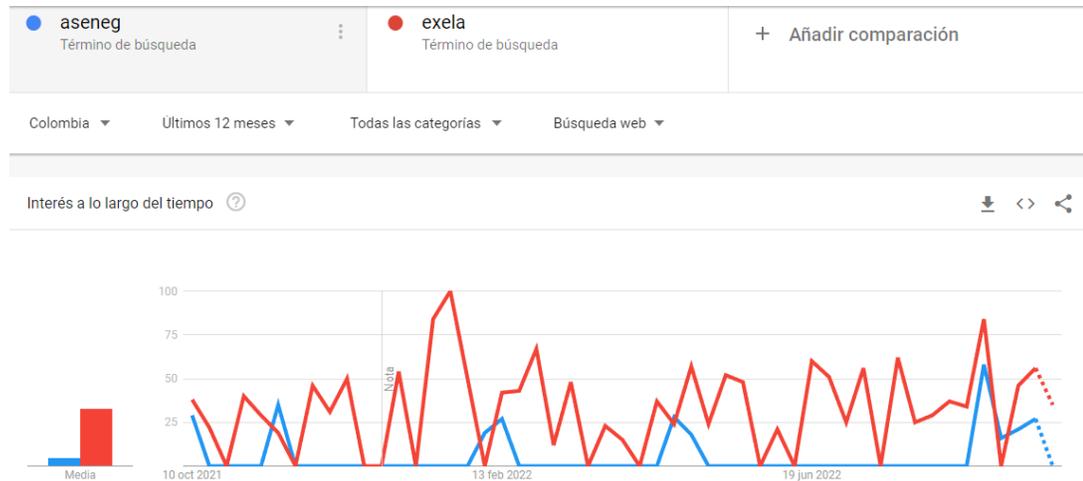
Acción Plus

Ilustración 33. Comparativo de búsqueda entre Aseneg y Acción plus en la web



Exela

Ilustración 34. Comparativo de búsqueda entre Aseneg y Exela en la web

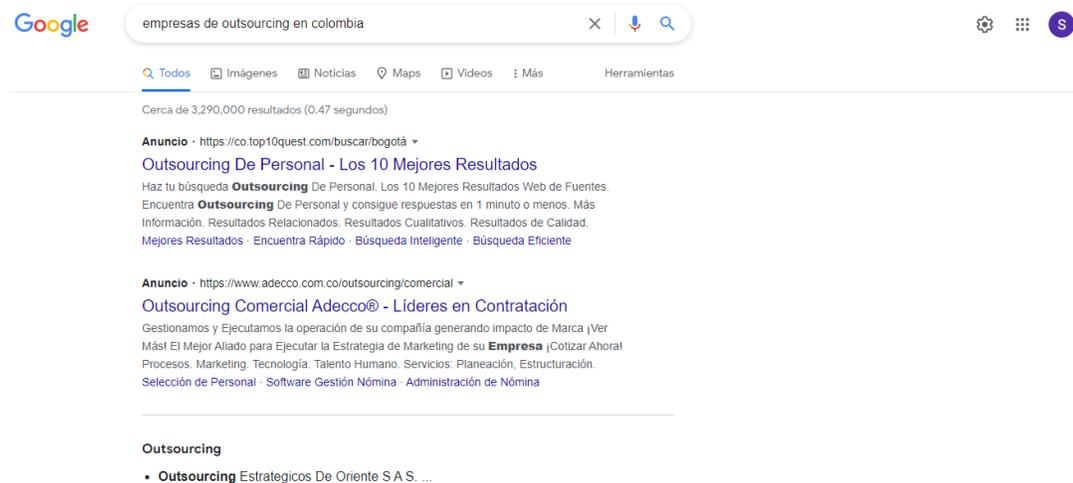


Se compran varias empresas con respecto a Aseneg y se puede notar que hay mayores intenciones de búsqueda y dentro del territorio nacional es Bogotá la única ciudad en la que hay intención de búsqueda para la compañía. Las demás tiene altos niveles de intención y Google Trends lo refleja con las líneas paralelas de las gráficas.

Resultados buscador Google

En cuanto a los resultados que arroja el buscador de Google se puede notar que, si se busca “empresas de outsourcing en Colombia”, la única compañía perteneciente a este sector que aparece dentro de los primeros 5 resultados es Adecco. Por lo cual se evidencia que las demás compañías no se encuentran lo suficientemente posicionadas dentro del buscador más importante existente a nivel mundial como es Google.

Ilustración 35. Resultados en el buscador de Google



Crecimiento de ventas e-commerce en Colombia

De acuerdo con el reporte de la industria del e-commerce en Colombia realizado por BlackSip, el número de usuarios conectados a Internet en todo Colombia creció 1,3 millones en 2021, alcanzando un total de 34,73 millones; A nivel mundial, de las 7.800 millones personas que hay, el 60,9% están conectadas a Internet, que equivale a una cifra cercana a los 4.800 millones.

El director regional de ventas para Latinoamérica Norte de BlackSip, Pierre Cuevas, aseguró que: “Las facilidades de conexión y comunicación que ha brindado el Internet y diferentes dispositivos, ya sean móviles, portátiles o de escritorio, han sido propulsores perfectos para el e-commerce. Una tendencia que en los últimos años ha mantenido un crecimiento sostenido y le representó a Colombia importantes números durante el 2021”.

De acuerdo con este informe, el e-commerce creció en aproximadamente 44,3% durante el primer trimestre de 2021, comparado con el mismo periodo de 2020.

La Cámara de Comercio Electrónico informó que en el último trimestre del año se registraron la mayor cantidad de ventas por medios electrónicos, superando los 80.5 millones en transacciones, por un valor cercano a los \$12,5 billones.

En Colombia los días sin IVA decretados por el gobierno nacional, han impulsado de manera significativa el comercio electrónico. Los tres días sin IVA en el 2021 alcanzaron ventas por el orden de los \$2,4 billones,

duplicando la cifra registrada en las jornadas de 2020 y registrando un aumento del 40% en la cantidad de transacciones.

Las ventas en línea durante los días del HotSale alcanzaron los \$368.900 millones, aumentando un 40% frente a 2020. El número de transacciones fue cercano a los 2,8 millones, aumentando el 36,8% respecto a 2020.

En el BlackFriday, Colombia se consolidó como el tercer país en la región con mayor gasto, por debajo de Argentina y Brasil ya que sus ventas aumentaron un 442% en comparación con un día normal. (Valora Analitik 2022)

¿Cómo se usan los E-commerce?

Las empresas de este sector usan el ecommerce de dos formas: En función del público de destino y del modelo de negocio.

En función del público de destino: utiliza un modelo B2C Business to Consumer ya que sus clientes son los consumidores finales del servicio que presta ASENEG; en este caso es el suministro de personal especializado.

En función del modelo de negocio: los clientes llegan por medio de su página web y se contactan con el equipo comercial para realizar la contratación de algún servicio en específico.

1.1.5. Estudio de clientes y comportamiento de una muestra representativa

Banco de Bogotá



Uno de los clientes principales y el más importante de ASENEG es la entidad bancaria colombiana Banco de Bogotá. Esta afirmación parte de que el fundador de la empresa de outsourcing trabajó durante muchos años en este banco y durante este tiempo, se percató de la necesidad de contratar los servicios de una empresa que pudiera encargarse de algunas tareas específicas en distintas áreas de la compañía, lo que posteriormente representaría una reducción de costos y un aumento en la productividad de las tareas realizadas.

Se considera un cliente potencial debido a que, además de ser una de las entidades bancarias más grandes del país, pertenece al gran conglomerado empresarial dedicado a actividades financieras Grupo Aval.

Teniendo en cuenta que dentro de los sectores que más contrata servicios de outsourcing para el desarrollo de sus operaciones son las entidades bancarias, ASENEG se encuentra en la capacidad de prestar servicios como:

- Outsourcing de talento humano: como expertos en actividades de outsourcing se mejoran los procesos de la empresa del cliente mediante la subcontratación de tareas específicas, orientándose en la delegación de distintas tareas a personas que no están oficialmente vinculados en la compañía.

Mediante el outsourcing se agilizan los procesos y las estructuras organizacionales ayudando a que las empresas se adapten a los nuevos cambios del mercado con mayor facilidad. (ASENEG 2022)

Cabe resaltar que Banco de Bogotá ha sido cliente de ASENEG por más de 20 años, por lo cual conoce perfectamente la calidad de los servicios que esta compañía le presta por lo cual hace recompra de estos servicios y en caso de que no haya conformidad con alguno, de una vez hace la notificación para que se mejore o se corrija.

Banco popular



Esta entidad financiera nacional también hace parte del conglomerado Grupo Aval, se considera otro cliente potencial; solicita a ASENEG los servicios de outsourcing de talento humano y head hunter para un mejor desempeño en sus operaciones y una mayor productividad en las tareas que realiza a diario ya que las personas que las realizan son especializadas en el tema.

- Outsourcing de talento humano: mediante la contratación de personal idóneo para desempeñar las tareas encomendadas de una manera eficiente mejorando los procesos de la compañía.
- Head Hunter: en donde lo primero que hacen es analizar la empresa del cliente para luego identificar los profesionales que se ajusten específicamente a las necesidades y valores de la compañía. (ASENEG 2022)

Este cliente representa un gran atractivo para el mercado de las empresas de contratación ya que se encuentra en constante evolución debido a la gran variedad de productos que ofrece y por ende requiere

de personas altamente calificadas y comprometidas para desempeñar sus funciones.

Teniendo en cuenta que los clientes de Aseneg son personas jurídicas, las negociaciones se realizan con los representantes legales de estas compañías, por lo que el buyer persona se hará basado en estos representantes.

Buyer Persona

Perfil

- Nombre: Alejandro Figueroa Jaramillo
- Profesión: Ingeniero Civil de la Escuela de Minas – Universidad Nacional de Antioquia
Máster en Economía de la Universidad de Harvard
- Cargo: presidente del Banco de Bogotá
- Experiencia: De muy joven, trabajó en el Departamento Nacional de Planeación, fue viceministro de Desarrollo Económico y de Minas de Hernando Agudelo Villa en el gobierno de Misael Pastrana era presidente, y un año después, en 1973, entró a trabajar en el Banco de Bogotá. Desde entonces no ha salido de ahí. En el Banco, Figueroa ha sido vicepresidente ejecutivo, vicepresidente de finanzas y asistente del presidente. (La silla vacía 2022)

Datos Demográficos

- Edad: 79
- Género: masculino
- Ubicación: Bogotá Colombia
- Ingresos: Más de 30 millones de pesos colombianos

¿Qué le motiva?

Que el producto que va a comprar cubra las necesidades actuales de su negocio y le permita cumplir con los objetivos principales de este.

Espera que, mediante la contratación de servicios de outsourcing de personal, aumente la productividad de la compañía a través de personas altamente calificadas y especializadas en ciertas áreas.

¿Qué le desmotiva?

Que la empresa encargada del suministro de personal pueda llevar perfiles completamente desenfocados a los que espera y necesita.

También, un proceso de compra demorado en donde las personas que requieren tardan en llegar para ocupar las vacantes.

¿Cuáles son sus necesidades?

Que un tercero se encargue por completo de la contratación de personal para evitar el proceso de reclutamiento, selección, administración de nómina y seguridad social reduciendo así costos. Adicionalmente, requiere personas especializadas en ciertas áreas para que los procesos de la empresa sean optimizados.

¿Cuáles son metas y deseos?

Ahorrar tiempo en los procesos de selección, reducir gastos asociados y generar mayor productividad en las áreas de la compañía que más lo requieran.

¿Cuáles son gustos y aficiones?

Es una persona que le gusta estudiar y leer, mantener informado en temas actuales, económicos, financieros, políticos, sociales y ecológicos que le ayudan a tomar mejores decisiones dentro de la organización que dirige.

¿Cómo compran el producto?

Se realizan negociaciones contractuales entre las partes; el cliente solicita un servicio con determinadas características y Aseneg se compromete a cumplir con la contratación del personal requerido para que ingrese a la empresa del cliente y cumpla con las funciones delegadas.

Además de esto se debe tener en cuenta que como Aseneg no es una empresa temporal, se permite asesorar a sus clientes en la búsqueda de personas de acuerdo con sus necesidades y las ofertas que se encuentren en el mercado.

Es por esto por lo que se genera un valor agregado para el cliente y puede tener la confianza y la certeza de que el personal que lleva Aseneg cumplirá con todos sus objetivos.

Funnel de Conversión

Después de entender a profundidad las necesidades actuales del cliente, se debe identificar las etapas del funnel de conversión como: atención, interés, deseo, acción y retención.

En estas etapas es posible ver con claridad los pasos que da el cliente dentro de la web desde el interés por el servicio hasta el momento en el que realiza la compra.

Ilustración 36. Funnel de conversión Aseneg



Fuente: elaboración propia con esquema de la web de funnel 2022

- **Atención:** en esta primera fase del funnel, el cliente es consciente de que tiene una necesidad y se encuentra en búsqueda del producto o servicio ideal que le ayude a suplirla de manera rápida y efectiva. Durante este proceso se encuentra realizando una investigación de todo lo que ofrece el mercado; hace una consulta de palabras clave en los buscadores que posteriormente lo remiten a páginas web o redes sociales de las empresas que ofrecen productos o servicios que le ayudan a cubrir la necesidad.
- **Interés:** cuando el cliente ya ha visitado la página web o las redes sociales de la empresa, empieza a tener interacción con la marca y con los productos o servicios ofrecidos.
- **Deseo:** después de revisar los productos o servicios junto con sus características; evalúa cuales son los que más se ajustan a sus necesidades y pueden ser los de mejor beneficio. En este momento es cuando se despierta el deseo por adquirirlo.

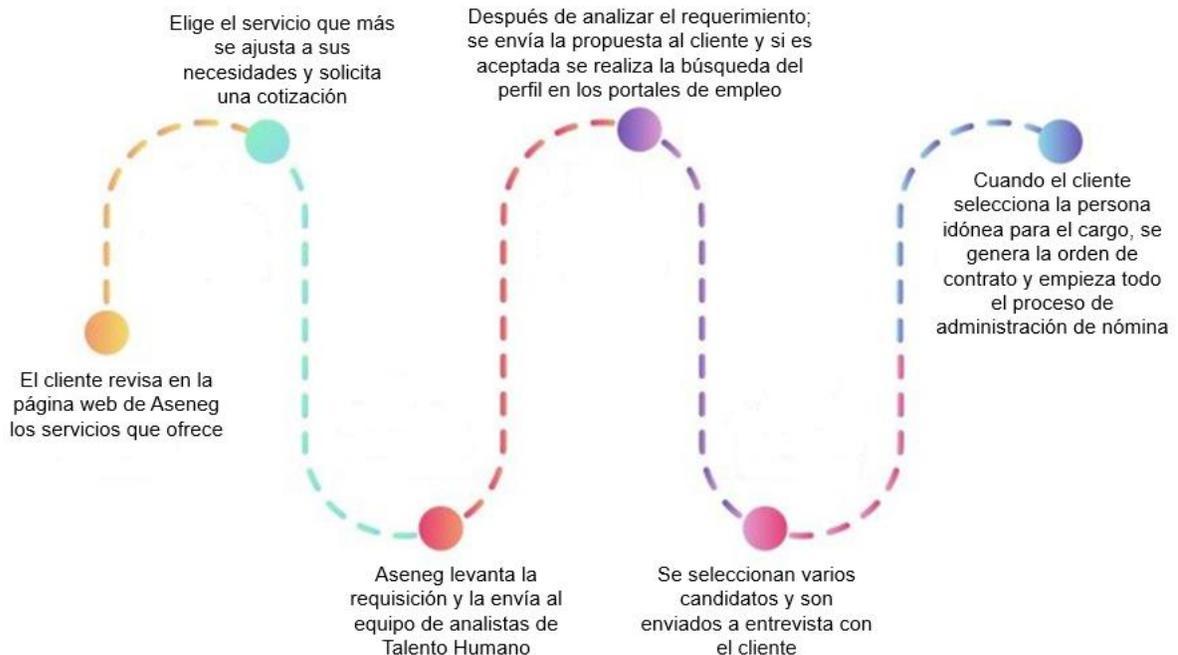
- **Acción:** en esta etapa ya el cliente tiene los resultados de la evaluación realizada previamente y es cuando decide si realiza o declina su decisión de compra.
- **Retención:** si la compra fue realizada y el servicio post venta ha sido todo un éxito, el cliente recomienda la marca y más adelante puede realizar recompra.

Todos estos pasos se ven reflejados con el customer journey que tiene el cliente con Aseneg.

Customer Journey

En este punto es importante conocer las interacciones que tienen Aseneg y su cliente durante el proceso de compra del servicio que en este caso es el outsourcing de personal. Por esto, se analiza cada paso desde la solicitud del servicio por parte del cliente hasta que empieza todo el proceso de contratación, administración de nómina y los temas asociados a esto.

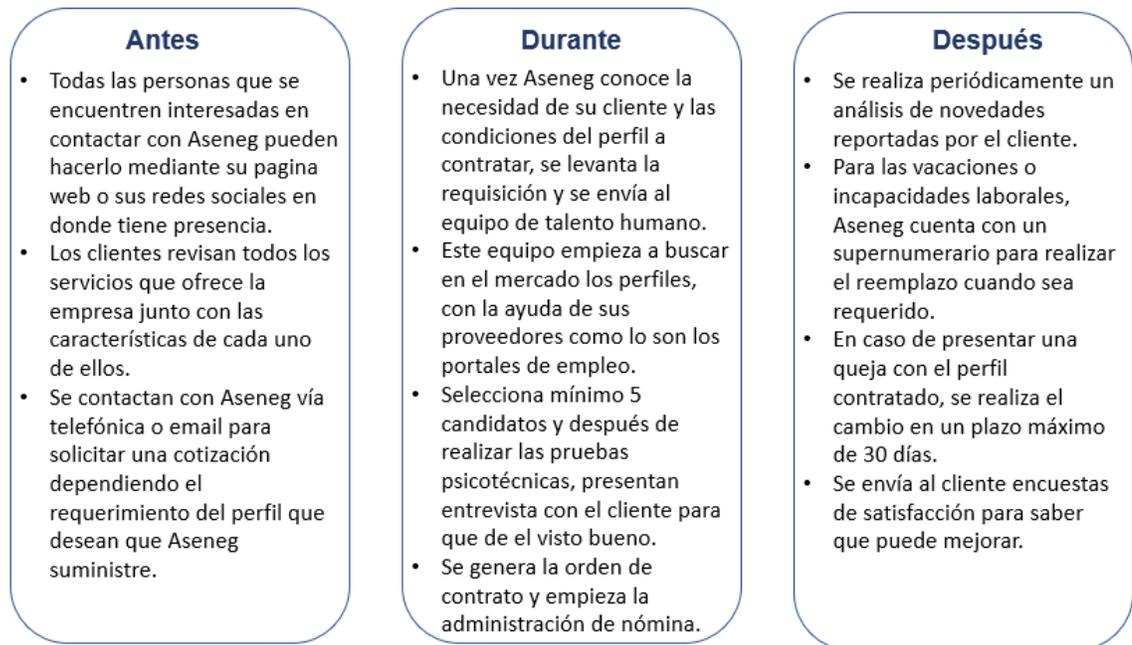
Ilustración 37. Customer Journey Aseneg



Etapas del proceso de compra

Teniendo en cuenta lo anterior, es necesario conocer el antes, durante y después del proceso de compra por el que pasa un cliente en Aseneg y saber si el servicio prestado y los atributos de este cumplen con las expectativas del cliente.

Ilustración 38. Etapas del proceso de compra del cliente



Fuente: elaboración propia 2022

El proceso para poder prestar este servicio empieza con la necesidad que tiene el cliente por poderse enfocar en desarrollar el objetivo principal de su negocio y olvidarse del proceso de contratación de personal junto con las implicaciones laborales y legales que derivan de ello.

Posteriormente, el cliente se contacta con Aseneg para que se pueda encargar de todo el proceso; a partir de este momento comparte todas las características que debe tener el perfil requerido junto con los costos que debe asumir.

Tan pronto se recibe esta información, es analizada por el equipo comercial y se le brinda una asesoría profesional y personalizada en donde a partir de

la información que tienen del mercado laboral le pueden decir al cliente cuanto tiempo puede tardar en conseguir la persona ideal y si el salario se ajusta. Entonces, se comparte la propuesta comercial al cliente para que determine si es conveniente para su compañía.

Cuando se obtiene la respuesta del cliente y si esta es afirmativa, se notifica al equipo de talento humano para que por medio de los portales de empleo con los que tiene alianzas empiece todo el proceso de selección. Es aquí cuando después de realizar búsquedas exhaustivas en el mercado y pruebas para garantizar las competencias del personal se selecciona al menos 5 candidatos y se envían a entrevista con el cliente que en la mayoría de los casos son los jefes directos.

En el momento en el que el cliente selecciona la persona idónea para el cargo Aseneg empieza todo el proceso de contratación, esto implica toda la documentación legal exigida por la ley junto con el proceso de nómina.

La persona es contratada e inicia su periodo de prueba; en el caso de que el cliente no se sienta a gusto con su desempeño durante este tiempo, inmediatamente Aseneg suspende el contrato y repite el proceso.

Algo muy importante y que ya se ha dicho es que como Aseneg no es una empresa temporal, el tipo de contrato perdura en el tiempo hasta cuando el cliente lo decida.

1.1.6. Matriz del Perfil Competitivo MPC:

Identificar debilidades y fortalezas de los competidores. Mirando la habilidad de cada empresa para satisfacer necesidades del mercado (usar QFD)

Realizando un análisis del sector y de la industria, se pueden identificar las fortalezas y debilidades de los principales competidores que tiene Aseneg actualmente.

No obstante, es preciso resaltar los atributos del servicio prestado por Aseneg y así identificar la capacidad en la que se encuentra la compañía para satisfacer las necesidades actuales de quienes se encuentran en la búsqueda de suministro de personal por medio de la figura de outsourcing.

Atributos del servicio de outsourcing

- Uno de los principales atributos de esta compañía es que como no es una empresa de servicios temporales el contrato de las personas que suministran a sus clientes dura más de 12 meses y perdura en el tiempo mientras en cliente así lo decida.

- La atención al cliente es completamente personalizada, cada requerimiento se va desarrollando a la medida de sus necesidades y las de la empresa.
- Durante el proceso de compra se realiza un acompañamiento especializado al cliente para atender todas sus solicitudes y saber cuáles son los perfiles que más se ajustan para cubrir las vacantes.
- Mientras que se realiza la propuesta al cliente se le brinda asesoría especializada de lo que actualmente ofrece el mercado y de lo que se puede encontrar. Es por esto por lo que se le da al cliente una idea más aterrizada de lo que puede ser mejor para su empresa.

Para el análisis de la matriz MPC se identifican cuatro competidores de Aseneg que se encuentran en el mercado colombiano y actualmente se posicionan como las más grandes empresas de suministro de talento humano a otras compañías. Las cuatro empresas para analizar en este estudio son: Adecco, Eficacia, Serdan, Manpower Group.

Adecco



Esta multinacional Suiza se posiciona como consultora líder mundial en la gestión del talento humano con presencia en más de 60 países y más de 5000 oficinas, 32,000 colaboradores, conecta 700,000 personas y 100,000 clientes a nivel mundial cada día.

Con el objetivo de brindar servicios estándar a nivel zonal, todos los países trabajan bajo normas de calidad ISO 9001.

Adecco Group se especializa en asesorar empresas líderes ofreciendo soluciones integrales en Servicio Temporal, Selección de personal y consultoría de Talento Humano. En Colombia, es una de las 10 primeras empresas en la creación de empleo directo e indirecto; cuenta con 36 sucursales ubicadas en 11 ciudades, 725 colaboradores que dan servicio a más de 1500 empresas nacionales y multinacionales. (Adecco 2022)

Fortalezas

- Es uno de los principales proveedores en el mundo que presta servicios de recursos humanos a más de 100.000 clientes.

- Actualmente se posiciona como una de las 10 primeras empresas en Colombia que brinda empleo a más de 32.000 personas.
- Tiene alta cobertura a nivel mundial y en el caso de Colombia se encuentra presente en las ciudades capitales más importantes.
- Ofrece un gran portafolio de productos a sus clientes, por lo cual es más atractivo para cubrir varias necesidades al mismo tiempo.
- Cuenta con un ingreso total operativo bueno con relación al de sus competidores COP 789,906 millones.
- Cuenta con un chatbot en su página web.

Debilidades

- De acuerdo con el reporte del análisis de crédito EMIS, el nivel de riesgo de esta compañía tiene una calificación de C que es mediano, lo cual es poco atractivo para los inversionistas.
- No tiene WhatsApp Business en su página web que permita tener un contacto más cercano con sus clientes.
- Bajo nivel de publicaciones semanales en sus redes sociales.
- En su portafolio de productos no hay oferta de servicios de tecnología avanzada y especializada.

Eficacia



Empresa colombiana con más de 35 años de experiencia, creada en Cali Valle del Cauca, actualmente tiene presencia en Ecuador y Perú.

A nivel nacional opera en más de 800 municipios ofreciendo soluciones integrales desde la generación de insights de mercado, hasta el análisis de las actividades ejecutadas y recomendaciones para las acciones futuras. Dentro de sus principales clientes se encuentran marcas reconocidas como Colgate, Huevos Kikes, Barilla, Central Cervecería de Colombia, Whirlpool y Kitchen Aid.

En el ranking PAR ocupa el puesto # 1 como empresa privada en el Valle del Cauca, puesto # 23 en Colombia y el # 52 en Latam. (Eficacia 2022)

Fortalezas

- Su alta cobertura a nivel nacional por estar presente en más de 800 municipios del país le permite tener un mayor alcance de mercado dentro del territorio nacional.

- Ha logrado expandirse a países vecinos como Ecuador y Perú para darse a conocer en la región Latam.
- Cuenta con amplio portafolio de productos, lo que le permite atraer una mayor clientela para brindar solución a sus necesidades.
- Ofrece servicios tecnológicos de alta demanda en la actualidad a nivel mundial.
- En su página web tiene artículos relacionados con sus servicios que son de gran ayuda para los empresarios.
- Actividad frecuente en sus 3 redes sociales, sus publicaciones son diarias o cada tercer día.
- Cuenta con un ingreso total operativo bueno comparado con el de sus competidores COP 514,277 millones para el 2021.

Debilidades

- Solamente tiene presencia en tres redes sociales: Instagram, Facebook y LinkedIn.
- No cuenta con un chatbot en su página web, lo cual impide un relacionamiento cercano con sus clientes.
- No tiene WhatsApp Business, herramienta que actualmente se ha convertido en un medio de comunicación necesario para cualquier negocio.
- A pesar de que sus ingresos netos por ventas aumentaron del 2020 al 2021 su ganancia se redujo en un 48% debido a que sus pasivos aumentaron en un 17%.

Tabla 11. Estado de situación financiera Eficacia



Fuente: Emis 2022

Serdan



La compañía de Servicios y de Administración Serdan S.A. nace como parte del grupo empresarial Bavaria, prestando sus servicios inicialmente a las empresas pertenecientes a este grupo. Fue constituida el 30 de noviembre de 1978 como una empresa de servicios tercerizados en administración, servicios generales y suministro de personal temporal.

Al entrar en vigor la Ley 50 de 1990, que establecía que las empresas de suministro de personal temporal debían tener esta actividad como objeto social único, fue necesario constituir la empresa Misión Temporal Ltda., el 19 de julio de 1991. En el año 2000 se constituyeron las agencias de Ibagué y Villavicencio

Desde el año 2003, Serdan inició un proceso de consolidación para asegurar relaciones de valor con los clientes, convirtiéndose así en un aliado estratégico de estos.

Tiene más de 344 clientes actualmente, 11,906 colaboradores en todo el territorio nacional y 13 oficinas en las principales ciudades del país. (Serdan 2022)

Fortalezas

- Lleva más de 44 años en el mercado y actualmente se encuentra dentro del ranking de las empresas líderes de suministro de personal en Colombia.
- Tiene gran variedad de productos para ofrecer un servicio más completo a sus clientes en diversas áreas de la empresa.
- Su nivel de total ingreso operativo es bastante competitivo con el de las empresas líderes de este sector ya que para el 2021 fue de COP 1,452,041 millones.

Debilidades

- No cuenta con un chatbot en su página web para los clientes que se encuentren interesados en tener contacto en cualquier momento.
- De acuerdo con el reporte de análisis de crédito EMIS, la calificación de la compañía se encuentra en mediano riesgo C lo que puede afectar de forma negativa a nivel financiero.
- No tiene WhatsApp Business por lo que los interesados en contactarse deben hacerlo mediante la página web.

Manpower Group



Compañía multinacional estadounidense con más de 70 años de experiencia en 80 países y más de 40 años en Colombia, ofrece soluciones de capital humano mediante la atracción, reclutamiento, selección, contratación, evaluación, desarrollo y gestión del talento, encontrando empleo significativo y sostenible para millones de personas en una amplia gama de industrias, a través de la familia de marcas: Manpower®, Experis®, y Talent Solutions.

Con presencia en más de 20 ciudades del país con cobertura en todo el territorio nacional atendiendo a más de 1000 clientes y generando cientos de oportunidades de trabajo formal y digno; también proporciona talento calificado a empresas de todos los tamaños, industrias y sectores impulsándolos al éxito de sus negocios. (Manpower Group 2022)

Fortalezas

- Tiene un buen nivel de cobertura en el territorio nacional ya que se encuentra en más de 20 ciudades.
- Su alta cobertura le permite tener mayor reconocimiento a nivel mundial.
- A diferencia de otras empresas de este sector, Manpower tiene una tienda virtual en su página web, lo que hace que el proceso de compra sea más sencillo para sus clientes.
- Cuenta con WhatsApp Business en su página web y esto le ayuda a tener mayor contacto con sus clientes.
- En relación con los competidores analizados, esta empresa tiene carrito de compra en su página web, por lo que puede vender en un menor tiempo.
- Realiza publicaciones constantes en sus redes sociales.

Debilidades

- Cuenta con total ingreso operativo de COP 376,865 relativamente bajo en comparación con los competidores analizados anteriormente.
- A pesar de que para el 2021 las ventas de esta compañía aumentaron, su ganancia neta se redujo en 12,47%.

Tabla 12. Estados de situación financiera Manpower Group



Fuente: Emis 2022

Grupo Soluciones Horizonte – GSH



GSH es un grupo empresarial especialista en la transformación organizacional con presencia en Colombia y México que acompaña las empresas en el cumplimiento de sus objetivos estratégicos de negocio, a través de dos líneas de negocio:

Be Evolution: ofrece servicios de consultoría permitiendo tocar desde las fibras y corazón de las compañías, el talento que acompaña y hace posible los resultados.

Be Expert: ofrece una transformación hacia la competitividad, permitiendo a las empresas tercerizar procesos operativos y a la vez tácticos de RRHH que demandan esfuerzo impidiendo al área de talento humano generar valor.

(GSH 2022)

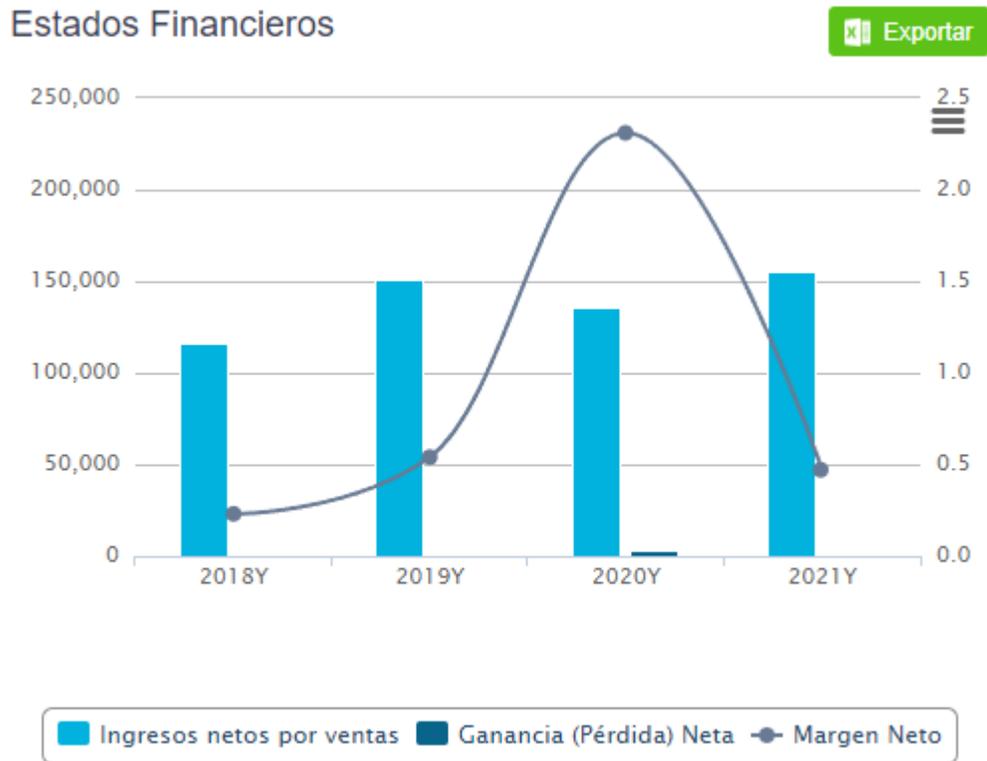
Fortalezas

- Tiene cobertura en Colombia y Mexico.
- En Colombia tiene presencia en departamentos como Cundinamarca, Antioquia, Valle del Cauca, Tolima, Costa.
- Precios altamente competitivos.
- Tiene carrito de compra en su página web y relaciona los precios de los servicios para simular una cotización en línea.
- Pronta respuesta a los requerimientos de sus clientes.
- Tiene una tarifa fija dependiendo de la categoría de la persona a contratar.

Debilidades

- Tiene poco nivel de engagement debido a que en sus redes sociales las reacciones están entre 1 – 10.
- No cuenta con un chatbot en su página web para prestar asesoría todo el tiempo.
- La página web no redirecciona al chat de WhatsApp.
- A nivel interno, su ganancia se redujo un 70% aproximadamente.

Tabla 13. Estados de situación financiera Grupo Soluciones Horizonte



EMIS: 2022

Exela



Líderes en la gestión del corazón de la empresa de los clientes, son el departamento de Recursos Humanos. En el servicio de Outsourcing de Seguridad y Salud en el Trabajo, la empresa encuentra un aliado en la construcción de la cultura

de seguridad y prevención. (Exela 2022)

Fortalezas

- Ofrece variedad de servicios.
- Sus servicios son altamente demandados a nivel nacional e internacional.
- Maneja contenido audiovisual como videos de sus trabajadores en la página web que genera engagement con el público.
- A pesar de opera desde el 2011 en el mercado, sus ingresos operativos superan el de otras compañías más antiguas.

Exela Bpo S.A.

15,765 (2021)

EMIS: 2022

Debilidades

- No cuenta con WhatsApp Business en su página web.
- Solamente tiene oficina en Medellín.
- No genera contenido periódico en redes sociales.
- No tiene servicios en línea.

Siglo BPO



Nuestra oferta de servicios es transversal a todos los sectores industriales. La flexibilidad y adaptabilidad como una de las principales características de nuestros servicios nos han permitido incursionar con éxito en el desarrollo de procesos para industrias tan diversas como: Servicios Financieros, Salud, Retail, Educación, Telecomunicaciones, Minería, entre otras.

En más de 25 años de trayectoria hemos orientado nuestros esfuerzos a convertirnos en los socios estratégicos de nuestros clientes, proporcionándoles soluciones integrales diseñadas de acuerdo con sus necesidades específicas, que les permitan simplificar sus procesos e impulsar el crecimiento de sus respectivos negocios. (Siglo BPO 2022)

Propósito

Contribuir con experiencia e innovación al desarrollo exitoso de las personas y sus empresas.

Fortalezas

- Amplia trayectoria en el mercado.
- Presencia en 8 países, entre ellos Estado Unidos.
- Publicaciones periódicas en redes sociales.
- Más de 2.000 clientes de todas las industrias.
- Gran variedad de servicios para todos los sectores.

Debilidades

- Bajo nivel de engagement.
- No permite hacer una simulación de cotización como sus competidores.
- Poco nivel de respuesta por medio de WhatsApp Web.

Análisis MPC y QDF

Después de analizar las principales fortalezas y debilidades de las cuatro compañías competidoras de Aseneg es importante revisar la Matriz de Perfil Competitivo MPC en donde se revisan diversos factores que las pueden hacer a las compañías más competitivas o no dentro del mercado en el que se encuentra.

El análisis de la matriz QDF se realiza con base en el servicio de outsourcing debido que ha sido el que más se ha destacado entre los otros y el que mayor trayectoria tiene en el mercado.

Los factores claves analizados son: precio competitivo, calidad del servicio prestado, reputación y trayectoria de la empresa, disponibilidad de personal para contratación, asesoría y acompañamiento durante el proceso de compra, servicios personalizados de posventa, canales de promoción de productos.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos y comparando a Aseneg con cuatro competidores se puede notar que los competidores más fuertes son las empresas Adecco y Serdan, debido a que sus precios en el mercado son menores a los que ofrece Aseneg, ofrecen gran diversidad de servicios a sus clientes, lo que les permite cubrir las necesidades sus y atender varios departamentos de una empresa a la vez. También son las compañías que tienen unos ingresos totales operativos muy superiores a los de los otros por lo que cuentan con una posición financiera muy sólida en el mercado.

Sin embargo, hay que resaltar que Aseneg tiene un valor agregado en cuanto a los atributos de sus servicios ya que como se mencionó previamente prestan una asesoría personalizada a sus clientes en todo el proceso de compra. Cuando una empresa se dirige a Aseneg buscando el suministro de personal, necesita que la persona a contratar cumpla con ciertas características para cubrir la vacante, es en este momento cuando Aseneg sabe lo que puede encontrar actualmente en el mercado gracias a su amplia trayectoria en los procesos de contratación y es por esto por lo que realiza acompañamiento a sus clientes indicando el perfil y los costos de este que más se ajustan a las necesidades.

Esta asesoría personalizada hace que la calidad del servicio prestado sea mejor y el cliente pueda sentirse satisfecho, asimismo, los altos estándares de calidad que posee la compañía permiten suministrar personal altamente calificado a sus clientes ya que su departamento de recursos humanos se encuentra en la capacidad de reclutar las personas con el perfil ideal que buscan sus clientes.

El factor asesoría y el acompañamiento durante el proceso de compra desempeña un papel fundamental para mejorar la experiencia del cliente y junto con los factores ya mencionados este también es uno de los que más se destaca, esto indica que lo que el cliente busca se encuentra relacionado fuertemente con el nivel de precios que le pueden ofrecer, la calidad del servicio y la asesoría durante todo el proceso de compra.

1.1.7. Comparativo entre los productos existentes en el sector y los de la compañía.

Se hará énfasis en mirar el producto ideal del mercado y el producto de las empresas del mercado para identificar mejoras al producto (usar QDF).

Aseneg

Los productos que Aseneg ofrece actualmente en el mercado son:

- Administración de Nomina
- BPO
- Desarrollo de Software
- Head Hunting
- Outsourcing de Talento Humano

Los que sus competidores ofrecen a sus clientes son:

Adecco

Dentro de su portafolio de producto, se encuentran los siguientes:

- Selección Temporal
- Selección de personal y outsourcing de personal especializado
- Outsourcing de nómina, comercial, de salud, de seguridad HSE, industrial y logístico, de procesos transversales (Back Office – Front Office)
- Consultoría
- Formación

Eficacia

Los servicios de esta compañía se dividen en dos áreas: soluciones de gestión humana y en soluciones comerciales y de mercadeo.

Soluciones de Gestión Humana

- Selección de personal
- Formación y Desarrollo
- Outsourcing de Nomina
- Analítica e Inteligencia Artificial
- Cultura y Engagement
- Personal Temporal

Soluciones Comerciales y de Mercadeo

- Consultoría en Trademarketing
- Inteligencia y Analítica Comercial
- Ejecución de Estrategias y de Trademarketing
- Logística y Distribución
- Agencia de Marketing
- Transformación de Equipos Comerciales
- Modelos Farmacéuticos

Serdan

Esta compañía cuenta con un gran portafolio de productos dentro de los cuales se encuentran:

- Mercadeo, Impulso y Ventas.
- Aseo y Cafetería.
- Mantenimiento y Administración Locativa.
- Administración de Nomina.
- Selección de Talento Humano.
- Servicios Aeroportuarios.
- Facility Services Management.
- Servicios Logísticos.
- Telecomunicaciones.
- Administración de Propiedad Horizontal.

Manpower Group

Los servicios que ofrece este grupo se dividen por cada familia de marcas:

Manpower

- Business Professionals
- Reclutamiento y selección PERM
- Outsourcing de Nomina
- Trade Marketing
- Seguridad Social SS en Línea
- Servicios Temporales

Experis

- Permanent Placement
- Interim IT
- Project Solutions

Talent Solutions

- RPO
- Tapfin
- Right Management

Grupo Soluciones Horizonte – GSH

Tiene Servicios que se dividen a través de dos líneas de negocio:

Be Expert

- Temporalidad
- BPO Nómina
- Selección de personal
- Head – Hunter
- Estudios de confiabilidad
- Administración capital humano
- GSHome
- IPS Medicina laboral

Be Evolution

- Análisis de equipos de trabajo
- Rally grupal de competencias
- Evaluación de clima organizacional
- Internacionalización de empresas
- Consultoría desarrollo organizacional
- Consultorio jurídico

Exela

- Maquila industrial
- Outsourcing logístico
- Facility services
- Outsourcing comercial
- Outsourcing de mercadeo e impulso
- Outsourcing de recursos humanos integral
- Outsourcing de selección de personal
- Outsourcing de seguridad y salud en el trabajo
- Outsourcing de nomina
- Servicios temporales

Siglo BPO

Contabilidad y finanzas

Contabilidad de información y gestión

- Contabilidad general bajo normas NIIF.
- Análisis y conciliación de cuentas.
- Emisión de estados financieros.
- Información financiera.
- Reportes financieros.
- Reportes a entidades de control.
- Consultoría y asesoría en NIIF.

Auditoría, riesgos y revisoría fiscal

- Revisoría Fiscal.
- Auditoría Contable y Financiera.
- Auditoría interna con enfoque gobierno, riesgo y control.
- Auditoría Tributaria.
- Auditoría de Tecnología.
- Auditoría de Control Interno.
- Auditoría de Cumplimiento.
- Auditoría de Gestión.
- Auditoría Integral.

Finanzas Corporativas

- Planeación y estrategia financiera.
- Due Diligence.

- Valoración financiera y de activos fijos.
- Fusiones y adquisiciones.
- Plan de negocios.
- Family Office.

Recursos Humanos

Gestión de nómina

- Procesamiento nómina general y confidencial.
- Procesamiento de seguridad social y parafiscales.
- Cálculo de retención en la fuente
- Medios Magnéticos.
- Consultoría Laboral.
- Gestión Tributaria.
- Proceso Contable
- Liquidación de prestaciones sociales.
- Generación de certificados de ingresos y Retenciones.
- Cálculo de Prima de Servicios.
- Cálculo de cesantías e Intereses de Cesantías.

Gestión de administración de personal

- Revisoría Fiscal.
- Auditoría Contable y Financiera.
- Auditoría interna con enfoque gobierno, riesgo y control.
- Auditoría Tributaria.
- Auditoría de Tecnología.
- Auditoría de Control Interno.
- Auditoría de Cumplimiento.
- Auditoría de Gestión.
- Auditoría Integral.

Head Hunter / Selección Especializada

- Revisoría Fiscal.
- Auditoría Contable y Financiera.
- Auditoría interna con enfoque gobierno, riesgo y control.
- Auditoría Tributaria.
- Auditoría de Tecnología.
- Auditoría de Control Interno.
- Auditoría de Cumplimiento.
- Auditoría de Gestión.

- Auditoría Integral.

Sistema de gestión de seguridad y salud (SG-SST)

- Revisoría Fiscal.
- Auditoría Contable y Financiera.
- Auditoría interna con enfoque gobierno, riesgo y control.
- Auditoría Tributaria.
- Auditoría de Tecnología.
- Auditoría de Control Interno.
- Auditoría de Cumplimiento.
- Auditoría de Gestión.
- Auditoría Integral.

BPO Procesos de negocios

Servicios administrativos

- Revisoría Fiscal.
- Auditoría Contable y Financiera.
- Auditoría interna con enfoque gobierno, riesgo y control.
- Auditoría Tributaria.
- Auditoría de Tecnología.
- Auditoría de Control Interno.
- Auditoría de Cumplimiento.
- Auditoría de Gestión.
- Auditoría Integral.

BPO

- Revisoría Fiscal.
- Auditoría Contable y Financiera.
- Auditoría interna con enfoque gobierno, riesgo y control.
- Auditoría Tributaria.
- Auditoría de Tecnología.
- Auditoría de Control Interno.
- Auditoría de Cumplimiento.
- Auditoría de Gestión.
- Auditoría Integral.

Outsourcing de tecnología

- Administración, soporte y mantenimiento a:
 - PC's portátiles
 - Impresoras
 - Cámaras de seguridad
 - DVR's
 - Plantas telefónicas
- Diseño, implementación y mantenimiento de infraestructura de redes y/o ups.
- Gestión de sistemas operativos y ofimáticos.
- Sistema de respaldo de información.
- Mesa de ayuda
- Asesoría en tecnología de la información.

Plataforma de servicios SAP Business One

- Implementación.
- Reimplementación.
- Soporte.
- Auditoría.
- Capacitación.
- Migración.
- Contabilidad y Finanzas
- Facturación y cuentas por cobrar
- Oportunidades y ventas (CRM)
- Inventario.
- Planeación, recursos y producción.
- Compras y proveedores (MRP).
- Bancos.
- Cuentas por Pagar.
- Producción.
- Presupuesto.
- Business Intelligence.
- Facturación Electrónica.

Soft landing

Etapas preoperativas:

- Asesoría para definir el mejor vehículo societario.
- Obtención de RUT de inversionista extranjero.

- Constitución de la sociedad
- Inicio de actividades y obtención del RUT.
- Apertura de cuenta corriente y envío de tokens para su operación.

Etapa operativa

- Contabilidad y cumplimiento tributario.
- Administración, facturación.
- Trámites operativos.

Después de revisar detenidamente el portafolio de productos que ofrecen las empresas de este sector, se puede notar que el producto que mayor relación guarda entre todas las compañías es el outsourcing de personal junto con el de nómina, también el de los servicios relacionados con las tecnologías de la información.

BPO, desarrollo de software, servicios IT y producción audiovisual, además de ser los servicios que más se relacionan dentro del sector, son los que más han generado empleo durante los últimos 2 años ya que después de la pandemia la demanda de personal y de servicios tecnológicos aumentó significativamente; asimismo han sido los de mayor exportación, por lo cual hay una gran oportunidad de mercado para las empresas colombianas que no tiene presencia en otros países empezar a incursionar en otros mercados.

Teniendo en cuenta lo anterior, los productos ideales de mercado para esta industria son los de outsourcing de personal, nómina y de servicios tecnológicos; estas compañías deberán trabajar en el mejoramiento continuo de estos servicios y cada día se deberán ir acoplando a las nuevas tendencias del mercado; en este caso es importante resaltar que las tendencias de tecnología y sobre todo la artificial deberán ir implementándose rápidamente para que ninguna compañía que quede rezagada ante los requerimientos del mercado.

La producción audiovisual y el trade marketing han tenido un crecimiento acelerado después del COVID 19, la digitalización hoy en día se ha convertido en diario vivir de las personas y por esto es muy importante que las empresas que ofrezcan estos servicios y entreguen a sus clientes un valor agregado para sus negocios.

Después de ver los resultados obtenidos en la Matriz QDF es posible identificar que los requerimientos del cliente tienen relaciones directas y moderadas con que ofrece actualmente el mercado; como un factor positivo se destaca que los productos que actualmente requieren los clientes son ofrecidos por las empresas del sector BPO, muchas de ellas son reconocidas,

lo que permite saber a sus clientes que tiene una amplia trayectoria en el mercado contando así con certificados internacionales como ISO 9001.

Como se indicó anteriormente, aunque los atributos de los servicios que ofrece Aseneg se destacan fuertemente en este mercado tan competitivo y hacen que la experiencia del cliente sea positiva y se quiera realizar el proceso de recompra; lo ideal es que cada día se implementen valores agregados en los servicios para sobresalir entre sus competidores.

En Colombia este mercado tiene como característica principal la llegada y actual presencia de varias multinacionales de este tipo, se genera una fuerte competencia lo que hace que estas empresas concentren sus esfuerzos por prestar servicios de alta calidad con alto valor y el personal que llevan a sus clientes sea altamente capacitado y calificado para cumplir con las labores encomendadas.

1.1.8. Análisis de niveles de precios:

Mirar como fija precios el mercado, y ver si los precios se ajustan a la propuesta de valor (Precio desde el mercadeo).

El precio desde el mercadeo representa el valor de adquisición de un producto o servicio. El precio abarca las decisiones sobre gastos y márgenes, lista de precios, descuentos, rebajas y bonificaciones, créditos a clientes, entre otros. Se considera como una herramienta flexible que puede ser fijado desde un mínimo hasta un máximo; cuando las empresas establecen su política de precios. (Bolivar 2009)

Los precios en este mercado son competitivos ya que las grandes empresas llevan más de 40 años de experiencia y cuentan personal altamente calificado para llevar a cabo los procesos de selección, han implementado diversas tecnologías para desempeñar sus funciones en un menor tiempo y han creado diversos productos que se adaptan a las necesidades actuales del mercado.

Como primera medida de este análisis, se debe tener en cuenta que los precios que algunas empresas cobran a sus clientes se manejan por porcentaje de administración y depende de cada compañía si es mayor o menor en cada uno de sus servicios. Otras cobran un valor fijo en pesos colombianos de acuerdo con el tipo de requerimiento.

Dependiendo del tipo de cliente y de los productos en los que se encuentre interesado, el porcentaje de administración que cobra Aseneg es mayor al 15%; el de otras empresas entre 7% y 13%.

Para este análisis se revisan cotizaciones de diferentes servicios que ofrecen otras compañías en el mercado.

Por ejemplo:

Grupo soluciones horizonte GSH cobra por el tipo de proceso que requiera el cliente, en cuanto al servicio de administración de capital humano se incluyen una serie de servicios distintos.

Tabla 14. Cotización Grupo Soluciones Horizonte

Proceso	Estándar	Empresarial	Corporativo
TOTAL	\$ 70.000 x trabajador	\$ 140.000 x trabajador	\$ 280.000 x trabajador

GSH 2022: Cotización

Para administración de personas temporales Adecco cobra un porcentaje renegociable de 12,5% similar al de outsourcing de talento humano.

Tabla 15. Cotización Adecco



CONDICIONES COMERCIALES

 Para la administración de las personas temporales determinadas en la presente propuesta, la tarifa otorgada es:

No. Pass	Costo de Administración	Periodo de Pago
2	12,50 %	30 Días

Adecco 2022: Cotización

En selección especializada, Eficacia cobra un valor por proceso de selección, para roles operacionales es de \$600.000 y para mandos medios de \$950.000.

Tabla 16. Cotización Eficacia

\$ 600.000
(Valor por Proceso de Selección)

La tarifa descrita en la tabla económica aplica para cada uno de los procesos de selección de roles **Operacionales** requeridos por el cliente.

\$950.000
(Valor por Proceso de Selección)

La tarifa descrita en la tabla económica aplica para cada uno de los procesos de selección de roles **Mandos Medios** requeridos por el cliente. **Personal bilingüe , Técnicos, tecnólogo y profesionales**

Eficacia 2022: Cotización

Aunque Aseneg ofrece un servicio de calidad, debe implementar un valor que se destaque ante otras empresas en donde sea la única en Colombia que lo tenga para que los clientes se decidan por sus servicios.

Es por esto por lo que se encuentra en desventaja ya que para muchas empresas colombianas que no cuentan con el suficiente apalancamiento financiero resulta un peso costoso pagar un porcentaje de administración del 15% y prefiere optar por porcentajes más económicos o precios estándares más bajos.

1.1.9. Conclusiones del análisis de entorno de la empresa realizando un paralelo entre el mercado nacional, internacional, industria y el mercado.

Después de haber realizado un estudio del sector BPO en donde se compara la situación actual de este, las características del mercado y variables como el nivel de saturación, tipos de clientes, comportamientos del mercado, así como sus fortalezas y debilidades es posible tener un panorama de lo que actualmente pasa en este sector y las tendencias que durante los últimos años sobre todo después del COVID se vienen presentando; esto permite tener una visión sobre las oportunidades de mercado que se pueden aprovechar así como los desafíos que se puedan llegar a presentar; con esto es posible realizar proyecciones en el corto y mediano plazo para anticiparse a cualquier situación.

A nivel demográfico

En Colombia este mercado ha presentado un crecimiento durante los últimos años ya que tiene precios competitivos en la región, por lo cual resulta atractivo para los clientes extranjeros comprar servicios BPO, los países que más han comprado son Estados Unidos, España, Costa Rica, Chile, México, Reino Unido, entre otros.

Las ciudades más competitivas del país en lo que respecta a los temas de outsourcing son ciudades capitales como Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga y Barranquilla; en estas zonas gran parte de la población se

ha visto beneficiada debido a que ha sido contratada para trabajar en el apoyo de estos servicios.

A nivel de mercado

En cuanto a las tendencias del mercado, en la actualidad se presenta alta demanda por la adopción de servicios digitales, la analítica digital, la inteligencia artificial el marketing y las ventas digitales donde los países desarrollados fueron pioneros en su implementación, pero aun así se ha llegado al resto del mundo y aquellas compañías que no las utilizan se están quedando atrás de las demás ya que actualmente es una realidad. Igualmente, la pandemia trajo consigo el teletrabajo para todas las empresas del mundo y dos años después se continua con este método de trabajo que llegó para quedarse.

A nivel digital

El estudio digital de mercado realizado permite hacer un análisis detallado de las distintas redes sociales que usan las compañías que ofrecen servicios BPO, dejando claro que las más usadas son Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn; algunas realizan publicaciones a diario y otras con diferentes frecuencias. Es necesario tener en cuenta que cada red social debe dirigirse a un público objetivo diferente ya que cada una de ellas tiene una segmentación y unas metas diferentes.

Todas estas empresas cuentan con su página web en donde muestran los servicios que ofrecen y las ventajas que pueden tener los clientes al contratarlos, algunas contaban con Chatbot para tener un acercamiento más directo y otras no, pero contaban con enlaces de correo electrónico para que después se contacten con quien se encuentre interesado.

Mediante Google Trends, se revisan las palabras con las que sus posibles clientes se pueden interesar en realizar una búsqueda de los servicios de este sector, las más relevantes fueron servicios temporales, outsourcing y tercerización, con tendencias al alza en algunos meses específicos del año.

Antes del año de pandemia, a pesar de que muchas empresas se encontraban trabajando para aumentar su nivel de ventas online, durante y después del 2020 el crecimiento de este tipo de ventas empezó a crecer de manera exponencial y hoy en día se siguen usando por muchos usuarios de la web.

A nivel de precios

En cuanto a las fortalezas de los competidores analizadas en el estudio se puede encontrar que las multinacionales tienen una participación relevante

en el mercado, cuentan con ingresos que superan los COP 1.400.000' 000.000 al año, ofrecen gran variedad de servicios y tienen presencia en los departamentos más grandes del país, lo que les permite tener una mayor cobertura en la zona para una mayor atracción de clientes.

Para el análisis de precios de Aseneg frente a sus competidores, esta compañía se encuentra en desventaja ya que cobra un porcentaje entre 13 – 15% de administración mayor en relación con las otras empresas del mercado que cobran un porcentaje entre 7% y 9%.

No obstante, Aseneg cobra un porcentaje de administración más elevado porque tiene un valor agregado para el personal que recluta, a diferencia de las empresas de servicios temporales, el tipo de contrato que maneja perdura en el tiempo mientras el empleado y el empleador lo requieran, mientras que una temporal este contrato es menor a 12 meses y si se pasa de este tiempo el empleado entra a ser trabajador directo de la empresa en la que labora. También se permite brindar servicios de asesorías a sus clientes durante el proceso de reclutamiento, pues les da recomendaciones acerca de los perfiles y los candidatos que se ajustan a sus necesidades para que cumplan con sus expectativas.

Conclusión

En conclusión, Aseneg puede sacar provecho de la venta de los servicios que ofrece actualmente ya que durante los últimos años son altamente demandados por otras compañías, los servicios de outsourcing de personal, de nómina y los relacionados las TI tiene un gran potencial de crecimiento.

En primer lugar, porque las empresas requieren personal altamente calificado para desempeñar funciones específicas y ceden todo lo relacionado al reclutamiento a las empresas que prestan el servicio de outsourcing, que además son lo que tiene un profundo conocimiento en la contratación del talento humano, por lo que requieren empresas altamente eficientes en estos procesos.

En segundo lugar, es fundamental que tenga en cuenta las tendencias que actualmente demanda el mercado, la tecnología artificial, analítica y marketing digital estuvieron primero en países desarrollados, pero han llegado a Colombia para ser implementadas en todas las empresas que deseen mantenerse en los niveles que exige el mercado.

En tercer lugar, lo ideal es empezar a mejorar el nivel de precios para que sean más competitivos con los que ofrece el mercado ya que en algunas ocasiones puede resultar un poco costoso asumir el porcentaje de administración mencionado anteriormente.

1.2 Diagnóstico Interno y de Matrices

1.2.1 Análisis de las cuatro áreas que componen el diamante de competitividad (Innovación, Mercadeo y Ventas, Dirección Estratégica y Producción y servicio)

a. Innovación

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la matriz se puede evidenciar que, de las cuatro áreas que componen el diamante de la competitividad, la innovación tiene una valoración de 2,13 lo cual indica que es una debilidad menor y se considera como una oportunidad para empezar a trabajar en ella debido a que representa un 20% de importancia en la empresa.

Subáreas de este componente como innovaciones en gestión, innovaciones en tecnología e inversiones en innovación se posicionan como una debilidad menor que pueden ser trabajadas en el corto plazo, no obstante, la integración en procesos de innovación representa una debilidad crítica para la empresa que debe ser trabajada de inmediato.

Entrando en detalle, dentro de las innovaciones en gestión hechas por la empresa hasta el momento se puede notar que han realizado mejoras en los procesos internos en cuanto a la diversificación de portafolios y la apertura de clientes de otros sectores que afectan positivamente la prestación del servicio; asimismo se realizan capacitaciones al área de talento humano para potencializar el servicio que prestan.

Sin embargo, durante los últimos años no se han realizado cambios en los servicios que presta actualmente para generar un impacto positivo en la percepción del cliente y tampoco han introducido nuevos servicios a partir de las necesidades del mercado ya que el último que lanzó fue el de Head Hunter hace 5 años.

En cuanto a las innovaciones en tecnología se destaca que se han implementado softwares para contabilidad y nómina junto con una plataforma de facturación electrónica que agiliza los procesos internos. No obstante, en lo que refiere a la sistematización en el desarrollo de órdenes para el requerimiento del servicio se codifica la información de forma manual, por lo que debe empezar a trabajar en la digitalización de todas las áreas para un mayor desempeño.

Las inversiones en innovación se encuentran limitadas debido a que no se han desarrollado innovaciones en productos y por lo tanto no presentan registros de patentes ni derechos de propiedad intelectual; pero tiene a su favor la destinación de recursos para capacitación de talento humano buscando fortalecer sus ventajas competitivas.

Finalmente, la subárea de integración en procesos de innovación se encuentra como una debilidad crítica que se debe empezar a trabajar pronto

ya que en la actualidad la empresa no hace parte de clústeres ni de redes de ciencia y tecnología del sector al que pertenece, tampoco tiene conocimiento de los CDT Centros de Desarrollo Tecnológico ni ha desarrollado nuevos servicios que compitan a nivel internacional, pero se resalta que comparte con empresarios de su misma actividad en ferias empresariales y conoce las necesidades de desarrollo tecnológico que tiene frente al sector.

b. Mercadeo y Ventas

Dentro del área de Mercadeo y Ventas de la empresa se debe considerar que la valoración del área es de 2,43 con un peso de 30% para la empresa, en donde se puede observar una debilidad menor con un trabajo a corto plazo que debe estar acompañado de mejoras continuas para este departamento.

Este componente cuenta con once subáreas dentro de las que se encuentran: conocimiento del mercado, producto /servicio, servicio al cliente, precio, consumidor y clientes, comunicaciones, canales de distribución, estructura – formalización del área y marca. Estas serán explicadas a detalle más adelante con análisis detallado y el impacto que tiene cada una de estas en la organización. Las valoraciones de cada una de ellas son debilidades menores en las que puede ir trabajando la empresa para mejorar su competitividad. Entonces, lo ideal es que tenga un departamento de mercadeo único que se encargue de desarrollar e implementar estrategias de marketing tradicional y digital que contribuyan a la consecución de clientes y al aumento de sus ventas.

c. Dirección Estratégica

Esta área tiene una valoración de 2,75 representando una debilidad menor que se puede mejorar con un trabajo en el corto plazo y con esfuerzos en conjunto de todas las áreas de la empresa ya que tiene una importancia del 30%.

Este componente cuenta con cinco subáreas: Planteamiento estratégico frente al sector, planeación estratégica, factor externo, factor interno, junto con crecimiento y consolidación. La única que se posiciona como una fortaleza con capacidad de mejoramiento es la de planeamiento estratégico frente al sector y las demás como debilidades menores en las que se debe trabajar para su mejora a corto plazo.

El planteamiento estratégico frente al sector parte de que la empresa tiene clara la razón que lo motivó a entrar en esa actividad empresarial de acuerdo con las necesidades del mercado por la contratación de personal, pero sobre

todo en busca de la facilidad de que otra empresa se encargara por completo de este proceso.

En lo relacionado con la planeación estratégica tiene claro los factores considerados como ventajas para ingresar al sector en el que actualmente se desempeña y es que además de ser un servicio con alta demanda en el país, la experiencia que tuvo el fundador de la empresa trabajando en el sector financiero hizo que conociera perfectamente las necesidades que surgían en ese momento.

También espera tener crecimiento a nivel internacional, además de tener una visión documentada, cada área formula sus objetivos corporativos encaminados hacia los objetivos macro del negocio, se encuentran socializados con los colaboradores para que sean parte de su quehacer permanente.

En cuanto a los horizontes de tiempo para para realizar los ejercicios de planeación estratégica se realiza únicamente una reunión el primer trimestre del año, lo que no permite tener un panorama en el que se identifique si todo está marchando de manera correcta o se deben realizar ajustes.

Para el factor externo no se evidencia que la empresa tenga contacto con diferentes actores del sector donde se encuentra como gremios, asociaciones, instituciones del estado, ONG, solamente con sus proveedores.

Por otro lado, conoce los principales elementos que el sector valora como factores claves del éxito, identifica la dimensión de las principales oportunidades y amenazas que provienen del entorno junto con las barreras de entrada y de salida que posee el sector por medio de una matriz de riesgos y el análisis pestel.

Del factor interno se puede notar que se ha planeado el crecimiento de la estructura empresarial y hay unanimidad con las expectativas que tiene los socios. Aunque se conocen las fortalezas internas no se han construido ventajas competitivas que generen alto valor agregado en la diferenciación frente a sus competidores. Y el diseño de los servicios no se encuentra soportado en estudios a profundidad del mercado objetivo.

En la subárea crecimiento y consolidación Aseneg sabe cuál es su estrategia de crecimiento y realiza un seguimiento permanente al logro de los objetivos estratégicos formulados pero su crecimiento planeado no se encuentra soportado en sus ventajas competitivas.

d. Producción y Servicios

El área de producción y servicios tiene una valoración en la matriz de 2,81 siendo la más alta de las áreas que componen el diamante de la

competitividad, se presenta como una debilidad para trabajarla en el corto plazo y la importancia dentro de la empresa es de 30%.

Se compone de tres subáreas: Capacidad de producción o de operaciones, caracterización área de producción y servicios junto con la de procesos. La primera se considera como una fortaleza con capacidad de mejoramiento y las otras debilidades menores con trabajos a corto plazo para poder mejorarlas y convertirlas en fortalezas.

La capacidad de producción o de operaciones se relaciona en este caso con que la empresa puede determinar la capacidad de prestación de servicios que tiene en la actualidad mediante indicadores, cuadros de control y reuniones para ver el alcance y determinar si va por buen camino o debe implementar una acción de mejora.

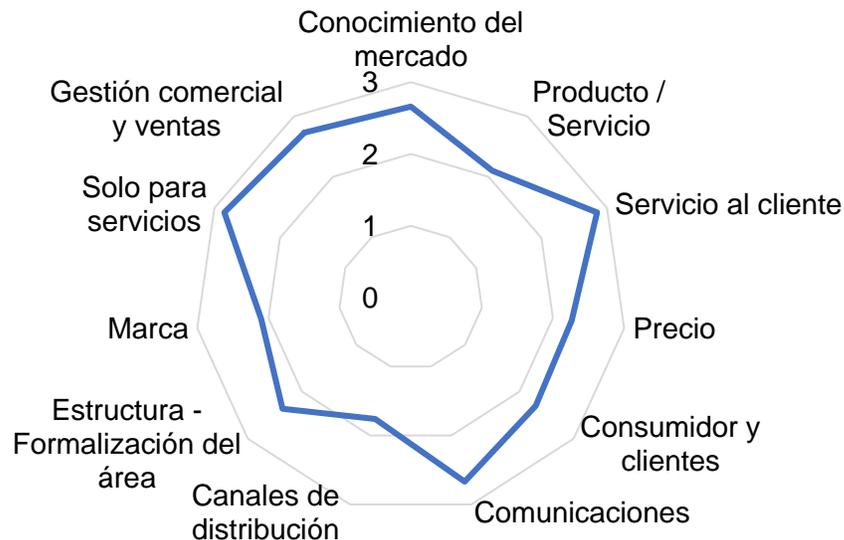
En cuanto a la caracterización del área de producción y servicios, cuenta con área formalizada de operaciones que en este caso es la de talento humano en donde se encuentran las personas encargadas de reclutar y seleccionar personal para entregar un excelente servicio al cliente.

Los objetivos de y estrategias son fijados con respecto a la prestación de los servicios y el grado de socialización es alto porque se hace con todos los trabajadores

En lo que respecta a los procesos de Aseneg cuentan con cálculos de capacidad para la prestación del servicio junto con estándares de calidad y técnicas de apoyo mediante capacitaciones que facilitan el desarrollo de procesos.

Sin embargo, hay que resaltar que, solamente se tiene definido y documentado el diagrama del servicio de outsourcing, pero de los demás no; lo mismo sucede con las certificaciones internacionales de calidad, cuenta con la ISO 9001 pero con otras que también son gran importancia no.

Ilustración 39. Diagnóstico interno de matrices



1.2.2 Análisis de las subáreas de mercadeo:

a. Conocimiento del mercado

Esta subárea de mercadeo tiene una valoración de 2,66 representando una debilidad menor para ser trabajada a corto plazo.

Se identifica que la empresa no tiene un área exclusiva para mercadeo y ventas, debido a que el gerente comercial es quien maneja los objetivos y estrategias de marketing junto con un auxiliar de área, que se miden a través de indicadores trimestrales.

A pesar de que realiza búsquedas sobre el entorno competitivo al que pertenece mediante un análisis pestel, no se evidencia el uso de esta información para desarrollar un plan de mercadeo robusto que cree una comunicación de valor del servicio hacia un determinado grupo objetivo. Es importante mencionar que no tiene conocimiento del tamaño de su mercado en ventas ni en demanda, por lo que se le puede dificultar saber su participación y los factores que debe mejorar.

La empresa ha desarrollado una segmentación clara de sus clientes actuales como lo es el sector financiero y potenciales como el de las tecnologías de la información que se presenta como una gran oportunidad para incursionar en este. También conoce cuáles son sus competidores, algunas de sus

estrategias de comercialización en donde puede tomar lo bueno que desarrollan y mejorar lo que hace falta.

En cuanto al nivel de concentración en los canales de comercialización se encuentran redes sociales como LinkedIn, Facebook, Instagram, página web o incluso referidos con clientes actuales.

b. Producto / Servicio

Para esta subárea, la valoración arrojada por la matriz es de 2,1 presentada como una debilidad menor que se puede trabajar en el corto plazo.

El valor diferenciador que ofrece Aseneg en sus servicios frente a sus competidores son: en temas de consultoría y asesoría a clientes realizan estudios de mercado de mercado sin un costo adicional y se le brinda una orientación al cliente. Para procesos certificados en calidad desarrollan desde el diseño del perfil del cargo, el proceso de selección, la contratación y la administración del outsourcing. No obstante, la mayoría de las empresas de este sector ofrecen servicios similares y se requiere de un nivel alto de innovación para que puedan ser elegidos por los clientes.

Un punto importante es que los servicios que ofrecen no tienen una marca registrada ante la superintendencia de industria y comercio o en la oficina de registro y patentes lo que posteriormente podría ocasionar inconvenientes legales.

En la actualidad la empresa no tiene establecido formalmente un protocolo para el diseño y desarrollo de nuevos servicios lo que en muchas ocasiones la pone en una posición desfavorable ya que no hay innovación en lo que ofrece.

Tiene a su favor que conoce el ciclo de vida de cada uno de sus servicios prestados, lo que le ayuda en la consecución de cumplimiento de sus objetivos y el bienestar de sus clientes; adicional hace una valoración relativa de los atributos de su servicio, pero solo mediante encuestas de satisfacción.

Aunque sabe cuál es el posicionamiento de sus servicios en el mercado vs la competencia, no ha lanzado nuevos servicios en el último año ya que el más reciente fue head hunter hace 5 años y los demás tiene una antigüedad de 30 años aproximadamente.

c. Servicio al cliente

La subárea de servicio al cliente tiene una valoración de 2,85 siendo una de las más altas dentro del área de mercadeo, posicionada como una debilidad menor que se puede trabajar en el corto plazo.

Los procesos de atención a clientes en lo que respecta a responsables en manejo de quejas, reclamos, sugerencias, y demás se encuentra definido formalmente y ayuda a que los clientes sientan la garantía de un excelente servicio. Para la documentación del servicio post venta se registran informes ejecutivos de manera trimestral para establecer el nivel de servicio y las oportunidades de mejora que se deban realizar con herramientas como Google forms y Excel.

Sin embargo, se puede notar que no hay un programa de fidelización formalmente construido para sus clientes actuales, lo que podría generar que no haya recompra en el futuro.

d. Precio

Esta subárea tiene una valoración de 2,2 y se posiciona como una debilidad menor para ser trabajada en el corto plazo.

Se tiene conocimiento de los precios de la competencia por medio de licitaciones y un análisis de competidores que se realiza internamente, aunque, no conoce como los fija.

Internamente hay un modelo establecido de fijación de precios en donde consideran factores como salario de la persona que quieren contratar, prestaciones sociales, herramientas de trabajo, bienestar y capacitaciones. Pero no hay una política de precios que aplique para todos los clientes que atienden.

La empresa conoce su comportamiento de precios y conoce la rentabilidad de sus productos; outsourcing representa el 94% de ventas y head hunter el 5%. Aunque se puede ver que su política de precios no es coherente con el posicionamiento de la marca ya que el porcentaje de administración cobrado es más alto que el de otras empresas mundialmente reconocidas.

e. Consumidor y clientes

Esta subárea tiene una valoración de 2,3 representando una debilidad menor que se puede trabajar en el corto plazo.

Aseneg conoce el proceso de compra de sus clientes y su experiencia en el mercado le ha permitido entender las necesidades de quienes buscan facilidades en la contratación de una empresa de servicios de outsourcing.

A pesar de que analiza los sectores que tienen mayor crecimiento y pueden significar a futuro clientes potenciales, carece de variables específicas para medir el tamaño del mercado, por lo cual debe empezar a desarrollarlas para estar en una posición favorable. Recoge información para conocer a sus clientes, pero solamente mediante encuestas de satisfacción y no saca provecho de otras estrategias como grupos focales, encuestas por internet, vendedores, proveedores, entre otros.

f. Comunicaciones

Esta subárea cuenta con una valoración de 2,6 representada por una debilidad menor que se puede trabajar a corto plazo.

La empresa tiene establecido un presupuesto anual de comunicación, pero no tiene participación en canales como televisión, radio, páginas amarillas; solamente en medios digitales como redes sociales en donde se pretende llegar a tener impacto mediante posicionamiento orgánico; su estrategia se basa principalmente el marketing digital pero no se evidencia que esté formalmente estructurada y definida.

Para medir la efectividad de estas estrategias de comunicación se realiza un análisis mensual del comportamiento en redes como el número de publicaciones o interacciones, pero no disponen de aplicaciones tecnológicas de marketing para medir el nivel de efectividad y que permiten posicionar cualquier sitio web de una manera rápida y efectiva.

Cuenta con página web actualizada recientemente y a pesar de que tiene landing page, no tiene un chatbot con el que los usuarios puedan interactuar de forma inmediata en caso de tener algún requerimiento.

g. Canales de distribución

Esta subárea tiene una valoración arrojada por la matriz de 1,76 siendo la más baja del área de mercadeo y ventas representando una debilidad crítica que debe trabajarse de manera inmediata.

En este momento la empresa tiene una distribución de servicio directa y sin intermediarios con un criterio enfocado en la consecución de clientes, pero no hay una estrategia formal en donde se evidencien los factores para tener en cuenta para una estrategia de distribución exitosa. Conoce como la competencia distribuye el servicio, pero no las políticas de descuento y de negociación por canal.

Se presenta una desventaja y es que, la empresa utiliza internet 2.0 con redes sociales para darse a conocer, en cuanto a la distribución del producto hay intercambio de información, pero no cuenta con carrito de compra como uno de sus competidores más fuertes en donde se hace una simulación de cotización, lo cual puede ser de gran ayuda.

h. Estructura – Formalización del área

Esta subárea tiene una valoración arrojada por la matriz de 2,3 representando una debilidad menor con trabajo a corto plazo.

En primer lugar, la empresa entiende el mercadeo como la estrategia para la consecución de ventas; en cuanto a este departamento, no hay un área única de mercadeo, se encuentra en cabeza del gerente comercial pero no hay una consolidación como tal.

Hay objetivos definidos y estrategias de mercadeo enfocados la comunicación digital y la consecución de clientes con un presupuesto de 5'00.000, pero no se evidencia un conjunto enumerado y formalizado en la empresa.

i. Marca

Esta subárea tiene una valoración arrojada por la matriz de 2,1 representando una debilidad menor con trabajo a corto plazo.

Como se mencionó anteriormente, los servicios que presta la empresa no tienen registrada la marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio

ni la oficina de registros y patentes; tampoco se encuentran definido por escrito los valores de la marca.

De manera positiva se evidencia que la marca se relaciona con lo que hace que es la búsqueda de talento humano y el logo son dos personas. Su slogan es "Grandes Talentos para grandes Empresas" y los valores percibidos por la marca son cortesía, seguridad y credibilidad.

j. Solo para servicios

Esta subárea tiene una valoración arrojada por la matriz de 2,85 siendo una de las más altas representando una debilidad menor con trabajo a corto plazo.

En este punto se identifica que la empresa ha diseñado estrategias para la prestación de sus servicios ya que es lo más importante y lo que los identifica de los demás competidores mediante un documento para el área de satisfacción y servicio al cliente donde se establecen procedimientos para servicio post venta y comercial.

Se identifica las habilidades para la prestación del servicio, pero no hay documentación formal de las estrategias que diferencien el servicio de la competencia.

k. Gestión comercial y ventas

Esta subárea tiene una valoración arrojada por la matriz de 2,73 que representa una debilidad menor con trabajo a corto plazo.

Se puede notar que el área de ventas de la empresa está definida y está a cargo del gerente comercial apoyado por el grupo de ejecutivos en el área; los objetivos de ventas están definidos únicamente por servicios con medición de presupuestos mensuales.

Las políticas de remuneración se componen de un salario base con un porcentaje de comisiones dependiendo el servicio vendido.

A pesar de que se tiene definidos los protocolos para los procesos de selección y reclutamiento de nuevos vendedores la capacitación para este equipo no se realiza de manera periódica.

El programa de motivación para su fuerza de ventas son las comisiones sin techo, pero no hay algún otro plan diferente de las otras empresas para que

sus empleados sientan la necesidad de permanecer dentro de la compañía. Y se miden mediante indicadores de gestión, de vinculación de clientes, entre otros.

Otro punto importante en el que se debe empezar a trabajar es en la formalización y registro de reacciones frente al mercado cuando existen variaciones en los indicadores de ventas ya que actualmente solo lo hacen buscando diversificación en clientes.

1.2.3 Matrices: análisis de DOFA y MIME arrojadas por el sistema

Análisis DOFA

Con la matriz arrojada por el sistema se podrá realizar un análisis de las debilidades que tiene actualmente la compañía y las amenazas a las que enfrenta en el mercado.

Ilustración 40. Matriz DOFA

Debilidades		
Producción y servicios	2,81	Debilidad menor - Trabajo a corto plazo
Dirección estratégica	2,75	Debilidad menor - Trabajo a corto plazo
Mercadeo y ventas	2,42	Debilidad menor - Trabajo a corto plazo
Innovación	2,13	Debilidad menor - Trabajo a corto plazo
Amenazas		
Sector	2,60	Debilidad menor - Trabajo a corto plazo
Gobierno	2,28	Debilidad menor - Trabajo a corto plazo
Tecnología	2,20	Debilidad menor - Trabajo a corto plazo
Sociales	2,06	Debilidad menor - Trabajo a corto plazo
Economía	1,96	Debilidad crítica - Trabajo inmediato

Como se puede evidenciar en la imagen y de acuerdo con los puntajes obtenidos las debilidades y fortalezas de la empresa se posicionan como debilidades menores en las que se puede trabajar a corto plazo, solamente una de ellas es debilidad crítica y se debe empezar a trabajar lo más pronto posible en ella.

Debilidades

a. Producción y servicios

Como se mencionó previamente este componente hace parte del diamante de la competitividad de la empresa y al estar representada como una debilidad menor lo ideal es empezar a tomar acciones para mejorar o incluso cambiar los aspectos internos que no están contribuyendo al éxito de la empresa.

Tiene subáreas que pueden generar un impacto positivo a nivel interno: Capacidad de producción o de operaciones, caracterización área de producción y servicios y procesos de esta.

La empresa se encuentra en la capacidad de prestar un servicio que se evalúa mediante indicadores, pero deberá tener en cuenta más aspectos como la capacidad disponible o utilizada en cada proceso que desarrolle a nivel interno.

Para la caracterización del área de producción y servicios, tiene a favor el área de talento humano que es la más importante por lo cual debe continuar fortaleciéndola mediante capacitaciones con estándares de alta calidad; si esta área no se robustece lo suficiente, no podrá cumplir con los objetivos corporativos.

En cuanto a los procesos lo ideal es que se implementen programas o técnicas de apoyo constantes al personal y que estas se encuentren debidamente documentadas para que cada uno de los servicios tenga un estándar de calidad.

b. Dirección estratégica

En cuanto al direccionamiento estratégico de la empresa, se evidencia que la empresa tiene claros los motivos por los que decidió ingresar a esta industria junto con las ventajas que puede desarrollar. Dentro de su visión, espera tener presencia internacional, pero a nivel local solamente se encuentra en Bogotá y no ha sacado provecho de llegar a otras zonas que tienen alta demanda para el sector BPO.

Para la definición de los horizontes de tiempo es necesario realizar reuniones junto con todos los colaboradores de manera más periódica ya que solo se hace en el primer trimestre del año.

También se evidencia que, aunque asiste a charlas y a foros empresariales, no tiene contacto ni alianzas con gremios del sector que pertenece.

c. Mercadeo y ventas

Este factor clave en el diamante de la competitividad se presenta como una debilidad menor y es que, se debe tener en cuenta que no hay un departamento único especializado en temas de marketing, como se ha mencionado previamente, hay una combinación entre el área comercial que es la encargada de generar las ventas junto con la de mercadeo.

Así las cosas, se requiere la implementación del área única de mercadeo con personal altamente calificado y especializado para que pueda contribuir a la consecución de objetivos.

Las estrategias de marketing de la empresa se han encaminado hacia el área digital, pero los niveles de inversión son muy bajos y aun no cuentan con el suficiente posicionamiento en redes sociales ni en la web; por lo que es complicado conseguir nuevos clientes. Es por esto que debe sacar provecho de todas las tendencias tecnológicas que utilizan las grandes empresas para ser más competitivas.

Aunque Aseneg presta un muy buen servicio al cliente y ofrece productos de calidad, no hay un valor agregado que sea altamente diferenciador para destacarse en el sector BPO.

d. Innovación

Actualmente la innovación para cualquier empresa es considerada como un punto clave para su desarrollo y su éxito; durante los últimos años y sobre todo después de la pandemia del 2020, el mercado ha presentado una alta tendencia en la demanda de todo aquello que sea novedoso, que le ayude a satisfacer una necesidad y sobre todo que le aporte un gran valor.

A pesar de la empresa ha trabajado en realizar mejoras para sus procesos internos, en los servicios no ha realizado innovaciones significativas que puedan generar impacto en sus clientes. En el caso de sus productos, el que se lanzó recientemente fue hace cinco años, por lo que debe hacer constantes actualizaciones para que no se quede rezaga.

Para las innovaciones tecnológicas existe implementación de softwares en temas contables y de nómina, pero no en áreas que permitan ejecutar de manera sencilla los procesos de selección de talento humano que es lo más importante del negocio.

Amenazas

a. Sector

Este factor externo se posiciona como una debilidad menor con una valoración de 2,6 y con una importancia para la empresa de 25%.

El grado de apertura hacia el exterior es alto y se puede aprovechar debido a que hay países que tienen alta demanda en estos servicios.

Aunque durante la pandemia del Covid-19 la estabilidad de la demanda de estos servicios cayó, rápidamente se empezó a recuperar y los avances tecnológicos desempeñaron un papel fundamental a nivel mundial.

La amenaza de futuros competidores es alta ya que la contratación de servicios temporales ha aumentado y dentro de los principales compradores de este se encuentran potencias como Estados Unidos. Mientras que la amenaza de futuros productos sustitutos no es tan alta ya que la contratación y el reclutamiento de talento todavía no tiene un reemplazo directo.

Las estrategias de las empresas competidoras son bastante robustas y ofrecen precios más bajos comparados con Aseneg; hay presencia de grandes multinacionales

Los proveedores y los clientes tienen un poder moderado, los primeros son competitivos y hay variedad en el mercado y con los segundos se puede renegociar dependiendo de su necesidad.

b. Gobierno

Este componente tiene una valoración de 2,28 y tiene una importancia del 15% para la empresa.

Dentro de este se puede notar que actualmente Colombia atraviesa por una incertidumbre política debido a la llegada del presidente electo Gustavo Petro, puesto que se harán reformas en varios sectores y se teme que el desempleo aumente.

En cuanto a las regulaciones legales que existen en el país hay protección a la figura de la tercerización, pero Aseneg cuenta con toda la documentación exigida y requerida en regla.

c. Tecnología

Los esfuerzos tecnológicos de este sector y la implementación de nuevas tecnologías han incrementado de manera significativa después del 2020.

Nuevos desarrollos se han presentado en la mayoría de los sectores empresariales y el sector BPO no puede ser la excepción.

Los cambios en la web y en las redes sociales han generado gran impacto en la sociedad y ha crecido a pasos agigantados; es por este motivo que Aseneg debe empezar a implementar todas las tecnologías que estén a su alcance y que le ayuden a mejorar todos sus procesos.

d. Sociales

Los factores sociales cuentan con una valoración de 2 y el nivel de importancia dentro de la empresa es de 15%.

Aspectos de este factor como la distribución de ingresos en Colombia es bastante desigual, el índice de Gini lo posiciona como uno de los países más desiguales de América Latina.

La tasa del crecimiento poblacional aumenta cada año, pero los niveles de pobreza se mantienen se mantiene sobre todo en zonas olvidadas por el Estado.

El costo de vida ha incrementado sustancialmente, los niveles de inflación han sido de los más altos en la década, más de la mitad de la población sobrevive con el salario mínimo y el desempleo no disminuye.

Es una debilidad desarrollar un negocio en un país con estas condiciones, pero Aseneg puede entenderlo como una oportunidad en donde la contratación de personal calificado puede contribuir a reducir la tasa de desempleo del país.

e. Economía

Esta área externa tiene una valoración de 1,96 y la importancia en la empresa es de 20%.

Los acuerdos comerciales que tiene Colombia con países como Estados Unidos y la cooperación internacional que desarrolla con otros actores influyentes del resto del mundo hacen que se pueda aprovechar para crear lazos con clientes extranjeros.

Lamentablemente, el tipo de cambio, la tasa de inflación y el costo crediticio actualmente es demasiado alto, por lo cual representa un desafío para cualquier empresa mantenerse y desarrollar sus objetivos corporativos.

Se destaca que la evolución en el volumen de ventas ha sido lenta después de la pandemia, pero a nivel general las compañías se encuentran en proceso de recuperación y se ha presentado un leve aumento.

En cuanto a la imagen de la empresa a nivel local, no tiene el suficiente reconocimiento para ser elegido dentro del portafolio de las empresas del

sector en el país, por esto debe implementar acciones para posicionarse como empresa líder.

Fortalezas

Servicio

- Respuestas en el menor tiempo posible por medio del chat de WhatsApp que aparece en la página web de la empresa. Las respuestas son rápidas y las cotizaciones llegan al cliente en el menor tiempo posible.
- Servicio post venta en caso de que el cliente lo requiera. En la página web tiene un apartado de PQRS que le permite al cliente interactuar con Aseneg en caso de que así lo requiera. También se puede contactar directamente si ocurre algún inconveniente con el talento suministrado por Aseneg.

Calidad

- Altos estándares de calidad de acuerdo con la norma ISO 9001. La empresa está comprometida con la calidad del servicio y es por esto por lo que cumple con varios lineamientos para brindar un mayor nivel de satisfacción a sus clientes.
- Realiza encuestas de satisfacción a todos sus clientes actuales para revisar si hay aspectos por mejorar o cambiar.

Talento Humano

- A nivel interno hay un área de talento humano con personal altamente calificado que es el que permite que todos los procesos de selección para sus clientes se lleven a cabo de manera pronta, oportuna y eficaz.
- Capacitaciones a las personas del área, con el objetivo de que desarrollen una tarea productiva y de beneficio para todos.

Procesos

- Evaluación periódica en los procesos internos para poder determinar la capacidad de la prestación del servicio y los aspectos por mejorar en cada uno de ellos.

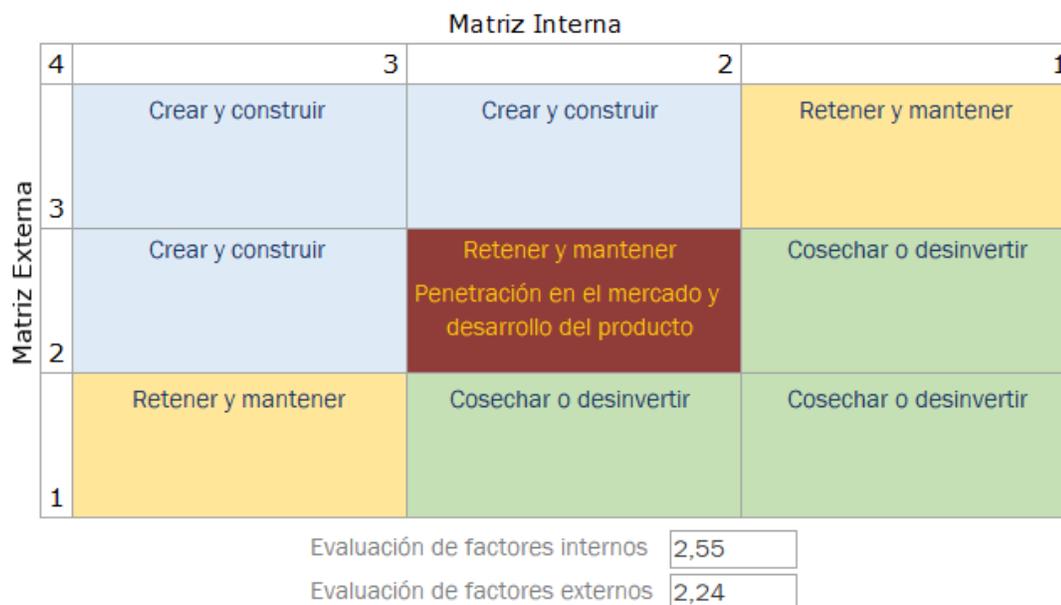
Oportunidades

- Aumento en la demanda de contratación a empresas especializadas en servicios de outsourcing de talento humano; de acuerdo con un estudio de Manpower Group que revela la gran preocupación que existe en el mundo por el aumento en la escasez de talento. Se trata del informe 'Cerrando la brecha de habilidades: lo que los trabajadores quieren', en el que se asegura que en la última década este factor de escasez casi que se ha duplicado llegando al 54%. Esto quiere decir que el 54% de los empleadores colombianos afirman no encontrar el talento con las habilidades que necesitan. Lo que convierte a esta tasa como la más alta presentada en un periodo de diez años. (Semana 2022)
- Alta tendencia a la digitalización; uso de herramientas de última generación para mejorar los procesos internos. Como se ha mencionado anteriormente, la tecnología se considera como una oportunidad para Aseneg ya que cuando la implemente dentro de sus procesos será más competitiva.
- Generación de valor en los servicios que ofrecen para destacarse en el mercado y posicionarse como empresa líder y que se pueda destacar como la única que ofrece ese valor agregado dentro del mercado.
- Posibilidad de expansión hacia el extranjero debido al crecimiento de las exportaciones de servicios BPO, sobre todo hacia países como Estados Unidos ya que es un país altamente competitivo.

Análisis MIME

Como se puede evidenciar en la imagen y de acuerdo con los puntajes obtenidos en la MIME se puede ver que Aseneg tiene una valoración de 2,24 en el eje Y que representa la MI y de 2,55 en el eje X representado por la ME.

Ilustración 4.1. Matriz MIMÉ



Esto permite saber que la empresa se encuentra en la posición de Retener y Mantener en donde sus estrategias deben enfocarse principalmente en la penetración en el mercado y el desarrollo del producto con el objetivo principal de corregir las debilidades internas y enfrentar las amenazas del mercado.

De este modo la compañía debe empezar a crear y a desarrollar estrategias que se enfoquen en excelencia operativa dentro de sus procesos internos y servicios de calidad.

En cuanto a la penetración de mercado, algunas de las estrategias la empresa puede empezar a hacer una revisión en ellos precios de sus servicios, como se ha indicado, son más altos que los de sus competidores, o empezar a ofrecer un servicio con valor agregado muy alto con características que ninguna otra empresa del sector tenga.

Al definir nuevos segmentos objetivo, puede realizar una diversificación de clientes para que no se encuentre en riesgo si alguno de ellos se llegara a retirar.

Probablemente también podría considerar la expansión a áreas geográficas diferentes a las cuales se encuentra actualmente para encontrar mayores oportunidades de negocio, conquistando nuevos mercados y clientes a su vez.

Asimismo, la empresa debe empezar a desarrollar innovaciones en sus servicios y en las tecnologías que hacen posible la prestación de estos, lo que les permitirá posicionarse como una empresa competitiva en el mercado BPO.

2. Plan de Marketing

Visión actual

Ser reconocidos como una empresa líder en el mercado nacional e internacional en servicios de Talento Humano y Tecnológicos, con un alto nivel de excelencia, compromiso con el bienestar de nuestros clientes, colaboradores; apoyándolos en el desarrollo y fortalecimiento de los procesos de negocio, con soluciones adaptadas a las exigencias de los diferentes mercados.

Propuesta de Visión

Crecer en un 9% anual para el 2026 y ser reconocidos en Colombia por nuestra capacidad oportuna de respuesta siendo especialistas en la prestación de servicios de talento humano y tecnología brindando soluciones a la medida de nuestros clientes; ubicándonos así entre las 10 primeras del sector en la web; lo que nos permitirá expandirnos al mercado norteamericano.

2.1 Definición de objetivos:

Se definirán objetivos de ventas, crecimiento y posicionamiento para la empresa Aseneg.

Tabla 17. Objetivos Estratégicos

Objetivo	Planteamiento de objetivo
Objetivo de ventas	Incrementar en 9% los ingresos operativos con respecto al año anterior pasando de COP 9.181 millones a COP 10.007 millones para el 2023.
Objetivo de crecimiento	Ampliar el número de clientes en nuevos departamentos de alto crecimiento como Antioquia, Valle y Atlántico.
	Aumentar el reconocimiento de marca a nivel nacional,

Objetivo de posicionamiento	posicionando la empresa entre las 10 primeras del sector en la web.
------------------------------------	---

Con el propósito de cumplir estos objetivos, Aseneg deberá implementar las siguientes estrategias.

2.2 Estrategias integradas de marketing:

2.2.1 Estrategia de mejoramiento de procesos internos

Mejoramiento de procesos

Para el mejoramiento de la prestación del servicio; en el mediano y largo plazo se implementarán tendencias tecnológicas relacionadas con la inteligencia artificial AI y la automatización procesos internos para que haya una mayor eficiencia.

Esto debido a que las empresas de talento humano que han decidido implementar AI pueden acelerar en más de un 50% los procesos de selección, permitiendo reducir a de 20 a 5 horas el tiempo que actualmente invierten en la elección de personal.

Con esto, los procesos de reclutamiento se agilizarán y habrá un menor sesgo en el proceso de selección.

Plan de acción

Para los procesos de automatización, la implementación del software Bizneo mejorará la competitividad de Aseneg, ayudando a la reducción de costos y sobre todo el tiempo en las actividades solicitadas por los clientes.

¿Qué es?

Es un software de RR.HH. basado en la nube y compuesto por más de 10 poderosos módulos de optimización operativa, entre ellos: Reclutamiento, Control Horario y turnos, Encuestas, Evaluaciones, Formación, Vacaciones, Informes, Portal del empleado, Organigramas y más.

Una solución de máxima flexibilidad que cubre todo el ciclo del empleado: atracción, identificación, desarrollo y satisfacción. Todo en una única plataforma de gestión del talento 100% online y multidispositivo.

Utilizado por empresas de alto nivel como: Adecco, Burger King, Schindler, Cortefiel, Air Europa, UST Global y más

¿Cómo funciona?

Por medio de módulos independientes y fácilmente configurables para llevar la gestión de recursos humanos. Dentro de los que se encuentran:

Gestión del talento

- Reclutamiento y selección
- Evaluación del desempeño
- Encuestas de recursos humanos
- Gestión de formación

Gestión de personal

- Portal de recursos humanos
- Base de datos de empleados
- Organigrama empresarial
- Gestión documental
- Informes de recursos humanos

Gestión de tiempo

- Control de vacaciones y ausencias
- Control horario
- Gestión de turnos

Beneficios

- + 35% de reducción de tareas manuales de RR.HH.
- + 6% productividad extra de gestores de equipo y +1%* de empleados gracias al autoservicio.
- 99% satisfacción de los directivos gracias al People Analytics

¿Qué costo tiene?

Profesional 4.5 USD por empleado al mes que incluye:

- Procesos y tareas personalizados
- Onboarding & Offboarding
- Plantillas de autogeneración de documentos
- Branding personalizado
- Roles y Permisos avanzados

- API de integración
- Single Sign-on (SSO)
- Informes avanzados
- Pruebas psicométricas y assesments (Reclutamiento)
- Bolsa de horas (Tiempo)
- Control de puntualidad (Tiempo)
- Librería de competencias (Evaluaciones)
- Librería de encuestas (Encuestas)

Más 3 soluciones para elegir entre:

- Ausencias, turnos y asistencia
- Evaluaciones y encuestas
- Formación y encuestas
- Reclutamiento y selección

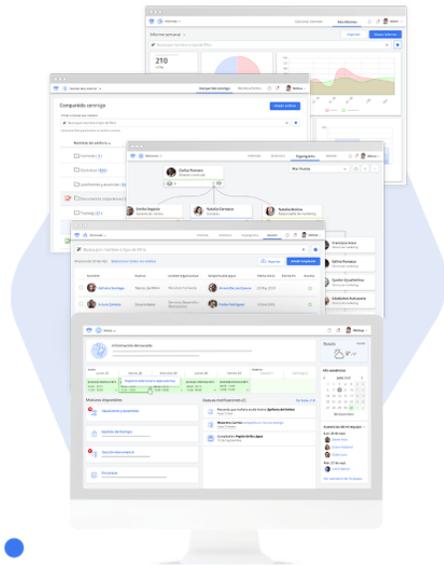
bizneo PLANES Y PRECIOS CLIENTES POR QUÉ BIZNEO

Logra una gestión de RR.HH.
eficiente, sencilla y automatizada

Hazlo con el software de recursos humanos modular
preferido por pymes y grandes empresas

Pide una demo sin costo Pide una cotización

Adecco PORCELANOSA HAWKERS AirEuropa BURGER KING SEAT TENDAM



- Lógralo con módulos como...
- **Portal de Recursos Humanos**
Un portal del empleado y el manager que a toda tu plantilla le encantará
- **Base de datos de trabajadores**
Fichas de trabajadores siempre al día y seguras. Sin plantillas ni Excel
- **Organigrama empresarial**
Diseña la estructura organizacional de tu empresa en muy pocos pasos
- **Gestión documental**
Todos los documentos que necesitan tus empleados en un mismo lugar. Fácil, accesible y seguro
- **Informes de Recursos Humanos**
Toma decisiones estratégicas con un cuadro de mando de RR.HH. Tus indicadores de talento en único lugar

[Pide una demo de uno o todos](#)

Área de Mercadeo

Actualmente Aseneg no cuenta con un área única de mercadeo, por lo cual desarrollará las siguientes acciones en el corto y largo plazo.

Corto plazo

El gerente comercial puede continuar desempeñando las funciones del departamento de marketing con la ayuda de dos personas más; una de ellas deberá estar presente en la oficina diariamente para que conozca a profundidad el funcionamiento y todos los procesos internos de la empresa.

La otra persona será un tercero al que se le delegará la administración de la página web y las campañas que incluyan todas las tendencias del mercado. Con esto, Aseneg no tendrá que preocuparse por la contratación de varias personas para que desarrollen las estrategias de mercadeo. El costo mensual será de COP 2'000.000.

Largo plazo

Con el propósito de desarrollar y poder cumplir sus objetivos de manera eficiente; se recomienda en el largo plazo la implementación de un área única de marketing.

A medida que continúe creciendo la empresa, tendrá un área única de marketing que estará a cargo del gerente, un creador de contenido, un especialista SEO y un especialista SEM.

Cada uno de ellos desarrollará funciones específicas que le permitirán a la empresa ser reconocida dentro de todo el territorio nacional.

¿Cómo lo puede crear Aseneg?

A continuación, se relacionan los perfiles sugeridos para estas personas.

- Gerente
- Creador de contenido
- Especialista SEO

Tabla 18. Cargos departamento de marketing

Cargo	Funciones
Gerente de Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Fijar metas alineadas a los objetivos de Aseneg. • Dirigir programas de mercadeo. • Gestionar el presupuesto. • Liderar al equipo.

Cargo	Funciones
Creador de contenido	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñador gráfico. • Gestionar proyectos de diseño. • Creación de contenidos alusivos al talento humano. Fotos, videos, logotipos, folletos y todo lo que aporte valor al buyer persona.

Cargo	Funciones
SEO	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="954 275 1377 447">• Atraer tráfico al sitio web empleando palabras clave que permita a la página mejorar su posición en las SERP.

2.2.3 Estrategia Marca (Branding)

Garantizar que la marca sea reconocida no solamente en Bogotá sino en el resto del territorio nacional y en un futuro en el exterior. Lo ideal es que se relacione con sus objetivos corporativos y vaya alineada con su propuesta de valor “grandes talentos para grandes empresas” para que pueda transmitir confianza y credibilidad ante el público.

La gestión de marca para Aseneg se desarrollará a nivel técnico y emocional. A nivel técnico incluyendo todo lo relacionado con su logo y su nombre. A nivel emocional aspectos como conexión con las personas y lo que pueden recordar de la marca.

El nombre Aseneg deriva de “Asesorías Servicios y Negocios S.A.S” y su logo representa la unión de dos personas; por lo que tiene una fuerte relación con el talento humano.

En este proceso de branding Aseneg debe continuar trabajando para lograr conectar con sus clientes, que las personas reconozcan a la empresa y quieran comprar sus servicios.

Esto le permitirá:

- Construir un posicionamiento de marca tanto online como offline.
- Llegar a la mente y corazón de sus consumidores, generando una experiencia altamente positiva.
- Construir confianza en torno a la marca debido a que se ha demostrado que más del 80% de los consumidores comparan y recuerdan las marcas que les generan confianza y seguridad.

Aseneg creará procesos de fortalecimiento y construcción de marca no solo con sus clientes sino con sus colaboradores ya que gracias a ellos puede llevar a cabo todas sus actividades. Esto representa una forma de

distinguirse de la competencia y de resaltar por que los servicios que ofrece son los ideales para suplir las necesidades de los clientes.

Plan de acción

Employer branding

Employer Branding o Marca Empleadora, siendo la percepción que tienen los colaboradores actuales de Aseneg.

En este proceso, la empresa creará una buena percepción en sus empleados para que esta pueda ser compartida hacia el exterior de la organización y el público pueda tener una imagen positiva. Un factor muy positivo será que los colaboradores sean embajadores de la marca y muestren su nivel de satisfacción que despierte curiosidad e interés por conocerla.

¿Cómo creará una buena percepción?

- Buen trato con sus empleados para que cada uno de ellos viva una experiencia positiva dentro de la organización y luego la muestre hacia afuera.
- Transparencia en todos los procesos internos para que no se presenten inconformidades ni molestias.
- Inclusión de todo el personal dentro las actividades cotidianas recordando que un trabajador satisfecho puede entregar lo mejor para cumplir sus tareas asignadas.

Incentivos laborales

- Tiempo de trabajo flexible.
- Reconocimiento de logros.
- Bonos de Sodexo.

2.2.4 Estrategia de servicio

Dentro de esta estrategia se realizará la implementación del método de medición de estudio de calidad para cada uno de sus clientes.

Medición de calidad del servicio

- **Mystery Shopper**

Los competidores recomendados para hacer este proceso son: Adecco, Serdan, Manpower, Eficacia, GSH Grupo soluciones Horizonte, Atecno, Acción Plus, Exela, Selectiva y Siglo BPO.

¿Cómo lo hará?

Por medio del siguiente esquema Aseneg podrá implementar este método con el objetivo de medir factores que identifican a sus competidores en el mercado.

Tabla 19. Mystery Shopper

1	Aseneg deberá asignar a uno de sus colaboradores para que se haga pasar por cliente oculto ante sus competidores cotizando servicios iguales o similares a los que presta actualmente.
2	Ingresará a Google buscará el sitio web de sus competidores; al final de cada uno encontrará datos como teléfonos, emails, dirección, landing page en donde podrá dejar sus datos de contacto o el chat de WhatsApp. También podrá hacerlo con sus RRSS.
3	Crearé una base de datos con la información de estos competidores ya que lo recomendado es realizar este trabajo cada semestre. Posteriormente se comunicará con cada uno de ellos y expondrá su requerimiento.
4	Después de obtener todas las cotizaciones, analizará factores como tiempos de respuesta, cordialidad, precios y valores agregados; identificando que pueden mejorar y como pueden más atractivos para sus clientes.

- **Monitoreo en Redes sociales**

Esta es una de las herramientas para medir la calidad del servicio y es una de las técnicas más usadas en la actualidad.

Para muchos clientes, las redes sociales sirven como una salida. Un lugar donde pueden desatar sus frustraciones y ser escuchados.

Es por esto por lo que debe revisar las opiniones que dan los usuarios no solamente en sus redes sociales si no también en las de sus

competidores puede dar una idea de las fallas que están presentando y los aspectos que pueden mejorar.

Esto se debe realizar de forma constante con una periodicidad semanal o quincenal para estar actualizados.

2.2.7 Estrategia Marketing digital:

Se busca posicionar la marca Aseneg como referente del mercado de contratación rápida y oportuna de talento humano altamente calificado que satisface las necesidades de sus clientes en el menor tiempo posible.

Aumentando su reconocimiento a nivel online logrando un posicionamiento web entre las 10 primeras del sector.

Además de la creación de contenido de valor se hará necesario la difusión de este en redes sociales, en su página web, que irá acompañado de posicionamiento SEO y SEM de la empresa en buscadores como Google.

Como factor positivo, actualmente Aseneg cuenta con su propia página web que le permite compartir información sobre sus servicios, sus datos de contacto y una landing page para capturar información de sus prospectos; un buen manejo de esta le ayudará a posicionarse entre las 10 primeras de la web.

Contenidos digitales

Dentro de la creación de contenidos es importante crear, publicar y compartir todo aquello que genere interés para el buyer persona de Aseneg, como imágenes alusivas al talento humano, con pequeños textos que indiquen al cliente la disposición a ayudarlo en sus problemáticas diarias. Esta estrategia busca la captación de nuevos clientes y junto con la implementación de técnicas SEO se optimizará el sitio web que tiene

Asimismo, trabajar en un posicionamiento de marca basado en keywords para entender cuáles son las palabras o frases que tienen sus clientes en mente a la hora de realizar búsquedas o procesos de exploración a través de diversos motores de búsqueda. Con esto Aseneg gozará de una posición privilegiada apareciendo en la primera hoja de resultados.

Plan de acción

Con el fin de desarrollar una estrategia de marketing digital que genere un impacto altamente positivo Aseneg implementará los siguientes planes de acción basados en el funnel de conversión:

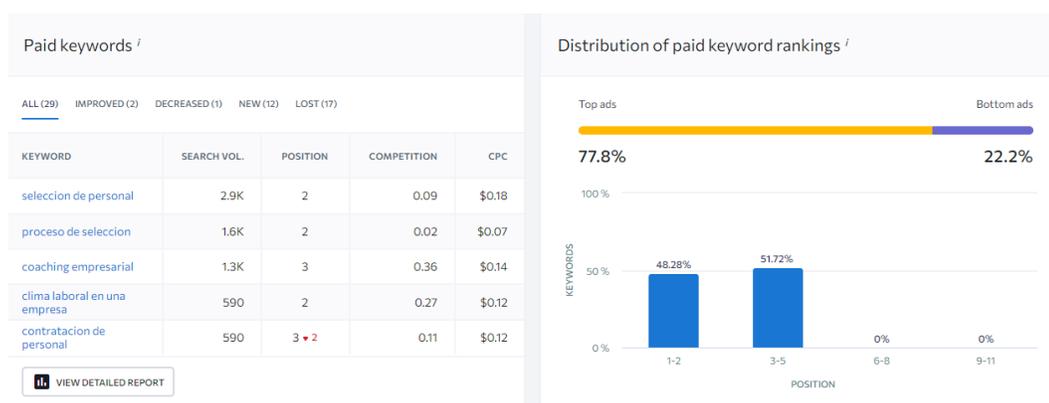
Tabla 20. Plan de acción marketing digital

Atracción	Conversión	Fidelización
<ul style="list-style-type: none"> Optimización de la página web. Con la ayuda posicionamiento SEO y SEM. Publicidad en motores de búsqueda. 	<ul style="list-style-type: none"> Incentivos con valores agregados. Página web con facilidad de hacer una cotización aproximada. 	<ul style="list-style-type: none"> Tarifas con porcentajes de administración competitivos para clientes especiales. Comunidad en redes sociales.

En cuanto al SEO la empresa deberá implementar palabras clave relacionadas con su negocio para que Google considere que su página web es relevante ya que corresponde con precisión a las búsquedas concretas del público.

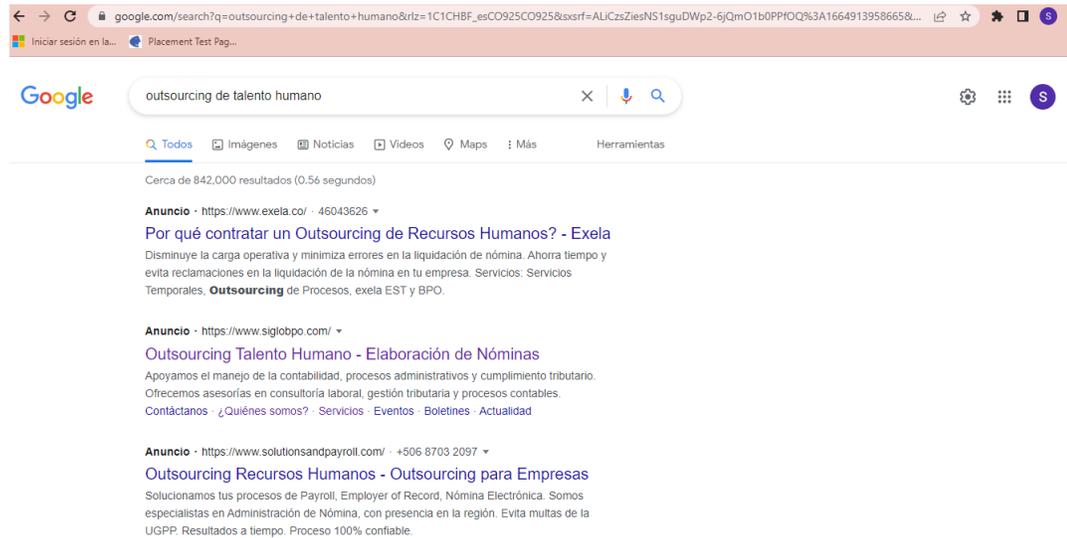
De igual manera puede pagar estas palabras claves para que aparezca entre los primeros lugares cuando el usuario realice la búsqueda en la web.

Dentro de las que se destacan selección de personal, procesos de selección, contratación de personal, outsourcing, talento humano, entre otros.



En este caso la herramienta SE Ranking permite ver todos estos datos e incluso los de la competencia y el comportamiento tendencial en un periodo de tiempo para que posteriormente sean analizados.

En cuanto al SEM la empresa puede pautar anuncios en Google como lo hacen sus competidores en este ejemplo.



google.com/search?q=outsourcing+de+talento+humano&rlz=1C1CHBF_esCO925CO925&tsxsrf=ALICzsZiesNS1sguDWp2-6jQmO1b0PPHOQ%3A1664913958665&... Iniciar sesión en la... Placement Test Pag...

Google outsourcing de talento humano

Todos Imágenes Noticias Videos Maps Más Herramientas

Cerca de 842,000 resultados (0,56 segundos)

Anuncio · <https://www.exela.co/> · 46043626 ▾
Por qué contratar un Outsourcing de Recursos Humanos? - Exela
Disminuye la carga operativa y minimiza errores en la liquidación de nómina. Ahorra tiempo y evita reclamaciones en la liquidación de la nómina en tu empresa. Servicios: Servicios Temporales, **Outsourcing** de Procesos, exela EST y BPO.

Anuncio · <https://www.siglobpo.com/> ▾
Outsourcing Talento Humano - Elaboración de Nóminas
Apoyamos el manejo de la contabilidad, procesos administrativos y cumplimiento tributario. Ofrecemos asesorías en consultoría laboral, gestión tributaria y procesos contables.
Contáctanos · ¿Quiénes somos? · Servicios · Eventos · Boletines · Actualidad

Anuncio · <https://www.solutionsandpayroll.com/> · +506 8703 2097 ▾
Outsourcing Recursos Humanos - Outsourcing para Empresas
Solucionamos tus procesos de Payroll, Employer of Record, Nómina Electrónica. Somos especialistas en Administración de Nómina, con presencia en la región. Evita multas de la UGPP. Resultados a tiempo. Proceso 100% confiable.

Desarrollo de contenidos digitales a nivel general

- Contenido visual usando imágenes y videos acompañados de pequeños títulos que hagan referencia al talento humano y sobre todo en donde se den respuestas a los problemas de los clientes, dejando claro que Aseneg está para ayudarlos siendo la mejor alternativa del mercado.
- Compartir consejos que puedan ser de utilidad para la audiencia siempre relacionados con los servicios de Aseneg.
- Para sus redes sociales construir una comunidad aumentando el número de seguidores en sus redes para los próximos dos años. No solo con la generación de buen contenido sino con la publicación de videos emotivos que muestren lo bueno que hace la empresa contribuyendo a otras compañías.

Para su página web

- Su página web <https://www.aseneg.com/> deberá tener la opción de traducción a inglés; con esto, aquellos clientes que realicen sus búsquedas en inglés llegaran a Aseneg.
- Crear Storytelling para que las personas conozcan la historia de la empresa dentro de su página web con las respectivas fechas, imágenes y textos cortos de apoyo.

- Hay que destacar las experiencias que han tenido sus clientes con los servicios de Aseneg.

Ejemplo: <https://talentoenlinea.manpowergroupcolombia.co/>

The screenshot shows a website header with navigation links: Inicio, Procesos de selección, Perfiles de tecnología, Coaching y Outplacement, Cursos, Independientes, and Otros. Below the header is a main heading: "Ellos ya confían en Nosotros ¿Qué esperas?". Three circular icons represent different clients: Yasmin Lopera Aoxlab (orange), Claro Insurance SAS (blue), and Electroferias (green). Each icon is accompanied by a testimonial in Spanish. The Yasmin Lopera testimonial states that the ManpowerGroup platform is an excellent tool for acquiring services quickly and efficiently. The Claro Insurance testimonial praises the platform's completeness and effectiveness in meeting needs. The Electroferias testimonial highlights the ease and speed of the online purchasing experience. At the bottom right, there are icons for WhatsApp and a phone call.

Fuente: Manpower Group 2022

- Mostrar en su página web el éxito que han tenido durante su trayectoria, como, por ejemplo, sus clientes actuales, las vacantes cubiertas, entre otros.

Como, por ejemplo:

The screenshot shows the GSH website header with navigation links: Inicio, Nosotros, Soluciones, Somos Noticia, and Contacto. Below the header are four large statistics: +12mil Vacantes Cubiertas en el último año, +600 Clientes Actuales en el último año, +120mil Aspirantes Evaluados en el último año, and +8mil Trabajadores en Misión en el último año. At the bottom right, there are buttons for "Clientes", "Trabajador en Misión", and "¿Buscas empleo?".

Fuente: GSH 2022

- Mostar videos de sus clientes resaltando la experiencia positiva que han tenido con Aseneg.

The screenshot shows a website header with the heading: "¡Somos el aliado de los mejores!". Below the header is a testimonial video from Ateco. The video features a woman speaking and is accompanied by the text: "La satisfacción de nuestros clientes es nuestra mejor carta de presentación". To the right of the video is a testimonial in Spanish: "Ateco ha sido un partner importante en la ejecución de nuestra estrategia. Con Ateco hemos logrado el desarrollo de muchos proyectos. Algo que valoro, es el desarrollo del personal. constantemente los capacitan, los ayudan a crecer, el programa de sucesión hacen que crezcan cada día. Muchas gracias Ateco".

Fuente: Ateco 2022

- Implementar un sistema de cotización online que sea inmediato para reducir los tiempos en los procesos y generar satisfacción en sus clientes.

Salario	<input style="width: 90%;" type="text" value="2000000"/>	 1
Nivel Académico	<input style="width: 90%;" type="text" value="Talento Profesional"/>	
Experiencia laboral	<input style="width: 90%;" type="text" value="Menos de 1 año de experiencia"/>	
Nivel de inglés	<input style="width: 90%;" type="text" value="Con inglés básico"/>	
Software	<input style="width: 90%;" type="text" value="ERP (SAP, Oracle)"/>	
Observaciones (Experiencia en el sector, horario, personal a cargo, etc)	<div style="border: 1px solid #ccc; height: 100px; width: 100%;"></div>	

Cantidad

Añadir al carrito




Total: \$2.380.000

La aplicación recomendada en este caso es Shopify.

shopify
Comienza ▾
Vende ▾
Promociona ▾
Gestiona ▾
Precios
Shopify Learn ▾
Iniciar sesión
Prueba gratis

Prueba gratis

Basic

Ideal para negocios que se inician en el ecommerce y que, de vez en cuando, venden en tienda física

\$14

USD /mes

Shopify

Ideal para negocios en crecimiento que venden online o en tienda física

\$39

USD /mes

Advanced

Ideal para negocios en expansión que necesitan informes avanzados

\$299

USD /mes

- A Implementación de chatbot dentro de su página web

Con el objetivo de mejorar la experiencia de quienes visitan el sitio web de Aseneg y poder convertirlos en clientes.

Debe implementar el chatbot Cliengo que responde inmediatamente las consultas a través de una conversación personalizada con respuestas rápidas y automáticas, o intervenida por tu equipo cuando se detecte una oportunidad comercial.

Esto le permitirá tener una mayor comunicación con el público sobre todo en los horarios que las personas que responden el chat de WhatsApp o el de otras aplicaciones no esté disponible.



- Con la herramienta metatags se evidencia que se asocian keywords como Outsourcing y head hunter de talento humano en el título y la descripción de la página de Aseneg; no obstante, en la descripción deben añadirse palabras como selección de personal, especialistas en reclutamiento o en procesos de selección, entre otros. De esta manera podrán lograr un mejor posicionamiento en la web.



Fuente: Metatags 2022

Pautas digitales

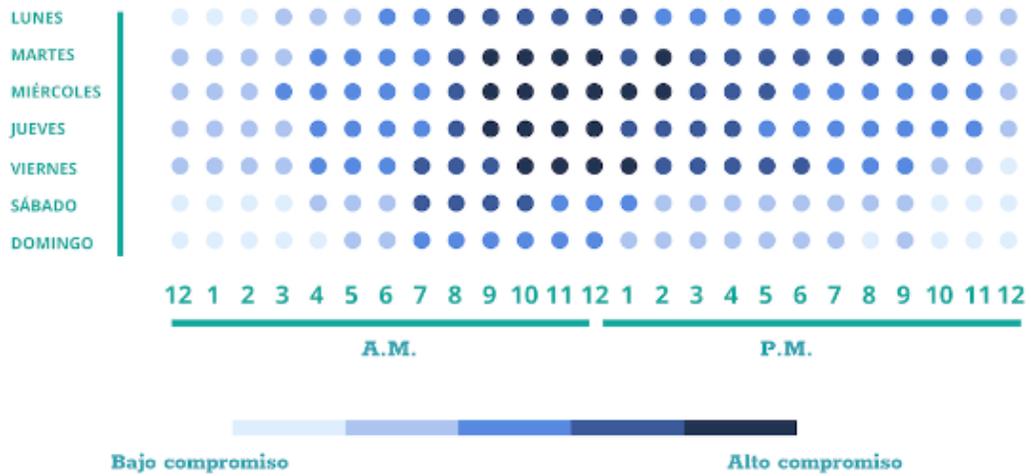
- Google Ads: por medio de buscadores se pautarán los servicios ofrecidos por Aseneg aplicando el sistema de pujas de tal manera que cuando un usuario realice una búsqueda de servicios de outsourcing de talento humano o un tema relacionado aparezca como un anuncio dentro de los primeros lugares de la pantalla. Esto se hará mensual y la inversión será de COP 2.000.000.

Como hacer una pauta digital

- Fijar el objetivo de la pauta teniendo en cuenta lo que se quiere transmitir; si solo se quiere informar, generar conocimiento de marca, una visita, etc.
- Elegir cuáles serán los canales que mayor efectividad e impacto tendrán en su target.
- Creación de contenido visual.
- Poner en redes sociales revisando keywords, competencia, segmentación y alcance.
- Fijar el presupuesto.
- Revisar resultados.

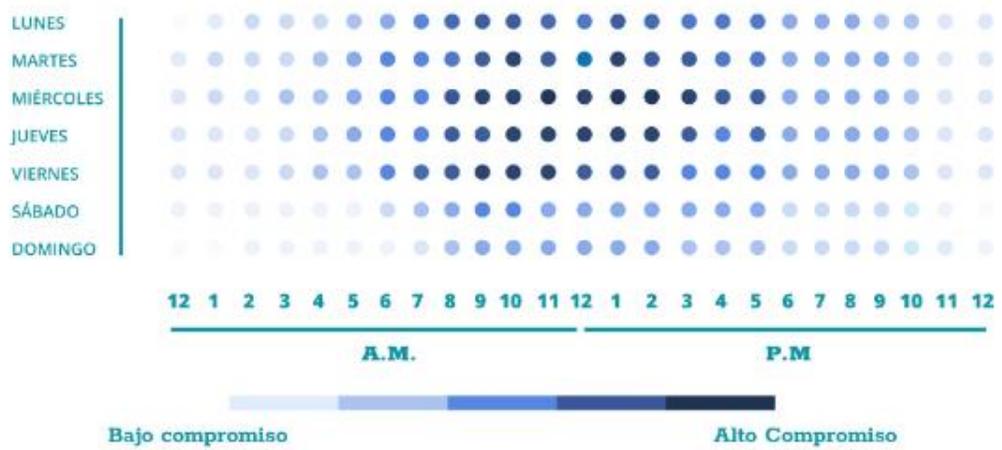
Mejores horarios para publicar de acuerdo con estudios recientes

Mejores horarios para publicar en LinkedIn

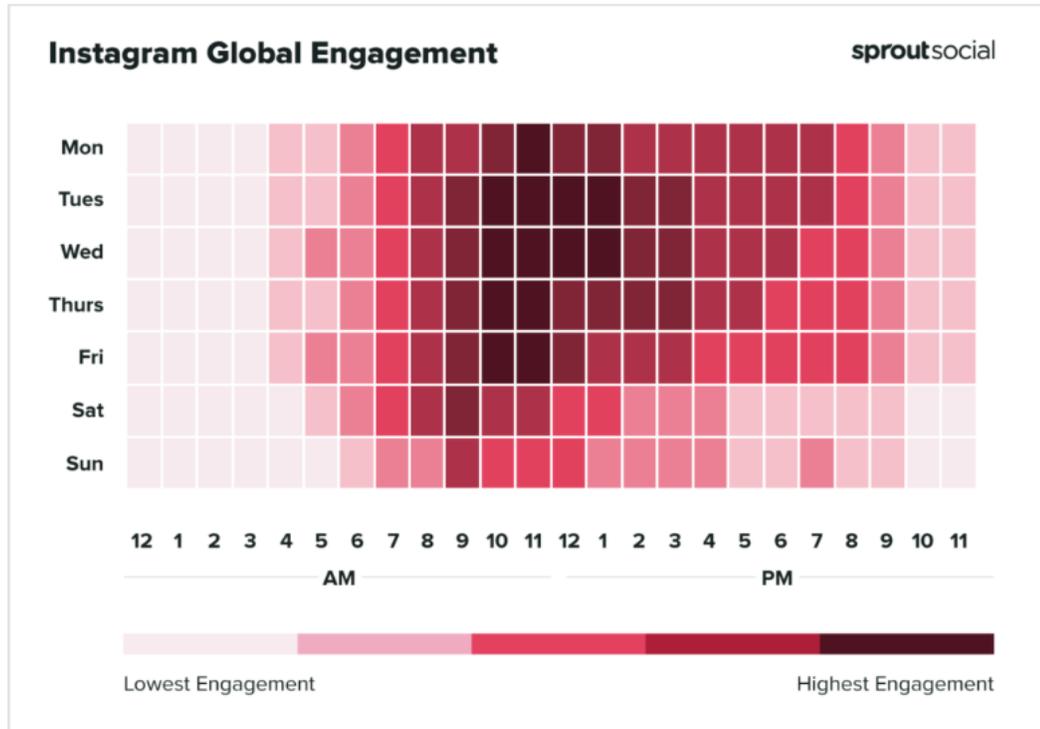


Fuente: Hernandez 2022g

Mejores horarios para publicar en Facebook



Fuente: Hernandez 2022



Fuente: Tiendanube 2022

2.3 Presupuesto:

El siguiente diagrama permite ver el total de la inversión mensual y anual para llevar a cabo cada una de las estrategias mencionadas junto con sus planes de acción para lograr la consecución de los objetivos propuestos para Aseneg.

Tabla 21. Presupuesto

Presupuesto Mensual	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total 2023
Área de Mercadeo													
Gerente de Marketing	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 60.000.000
Creador de Contenido	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
SEO	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	\$ 30.000.000
Aplicaciones													
Bizneo	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 60.000.000
ChatBot Cliente	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 450.000	\$ 5.400.000
Pautas Digitales													
Google Ads	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
Total Inversión	\$ 7.450.000	\$ 89.400.000											

Fuente: Elaboración propia

3. Plan Comercial:

Dentro del plan comercial se registrarán las acciones de tomará Aseneg para alcanzar la consecución de sus objetivos dentro de los próximos cuatro años.

La organización debe tener claras las funciones del área comercial para que sus colaboradores puedan implementarlas y de esta manera trabajarán proactivamente en el crecimiento de la empresa. Con esto se le facilitará la atracción de nuevos clientes y la retención de clientes actuales.

A continuación, se relacionan las principales funciones de la persona encargada del área:

Tabla 22. Cargo Gerente comercial

Cargo	Funciones
Gerente Comercial	<ul style="list-style-type: none">• Fijar objetivos para aumento de ventas.• Desarrollar estrategias de crecimiento.• Establecer ventajas competitivas.• Definir canales eficientes y rentables.• Contactar nuevos prospectos.• Retener clientes actuales.

3.1 Presupuesto general de ventas

Para el 2023 se proyecta un crecimiento en las ventas anuales del 9% por lo cual la empresa pasará de facturar COP 9.181 millones a COP 10.007 millones.

A partir de este año, el departamento comercial podrá fijar los porcentajes de crecimiento que convenga de acuerdo con el comportamiento del mercado.

Tabla 23. Presupuesto general de ventas

Objetivo	2023
----------	------

Crecimiento de ventas	COP 10.007
-----------------------	------------

Trabajando de la mano del departamento de marketing e implementado las estrategias mencionadas, la empresa podrá atraer a nuevos clientes para que empiecen a contratar sus servicios. Asimismo, la optimización de canales y el excelente servicio que presta le ayudará a retener a sus clientes para que durante los próximos años se genere una recompra del servicio.

3.2 Por canal

Clientes tradicionales

El equipo de ventas en cabeza del gerente comercial se encargará de hacer visitas constantes a sus clientes actuales, generando así lazos de confianza para retener a sus clientes, hacer que se encuentren lo suficientemente satisfechos con los servicios para que se genere una recompra.

Clientes nuevos

El gerente comercial estará apoyando de manera continua a todos sus vendedores, realizando capacitaciones constantes para que su equipo tenga las habilidades suficientes a la hora de ofrecer sus productos y se genera la venta.

4. Tablero de control:

Tabla 24. Tablero de control

Estrategia	Objetivo	Métricas
	Garantizar que la marca sea reconocida no solamente en Bogotá sino en el resto del territorio nacional y en un futuro en el exterior.	<ul style="list-style-type: none"> Número de trabajadores que han recomendado la marca. Número de clientes que llegan

6. Referencias

1. Adecco 2022. Soy empresa. Recuperado el 10 de julio de 2022 de <https://www.adecco.com.co/empresas/>.
2. ASENEG 2022. Head Hunter. Recuperado el 18 de junio de 2022 de <https://www.aseneg.com/portfolio/head-hunter/>.
3. ASENEG 2022. Outsourcing de Talento Humano. Recuperado el 18 de junio de 2022 de <https://www.aseneg.com/portfolio/outsourcing-de-talento-humano/>.
4. ASENEG 2022. Quienes somos. Recuperado el 15 de mayo de 2022 de <https://www.aseneg.com/quienes-somos/>.
5. ASENEG S.A.S 2022, Soy Empresa, Servicios. Recuperado el 20 de julio de 2022 de <https://www.aseneg.com/soy-empresa>.
6. Atento 2021. Las Redes Sociales se consolidan como los canales preferidos en interacción con clientes. Recuperado el 16 de junio de 2022 de https://atento.com/es/imprensa_post/las-redes-sociales-se-consolidan-como-los-canales-preferidos-en-interaccion-con-clientes-2/.
7. Banco Mundial 2022. Colombia: Panorama general. Recuperado el 19 de agosto de 2022 de <https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview#1>
8. Bolívar 2009. El precio en el marketing. Recuperado el 10 de julio de 2022 de <https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd5519.pdf>.
9. Comunicare 2022. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN. Recuperado el 24 de septiembre de 2022 de <https://www.comunicare.es/estrategias-de-promocion-y-comunicacion/#:~:text=Una%20estrategia%20de%20promoci%C3%B3n%20es,ejecutar%20el%20plan%20de%20promoci%C3%B3n>.
10. Drew 2022. Estrategia de pricing: El dilema de las empresas de servicios. Recuperado el 25 de septiembre de 2022 de <https://blog.wearedrew.co/ventas/estrategia-de-pricing-el-dilema-de-las-empresas-de-servicios>.
11. EAE Business School. Retos en Supply Chain. Áreas en las que más se utiliza el outsourcing. Recuperado el 20 de mayo de 2022 de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/areas-en-las-que-mas-se-utiliza-el-outsourcing/>.
12. Eficacia 2022. Expertos en soluciones comerciales. Recuperado el 10 de julio de 2022 de <https://www.eficacia.com.co/>.

13. El Economista 2022. Outsourcing de nómina. Recuperado el 23 de septiembre del 2022 de <https://empresite.eleconomistaamerica.co/Actividad/OUTSOURCING-DE-NOMINA/>
14. El Economista 2022. Outsourcing de recursos humanos. Recuperado el 23 de septiembre del 2022 de <https://empresite.eleconomistaamerica.co/Actividad/OUTSOURCING-EN-RECURSOS-HUMANOS-BOGOTA/>
15. El país 2022. Colombia. La visión de los empresarios ante Petro: cautela ante las reformas y un contexto poco favorecedor. Recuperado el 19 de agosto de 2022 de <https://elpais.com/america-colombia/2022-08-07/la-vision-de-los-empresarios-ante-petro-cautela-ante-las-reformas-y-un-contexto-poco-favorecedor.html>
16. EMIS 2022. Sectores. Servicios de Apoyo de Negocios. Recuperado el 23 de mayo de 2022 de <https://basesbiblioteca.uexternado.edu.co:2063/php/industries/peer-analysis/concentration-analysis?acc=30&pc=CO&indu=5614>.
17. ESAN 2017. La importancia de contar con una estrategia de producto. Recuperado el 24 de septiembre de 2022 de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/la-importancia-de-contar-con-una-estrategia-de-producto>.
18. ESAN 2022. Estrategia de posicionamiento: qué es y cómo funciona. Recuperado el 24 de septiembre de 2022 de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/estrategia-de-posicionamiento-que-es-y-como-funciona#:~:text=La%20estrategia%20de%20posicionamiento%20es,y%20valore%20su%20ventaja%20competitiva>.
19. Fiduprevisora. Estudio del sector y de mercado servicios de pago. Administración y suministros de nómina de personal. Aspectos generales. marco regulatorio. Recuperado el 20 de mayo de 2022 de https://www.fiduprevisora.com.co/wp-content/uploads/2021/02/ANEXO-23-Estudio-del-mercado-y-del-sector-Conv-Ab.-04_21-Nomina - Conv_Ab_004_2021_FCP.pdf.
20. Force Manager 2022. Cómo motivar a un equipo de ventas en 6 sencillos pasos. Recuperado el 17 de octubre de 2022 de <https://www.forcemanager.com/es/blog/como-motivar-a-un-equipo/>.
21. Fórmate 2021. ¡Descubre las mejores redes sociales para empresas! Recuperado el 16 de junio de 2022 de <https://www.formate.es/blog/consejos/mejores-redes-sociales-para-empresas/>.

22. Gerencie.com 2022. Recuperado el 5 de julio de 2022 de <https://www.gerencie.com/empresas-de-servicios-temporales.html>.
23. Go Daddy 2022. Diferencia entre SEO y SEM y cómo utilizarlos en marketing online. Recuperado el 24 de septiembre de 2022 de <https://es.godaddy.com/blog/diferencia-entre-seo-y-sem-y-como-utilizarlos-marketing-online/>.
24. Godas Luis 2007. Promoción y comunicación. Concepto y aplicaciones. Recuperado el 25 de septiembre de 2022 de <https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-promocion-comunicacion-concepto-aplicaciones-13101545>.
25. Google Trends, Gráficos recuperados el 18 de junio de 2022 de <https://trends.google.es/trends/?geo=CO>.
26. Hernandez 2022. Mejor hora para publicar en Facebook, Twitter y LinkedIn en 2022 Recuperado el 17 de octubre de 2022 de <https://www.alohacreativos.com/blog/mejor-hora-para-publicar-en-redes-sociales>.
<https://www.occamagenciadigital.com/blog/como-es-un-organigrama-de-un-departamento-de-marketing>.
27. Hubspot 2022. 16 estrategias de fijación de precios (con ejemplos). Recuperado el 25 de septiembre de 2022 de <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-precio>.
28. Hubspot 2022. Cómo crear un manual de identidad corporativa paso a paso. Recuperado el 14 de octubre de 2022 de <https://blog.hubspot.es/marketing/branding-e-identidad-corporativa-guias-de-estilo>.
29. Hubspot 2022. Marketing. ¿Cuáles son las funciones del departamento de marketing? Recuperado el 10 de octubre de 2022 de <https://blog.hubspot.es/marketing/funciones-departamento-marketing>.
30. IEBS 2022. Employer branding: ¿Qué es y cómo aplicarlo en tu empresa? Recuperado el 24 de septiembre de 2022 de <https://www.iebschool.com/blog/employer-branding-rrhh-2-0/>.
31. Invest in Bogotá 2021. Tercerización de servicios (BPO). ¿Por qué ubicarse en Bogotá? Recuperado el 20 de mayo de 2022 de <https://es.investinbogota.org/sectores-de-inversion/tercerizacion-de-servicios-bpo/>.
32. Invest in Colombia 2020. Outsourcing de servicios BPO. Recuperado el 10 de junio de 2022 de <https://investincolombia.com.co/es/sectores/tecnologia-de-la-informacion-e-industrias-creativas/outsourcing-de-servicios-bpo>.
33. Job Convo 2018. El mejor software de reclutamiento y selección: ¿Cómo elegir? Recuperado el 23 de septiembre de 2022 de

<https://articles.jobconvo.com/es/el-mejor-software-de-reclutamiento-y-seleccion-como-elegir-2018/>.

34. La FM 2022. Tecnología. Estas son las principales tendencias tecnológicas del 2022. Recuperado el 20 de agosto de 2022 de <https://www.lafm.com.co/tecnologia/estas-son-las-principales-tendencias-tecnologicas-del-2022#:~:text=Para%20este%202022%20todo%20indica,lo%20f%C3%ADsi%20co%20y%20lo%20virtual.>
35. La República 2022. Las exportaciones de servicios BPO durante 2021 ascendieron a US\$1.475 millones. Recuperado el 24 de mayo de 2022 de <https://www.larepublica.co/empresas/las-exportaciones-de-servicios-bpo-durante-2021-ascendieron-a-us-1-475-millones-3303864.>
36. La silla vacía 2022. Quien es Alejandro Figueroa Jaramillo. Recuperado el 15 de agosto de 2022 de <https://www.lasillavacia.com/quien-es-quien/alejandro-figueroa-jaramillo.>
37. La tercera 2022. Los desafíos de Petro en Colombia. Recuperado el 19 de agosto de 2022 de <https://www.latercera.com/opinion/noticia/los-desafios-de-petro-en-colombia/NEEHGTWNWZH47H3CRXLJZD5XEA/>
38. LatinPyme 2019. Actualidad, Innovación, Marketing, Noticias, Productividad, Talento humano. MODELO DE TERCERIZACIÓN DE PROCESOS DE RECLUTAMIENTO (RPO) SE POSICIONA COMO UNA SOLUCIÓN EFECTIVA PARA LAS COMPAÑÍAS EN COLOMBIA. Recuperado el 21 de septiembre de 2022 de <https://www.latinpymes.com/modelo-de-tercerizacion-de-procesos-de-reclutamiento-rpo-se-posiciona-como-una-solucion-efectiva-para-las-companias-en-colombia/>.
39. LNE La Nota Económica 2021. El 54% de las empresas en Colombia no encuentra el talento que necesitan. Recuperado el 24 de septiembre de 2022 de <https://lanotaeconomica.com.co/movidas-empresarial/el-54-de-las-empresas-en-colombia-no-encuentra-el-talento-que-necesitan/>.
40. Manpower Group Colombia 2022. Soluciones. Recuperado el 10 de julio de 2022 de https://manpowergroupcolombia.co/soluciones/?utm_term=experis&utm_campaign=Tr%C3%A1fico&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=2075411307&hsa_cam=15451918034&hsa_grp=139001285468&hsa_ad=566013898548&hsa_src=g&hsa_tgt=aud-1203483550484:kwd-309173295280&hsa_kw=experis&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=Cj0KCQjw39uYBhCLARIsAD_SzMRuo8cd2KtljH0QZEA0bmChMO4uFzfJPbuWIYsnvyWq1mRYE_mnNusaArSnEALw_wcB.
41. Medina 2022. Marketing digital. Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2021-2022. Recuperado el 20 de agosto de 2022 de <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital->

[de-colombia-en-el-2021-2022/#:~:text=En%20un%20a%C3%B1o%2C%20nuestra%20poblaci%C3%B3n,representa%20770%20millones%20de%20personas.](#)

42. Metatags 2022. Recuperado el 17 de octubre de 2022 de <https://metatags.io/>.
43. Muratet 2021. Inbound Cycle. Departamento de marketing: ¿cuál es su estructura? Recuperado el 10 de octubre de 2022 de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/estructura-departamento-marketing>.
44. Nuevas normas ISO 2015. ISO 14001 ¿Cuáles son las leyes que las empresas deben conocer? Recuperado el 20 de agosto de 2022 de <https://www.nueva-iso-14001.com/2018/07/iso-14001-cuales-son-las-leyes-que-las-empresas-deben-conocer/>.
45. OCDE 2022. Estudio Económico de Colombia (febrero 2022). Recuperado el 19 de agosto de 2022 de [https://www.oecd.org/economy/panorama-economico-colombia/#:~:text=Perspectivas%20econ%C3%Bmicas%20\(junio%202022\),un%20repunte%20gradual%20del%20empleo](https://www.oecd.org/economy/panorama-economico-colombia/#:~:text=Perspectivas%20econ%C3%Bmicas%20(junio%202022),un%20repunte%20gradual%20del%20empleo).
46. Open Democracy 2022. Democracia abierta: opinión. Nueva era para Colombia: los tres retos de Petro. Recuperado el 19 de agosto de 2022 de <https://www.opendemocracy.net/es/democraciaabierta-es/nueva-era-para-colombia-los-tres-retos-de-petro/>
47. Platzi 2019. Top 9 de herramientas para inbound marketing. Recuperado el 24 de septiembre de 2022 de https://platzi.com/blog/herramientas-inbound-marketing/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=17739691128&utm_adgroup=&utm_content=&gclid=EA1aIQobChMI-b64r6rH-gIVBTeGCh0bcwCnEAAYASAAEgLPD_BwE&gclsrc=aw.ds.
48. Platzi 2022. Qué es Branding. Recuperado el 24 de septiembre de 2022 de https://platzi.com/clases/2314-terminos-marketing-digital/38740-que-es-branding/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=17739691128&utm_adgroup=&utm_content=&gclid=EA1aIQobChMIrPWs_d_H-gIVSMqGCh1cegM_EAAYASAAEgI3JPD_BwE&gclsrc=aw.ds.
49. Ponce Polanco Orlando. 2011 marzo 24. La calidad del servicio, fundamento del marketing de resultados. Recuperado el 24 de septiembre de 2022 de <https://www.gestiopolis.com/la-calidad-del-servicio-fundamento-del-marketing-de-resultados/#:~:text=La%20calidad%20del%20servicio%20es,servicio%20no%20pueden%20tener%20%C3%A9xito>.
50. Portafolio 2014. Normas para la Tercerización. Recuperado el 20 de agosto de 2022 de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/normas-tercerizacion-62028>.

51. Portafolio 202. Subió la proporción de trabajadores con menos de un salario mínimo. Recuperado el 5 de julio de 2022 de <https://www.portafolio.co/economia/gobierno/en-colombia-mas-trabajadores-ganan-menos-del-salario-minimo-561226>.
52. QuestionPro 2022. Las mejores herramientas para medir la calidad del servicio. Recuperado el 24 de septiembre de 2022 de <https://www.questionpro.com/blog/es/herramientas-para-medir-la-calidad-del-servicio-2/>.
53. Red Design Systems 2022. Estrategia de Redes Sociales para Empresas. Recuperado el 16 de junio de 2022 de <https://www.reddesignsystems.com/es/estrategia-de-redes-sociales-para-empresas>.
54. Rey 2021. Inbound Marketing. ¿Cómo es un organigrama de un departamento de marketing? Recuperado el 10 de octubre de 2022 de
55. Rock Content 2019. Marketing de contenidos: la estrategia digital que debes conocer a profundidad. Recuperado el 24 de septiembre de 2022 de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-de-contenidos/#:~:text=Marketing%20de%20Contenidos%20es%20una%20manera%20de%20involucrar%20a%20tu,tu%20marca%2C%20generando%20m%C3%A1s%20negocios>.
56. Semana 2021. Industria BPO ¿qué tanto aporta a la economía? Recuperado el 24 de mayo de <https://www.semana.com/especiales-multimedia/articulo/industria-bpo-que-tanto-aporta-a-la-economia/202143/>,.
57. Semana 2021. Sector BPO. Colombia en el mapa mundial del sector BPO. Recuperado el 23 de mayo de 2022 de <https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/colombia-en-el-mapa-mundial-del-sector-bpo/202100/>.
58. Semana 2022. Crece la escasez de talento en Colombia. Recuperado el 23 de septiembre del 2022 de <https://www.semana.com/pais/articulo/por-que-aumento-la-escasez-de-talento-en-el-pais/281593/>
59. Semana 2022. Economía. La petición de los microempresarios a Petro tres llegar a la Presidencia. Recuperado el 20 de agosto de 2022 de <https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/la-peticion-de-los-microempresarios-a-petro-tres-llegar-a-la-presidencia/202200/>.
60. Serdan 2022. Inicio. Recuperado el 10 de julio de 2022 de <https://www.serdan.com.co/>.
61. Smart Commerce 21. Buyer Persona Ejemplo: un caso real. Recuperado el 14 de octubre de 2022 de <https://www.smartcommerce21.com/blog/buyer-persona-ejemplo>.
62. Telcel 2022. Empresas. 5 estrategias de cobro a clientes para mejorar la cartera vencida. Recuperado el 17 de octubre de 2022 de

<https://www.telcel.com/empresas/tendencias/notas/estrategias-cobro-a-clientes-mejorar-cartera-vencida#>.

63. Tendencias del mercado BPO según el informe de Gartner. Recuperado el 10 de julio de 2022 de https://atento.com/es/imprensa_post/tendencias-del-mercado-bpo-segun-el-informe-de-gartner-2/.
64. Tienda nube 2022. ¿Cuál es el mejor horario para publicar en Instagram en 2022? Recuperado el 17 de octubre de 2022 de <https://www.tiendanube.com/blog/consejo-rapido-mejor-horario-instagram/>.
65. Valora Analitik 2022. Así está conformado el mapa de las empresas más grandes regionalmente en Colombia. Recuperado el 14 de octubre de 2022 de <https://www.valoraanalitik.com/2022/06/22/asi-esta-conformado-el-mapa-de-las-empresas-en-colombia/>.
66. Valora Analitik 2022. Ventas e-commerce en Colombia crecieron 40% en 2021. Recuperado el 18 de junio de 2022 de <https://www.valoraanalitik.com/2022/02/23/ventas-e-commerce-en-colombia-crecieron-40-en-2021/#:~:text=El%20n%C3%BAmero%20de%20usuarios%20conectados,2021'%2C%20producido%20por%20BlackSip.>