

**UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA**



**REALIZAR LA CONSTRUCCIÓN DE EMPRESAS SOSTENIBLES A PARTIR
DE LA INNOVACIÓN COMO DE MODELOS DE NEGOCIACIÓN EN LA
INDUSTRIA DEL BPO**

Ana Milena Domínguez Flórez

Ensayo

Director de Trabajo de Grado
Doctor Santiago García Carvajal

Especialista en Alta Gerencia

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ
2015**

REALIZAR LA CONSTRUCCIÓN DE EMPRESAS SOSTENIBLES A PARTIR DE LA INNOVACIÓN COMO DE MODELOS DE NEGOCIACIÓN EN LA INDUSTRIA DEL BPO

Ana Milena Domínguez Flórez Universidad Militar Nueva Granada

RESUMEN

En este artículo investigamos sobre el plan de Marketing que todas las empresas como procedimiento deben realizar de manera efectiva con el propósito de ganar participación en el mercado, ya que la evolución del mercado lo exige, históricamente la evolución del mercado de bienes y servicios se identificaba por un esquema donde los demandantes de éstos bienes adquirirían sus productos mediante pedidos, es decir los oferentes siempre mantenían una demanda constante y creciente, en donde las compañías producían sus bienes solo luego de que eran pedidos por sus clientes, posteriormente y antes de la Revolución Industrial a mediados del siglo XIX, la dinámica cambió y en los mercados de bienes y servicios tanto compradores como vendedores lograban concretar sus negocios solamente dependiendo del mejor precio posible para las partes, tiempo después la característica de los mercados mostraba una acentuada caída de la demanda en los diversos sectores, esto hizo que los oferentes de bienes y servicios actuarán bajo una estrategia de baja en los precios de sus productos lo que incidió inmediatamente en la caída de sus beneficios para evitar lo anterior el diseño de un Plan Estratégico de Mercado o Marketing es obligatorio para el área comercial de las empresas

JEL: L21-L22-L23-L24-L25.

PALABRAS CLAVE: Marketing, empresas mercado evolución bienes, servicios, demanda compañías Revolución Industrial, negocios, estrategia.

ENGAGE IN SUSTAINABLE CONSTRUCTION COMPANIES FROM INNOVATION AS A MODEL FOR TRADING IN BPO INDUSTRY

ABSTRACT

In this article we investigate Marketing plan that all companies as a procedure must be performed effectively in order to gain market share, since the evolution of market demands historically market developments in goods and services identified by a scheme where the plaintiffs of these assets acquired its products through orders, ie bidders always maintained a constant and growing demand, where companies produced their goods only after they were ordered by their customers later and before the Revolution Industrial mid-nineteenth century, the dynamic changed and markets for goods and services both buyers and sellers were able to realize their business only depending on the best price possible for the parties, after the property market showed a sharp drop in demand in various sectors, this made the suppliers of goods and services operate under a strategy of low prices for their products, which directly influenced the fall of their profits to avoid this design a Strategic Marketing Plan Market or it is mandatory for the commercial area businesses

KEYWORDS: Marketing, business development market goods, services, demand Industrial Revolution, business, strategy companies.

INTRODUCCIÓN

La sostenibilidad se encuentra en el centro empresarial de las empresas en BPO como muestra la responsabilidad social corporativa, algunas empresas se han adherido al Pacto Mundial de Naciones Unidas, conforme al Global Reporting Initiative.

La economía colombiana en los últimos años se ha dado en alguna medida por el fomento y la estructuración de nuevas empresas asistidas con una permanente intención del Fondo Colombiano de modernización y Desarrollo Tecnológico, de las micro, pequeñas y medianas empresas (FOMIPYME) al igual que PROCOLOMBIA, en apoyar a las PYMES en el país hace muy posible que los planes y proyectos de éstas como el de abordar nuevos y más grandes mercados ganen mayor importancia.

Esta investigación está organizada de acuerdo a los parámetros establecidos; de acuerdo a sección de revisión literaria los planteamiento se encaminan hacia el crecimiento económico de nuestro país donde necesita un mayor aporte de parte de las PYMES, en la medida que éste tipo de empresa en Colombia se desarrolle y logre trascender fronteras y mercados de mayor calibre, contribuirá a la mejora en las condiciones de empleo y demás indicadores económico-sociales, generando un mejor nivel de vida para muchas familias. En la parte de metodología se realiza un análisis de las empresas que ofrecen servicios conocidos como tercerización, donde se hace referencia a una organización para que haga parte de su producción, preste sus servicios o se encargue de algunas actividades que le son propias de la empresa que ofrecen este tipo de servicios. Por ultimo están las conclusiones donde se hace énfasis en la utilidad de este tipo de servicios utilizado por las organizaciones que recurren a este tipo de empresas para abaratar costos, mejorar la eficiencia y concentrarse en aquellas actividades que dominan mejor y constituyen la base de su negocio.

REVISIÓN DE LITERATURA

De acuerdo ((United System Services, 2010).

En la segunda guerra mundial, el concepto empezó a fortalecerse ya que las empresas intentaron concentrar sus actividades buscando independizarse de los proveedores, estrategia que en un principio parecía efectiva pero a largo plazo se tornó obsoleta debido a los grandes desarrollos tecnológicos. De esta manera, a las empresas se les imposibilitó el manejo de sus diversas áreas, pues debían mantenerse al tanto de la información y disminuir su capacidad de servicio, lo que generó una pérdida de competitividad frente a las organizaciones independientes especializadas en una sola área. Es entonces en la década de los 70's que el concepto de Outsourcing comenzó a tomar fuerza y ganar credibilidad orientado a las áreas de información tecnología en las empresas.

(Operti, 2010) Coordinador del Programa Operativo Sector de Integración y Comercio del BID

"Colombia cuenta con una buena oferta de talento humano para los segmentos de Tecnologías de Información (IT), tercerización de procesos de negocios (BPO) y tercerización del conocimiento de procesos de negocios (KPO)"

Bajo este concepto se puede afirmar que en Colombia puede estar a la vanguardia de este tipo de servicios y la implementación de los mismos en la tercerización de procesos en negocios BPO, así mismo la implementación de las tecnologías de la información para tener un servicio que ofrezca un potencial competitivo en este tipo de servicios de esta manera De hecho, algunas multinacionales, líderes mundiales

del BPO, han llegado a Colombia en los últimos meses, y se menciona que otras también están pidiendo pista. Entre las que ya están en territorio colombiano figuran Tele performance, Sutherland y Convergys, gracias al trabajo adelantado desde Procolombia, algunas embajadas del país en el exterior y agencias de inversión de la Capital, como Invest in Bogotá.

Para (Rivera, 2011)

“Hoy en día una buena política empresarial considera concentrarse, más que identificar y desarrollar productos, en identificar y desarrollar las competencias que permitan una determinada organización superar a sus competidores. Muchas entidades financieras por ejemplo, han llegado a la conclusión que sus competencias claves no están relacionadas con la experiencia financiera, sino más con competencias en las relaciones con clientes. Empresas industriales han llegado a la conclusión de que tienen que crear competencias claves alrededor del servicio postventa”

Para el autor se considera importante el potencial que tienen los clientes en la evaluación eficiente del servicio y la calidad del mismo por ello para tener una política empresarial adecuada a la superación de los competidores en el campo empresarial y sobre todo después de que se ha brindado un servicio surge la necesidad de autoevaluar la calidad en el producto que se logra vender y más en este tipo de servicio donde impera la satisfacción del cliente.

Con respecto a la ventaja competitiva afirma (Adán, 2007)

La idea del Outsourcing tiene sus raíces académicas en la “ventaja competitiva” en donde se definen y explican por primera vez, cómo un país puede obtener beneficios a través de su participación en los mercados doméstico y externo. El autor sugiere el beneficio de las ventajas competitivas, planteando que el comercio podía ser visto como un juego de suma positiva, en el cual todos los países participantes obtenían beneficios mediante una especialización de la producción y donde las empresas más competitivas serían las más eficientes. Esta fue la primera documentación que se realizó sobre el Outsourcing y le fue dando campo al término BPO

En Colombia los estudios realizados sobre BPO son limitados, entre esos se encuentra un proyecto realizado por la Universidad Nacional de Colombia, titulado “*Diseño del servicio BPO (BUSINESS PROCESS OUTSOURCING) para contact center*”. En él se hace un estudio detallado de los contact center (una de las áreas en las que interviene BPO), relatando los objetivos del servicio, sus beneficios, las actividades de relacionamiento con el usuario, las áreas que soportan la operación, los recursos humanos y tecnológicos y los indicadores de gestión del servicio de BPO.

La Universidad Sergio Arboleda de Bogotá publicó el artículo “*Estudio sobre las estrategias tecnológicas y corporativas en empresas de contact centers*”, en el cual se elaboró un estudio básico sobre el BPO analizando y diagnosticando las estrategias utilizadas por los call centers y contact centers a nivel mundial, así mismo la Universidad ICESI también cuenta con un proyecto llamado “Análisis de los componentes claves para la construcción de centros de servicios compartidos” donde se revisan los aspectos técnicos y administrativos para la construcción de un CSC.

No obstante lo anterior, aun no existen estudios efectivos sobre el BPO en Colombia y la trayectoria que este ha tenido, por lo que no existen documentos en donde se hayan establecido las pautas necesarias y generales sobre el desarrollo del BPO.

El pronunciamiento de (Proexport, 2010) afirmo:

"El sector de servicios tercerizados ha crecido en la última década a una velocidad asombrosa y Colombia se está preparando para obtener una tajada de esa torta. Las ventajas para el país son múltiples, empezando

por el aumento de flujos de inversión extranjera directa y la expansión del comercio internacional que tienen impacto directo en la generación de empleo, transferencia de tecnologías y conocimientos"

Colombia es uno de los países que en la actualidad está generando más atención en el tema de servicios de tercerización. Para muchos países, como España y Estados Unidos el mercado colombiano ha sido atractivo, además del talento humano tiene orientación al servicio, una población grande, que hace que se tenga mayor alcance y si se trata del idioma español, Colombia es el segundo país hispanoparlante más grande, lo que brinda mayor profundidad de mercado.

Para (García, 2010), La Asociación Colombiana de Empresas de Servicios Temporales afirma:

"Somos un soporte importante para estas compañías, sobre todo en su fase inicial, mientras se afianzan en el país, lo cual les permite mayor competitividad", y agrega que entre los principales requisitos del personal requerido es que sean jóvenes y que hablen inglés.

Con este concepto se puede determinar que Colombia es un país modelo y competitivo en la prestación de servicios de tercerización lo cual se hace potencialmente constructivo el desarrollo e implementación de tecnologías adecuadas que sirven como herramienta esencial para satisfacer toda la demanda y por eso el reto está en tener los niveles de capacidad y de recurso humano para responder a la exigencia que en la actualidad responde el ejercicio competitivo de la empresa.

(Santiago Pinzón, 2008) , afirma:

“ Colombia tiene el reto de avanzar hacia los servicios de valor agregado, porque si bien tenemos una historia de 17 años en materia de Call Center o Contact Center, el país debe sofisticar su portafolio. "Si se queda en servicios de voz, eso es un comoditie, es un tema de precio, y allí no hay fidelidad frente a la competencia que puede presentarse en otro país que salga más económico. Aquí hay talento humano, somos los terceros con más universidades en América Latina; sin lugar a dudas, tenemos la capacidad de ofrecer servicios más sofisticados en áreas de la ingeniería, la contaduría, el derecho y salud, entre muchos otros, servicios que son más sofisticados y que entran a ser el reflejo de la tendencia mundial".

De acuerdo a esto podemos decir que es necesario que Colombia profundice en el tema de tercerización de servicios BPO ya que no puede ser menos en competir con otras empresas que brinden este servicio, además porque hay un gran potencial en el talento humano y por ello es necesario ser expansivos en el mercado para poder llegar a *la construcción de empresas sostenibles a partir de la innovación como de modelos de negociación en la industria del BPO.*

Según el (World Development Indicators (WDI), 2011) el tamaño agregado del mercado de servicios de Colombia representaba el 55,5% de su PIB, inferior en varios puntos al de Argentina, Chile, México, Perú y Ecuador; y claramente inferior a Brasil (67%), Uruguay (65,2%), Panamá (79,4%) y Costa Rica (68%).

Un primer indicio de la competitividad global de las diferentes economías de servicios, en particular las emergentes, se establecería observando los niveles absolutos y relativos que han alcanzado en el rubro de exportación de servicios frente a sus ingresos totales (PIB).

Colombia tiene poca tradición como exportadora de servicios y relativamente frente a otras economías, sus logros en este rubro son apenas incipientes. Sus exportaciones de servicios tan sólo representan un 1,43% del PIB, mientras que el promedio de las economías emergentes analizadas de Suramérica y México; de Europa y de Asia y Norte de África, representan un 6,22%, 10,14% y un 11,37% del PIB respectivamente (WDI 2011).

Para (PEREZ, 2012) Según el Fondo Económico Mundial, Colombia está en el puesto 58 entre 138 países, por encima de México y Perú en disponibilidad tecnológica. La inversión extranjera en BPO ha llegado a los USD 650 millones.” “Hechos como los de estar al norte de Suramérica, contar un horario internacional intermedio, con un puesto destacado en disponibilidad tecnológica, 58 entre 138, y tener presencia de un alto número de jóvenes universitarios y con especializaciones, favorecen el entorno del BPO.

Por su cultura y sus deseos de globalización ciudades como Bogotá, Medellín y Cali, son óptimas para el fortalecimiento de la oferta de Outsourcing.

Para (Cadena., 08-Mayo-2012) La industria colombiana de BPO estableció para el 2012 una meta con la que buscan alcanzar un alto nivel en el desempeño de esta estrategia, en donde se espera que los ingresos que se adquieran por este sector, representen para el país alrededor de US\$2.000 millones, en exportaciones US\$900 millones y que permitan generar 156.000 empleos. Esta meta señala igualmente que para el 2019 en comparación con las del año 2012, se dupliquen; las ventas se quintupliquen y las exportaciones sean cerca del 65% del total de los ingresos generados por este sector

Para la revista (DINERO., [Citado 20–Octubre-2011]) El lugar que ocupa Colombia frente a México es bastante importante, pues según el Fondo Económico Mundial, se encuentra en el puesto 59 entre 138 países encima de México y Perú, en cuanto a disponibilidad tecnológica se refiere. De acuerdo a Carlos Manuel Pérez, presidente de Carvajal Tecnología y Servicios de Colombia: El país tiene varios factores a su favor sobre el entorno del BPO, como por ejemplo estar al norte de Suramérica, contar un horario internacional intermedio, con un puesto destacado en disponibilidad tecnológica, 58 entre 138, y tener presencia de un alto número de jóvenes universitarios y con especializaciones. Por otra parte, por su cultura y sus deseos de globalización ciudades como Bogotá, Medellín y Cali, son óptimas para el fortalecimiento de la oferta de Outsourcing.

Según (Hernandez Alejandro, América Latina - 5ª Edición. 2011) Las empresas de los países desarrollados buscan proyectos para invertir y tercerizar áreas de su empresa a proveedores expertos en las mismas, convirtiendo así, la mano de obra en un trabajo sin fronteras. La información está al alcance de todos, la tercerización de procesos dentro de las empresas ha ganado una fuerte credibilidad en los últimos años, en donde la presión de reducir costos impulsa la tendencia a subcontratar áreas que están por fuera del Core de la empresa.

Las compañías de tercerización existentes están ampliando sus portafolios para lograr acceder a las diferentes necesidades de las empresas. Cuando los procesos son “entregados” a un proveedor para su manejo y control, este se encargara de capturar el mayor número de clientes posibles logrando la eficiencia de esta parte del negocio. A continuación se relacionan algunas de las empresas que desarrollan BPO en América Latina.

Para (Aguilar, 2012) Una compañía subcontratista es igual que la contratante y ejecuta los mismos trabajos que su cliente, aunque con menor capacidad y medios. Este tipo de compañías se encargan de poner a disposición de sus clientes una mano de obra temporal y adecuada para aquellos procesos que gestionan directamente las compañías.

(Isaac, 2012) Cuando se habla de Cloud Services, se hace referencia a muchas máquinas que dan servicio entre todas a todos los clientes. Las mismas cuentan con sistemas de aislamiento de datos totales entre cada uno de los clientes, de manera que tendrán un alto nivel de alta disponibilidad y escalabilidad, a la vez que se ofrece una total confidencialidad y aislamiento entre todos.

Ventajas:

- Alta disponibilidad
- Pago por nivel de uso
- Flexibilidad para los cambios
- Seguridad de la información

Desventajas:

- Funcionalidad limitada, solo con internet
- El uso de esta herramienta va ligado a un cambio de pensamiento en el manejo de los datos críticos de la empresa.
- Elevado consumo eléctrico

La revista (Digital., 2012) Se pronunció afirmando que China ocupa el segundo lugar, tras India en cuestiones de calidad y experiencia sobre el suministro de procesos empresariales, sin embargo la China cuenta con grandes ventajas en cuanto a costos y mano de obra calificada y abundante. Por otra parte, china está comenzando a tener reconocimiento como destino para la subcontratación de procesos empresariales, atrayendo multinacionales de varias partes del mundo que ven en este país un talento innato dentro de sus trabajadores, además de los beneficios que le traer perteneces a la Organización Mundial del Comercio.

Para (Florez, 2007)“El sector de servicios tercerizados ha crecido en la última década a una velocidad asombrosa y Colombia se está preparando para obtener una tajada de esa torta. Las ventajas para el país son múltiples, empezando por el aumento de flujos de inversión extranjera directa y la expansión del comercio internacional que tienen impacto directo en la generación de empleo, transferencia de tecnologías y conocimientos”

Por lo anterior, se puede decir que Colombia ha generado protagonismo en el tema de Outsourcing y BPO, lo que se ha traducido en que países como España y Estados Unidos inviertan en Colombia, además del talento humano y universidades con una fuerte inclinación hacia el servicio, lo que hace que tenga mayor alcance brindando mayor impacto en el mercado.

(Moncada, 2000,) Aunque Colombia ha avanzado positivamente en la prestación de los servicios tercerizados, el objetivo está en desarrollar este sector al nivel que internacionalmente se vea como una decisión estratégica de inversión. A la fecha se podría considerar que se tiene una parte de este objetivo, ya que solo el segmento de contact centers copa el 60% del total de esta industria a nivel nacional

Con lo anterior se resalta que la transformación productiva de la industria Colombiana BPO debe focalizarse en niveles superiores que agreguen valor a las empresas y generen nuevas formas de llevar a cabo la estrategia de la misma, no se debe limitar los recursos solo a los “servicios de voz” en lo que ya las empresas colombianas se han consolidado como expertas desde hace más de 17 años.

La revista (E-GO., 2012) desde el año 2001 nace la Asociación Colombiana de Call Centers (ACCC), que es el gremio colombiano que reúne a las más importantes empresas de la industria de los centros de contacto en el país, proveedores de hardware, software y afines; tanto públicas como privadas, para promover, representar y proteger los intereses de sus asociados, contribuyendo al fortalecimiento de la industria, para lograr reconocimiento a nivel nacional e internacional, por contar con asociados que desarrollan las mejores prácticas en la prestación de este servicio.

Para (SCRIBD., 2009.) Considera Chile como una potencia para desarrollar BPO debido a sus altos índices de calidad de vida en comparación a los países desarrollados, además de contar con bajos niveles de corrupción e inclusión de políticas gubernamentales que benefician las inversiones extranjeras, dados estos factores positivos según MGI duplica en puntaje a Brasil, incluso con una fuerza laboral por debajo de este, con 16 millones frente a los 188 millones de Brasil. Sin embargo, lo único que haría dudar a los otros países para invertir en Chile a parte del limitado tamaño de su talento, las distancias largas que existen entre este y Europa o Asia. En relación con Chile, Colombia cuenta con una buena posición pues es el tercer mercado de servicios de TI en la región, según resultados del IDC, con una participación del 8% en el año 2008 poniéndolo por encima de varios países, entre esos Chile, por otra parte, Colombia también tiene una gran ventaja competitiva respecto a este país en relación a los costos de mano de obra. Finalmente, con el TLC, permitirá mejorar las comunicaciones con países como Chile con el fin de crear alianzas estratégicas que permitan promover una industria más especializada y enfocada hacia grandes inversiones

Definición del problema.

Mercado: Plan de Marketing con la construcción de empresas teniendo como modelos de negociación en la industria del BPO con las empresas que requieren servicio de tercerización.

Administrativo: Recurso humano, personal que labora en los contact center.

Tabla 1. Análisis administrativo y de Mercado Outsourcing.

ADMINISTRATIVO	MERCADO
La rentabilidad del servicio está basada en el excedente económico que produce volver eficiente un proceso.	Enfocar las inversiones en eje central de cada empresa, concentrar los recursos en el desarrollo e innovación del mismo.
El negocio es la entrega de valor, y desde ahí participar en los beneficios.	Convertir estructuras de costos fijos en variables.
Las relaciones con la empresa cliente se establecen en términos de Alianza estratégica.	Fortalecer el desempeño de las operaciones. Lo que para la empresa es calidad “back office” para el proveedor es “front office”.
Se enfoca la gestión en el resultado comprometido.	Mayor velocidad al crear procesos de valor.
La relación contractual con los colaboradores es formalizada en términos de trabajo profesional.	Riesgos compartidos y esquemas de recompensa que aseguran beneficios equilibrados y para fomentar la disciplina.
La definición del modus-operandis y el control administrativo lo realiza la empresa de Outsourcing.	Menor costo de inversión por tecnología
Se externaliza el problema, dejando la solución de éste en manos de la empresa de Outsourcing.	Acceso a terceros especializados con recursos humanos, tecnológicos y metodologías de “primera clase”
Los colaboradores proyectan su desarrollo laboral-profesional dentro de la empresa de Outsourcing.	Actualización constante y automática adaptación a los cambios legales y requerimientos formales de las autoridades vinculadas a los procesos.

Fuente: Elaboración Propia. En esta tabla se muestra el énfasis que se hace en cuanto al problema y los factores que generan un estudio necesario para el funcionamiento adecuado para el manejo de tercerización en las organizaciones esta información también está basada en autores como AGUILAR, CECILIA donde se determinan las formas de contratación en las empresas BPO.

De acuerdo a lo anterior la pregunta de investigación es *¿Cómo realizar la construcción de empresas sostenibles a partir de la innovación como de modelos de negociación en la industria del BPO?*, de esta manera podemos determinar las siguientes hipótesis del caso.

HIPOTESIS I: El crecimiento del sector es el resultado de unas metas claras del Gobierno, un entorno político adecuado y estabilidad legal esto animaría la entrada de nuevos inversionistas e impulsa a las compañías establecidas a ampliar sus inversiones.

HIPOTESIS II: El impacto debe ser significativo en los indicadores de generación de empleo al ser un sector intensivo en mano de obra calificada y no calificada.

HIPOTESIS III: La academia en Colombia no cuenta con una información actualizada que le permita comprender el panorama o estado actual del concepto de *BUSINESS PROCESS OUTSOURCING (BPO)* y los avances que tiene sobre el Outsourcing tradicional en Colombia, dado que la actualización del concepto es reciente en el entorno colombiano y ha estado centrado y enfocado al marco empresarial a través de consultores internacionales.

METODOLOGÍA

De acuerdo al empleo *Método de estudio de caso* para esta investigación, se emplearan datos que se pretenden obtener y de acuerdo a ello se plantea de la siguiente manera el organigrama empleando condiciones de tipo cualitativo y cuantitativo para la realización del proyecto de investigación:

- Documentos: Estudios de mercadeo, parte legal de la conformación de empresas BPO, planes estratégicos en la programación de las empresas BPO
- Registros de archivos: Modelos de empresas reconocidas por el ofrecimiento de servicios BPO, planes de Marketing, estudio de los mercados de viene y servicios
- Estadísticas: El estudio a realizar determinara la innovación como de modelos de negociación en la industria del BPO de acuerdo a los resultados esperados.
- Entrevistas: Entrevistas realizadas a algunas personas encargadas de la realización del marketing y del estudio de mercados tomando como base la empresa *OUTSOURCING S.A*

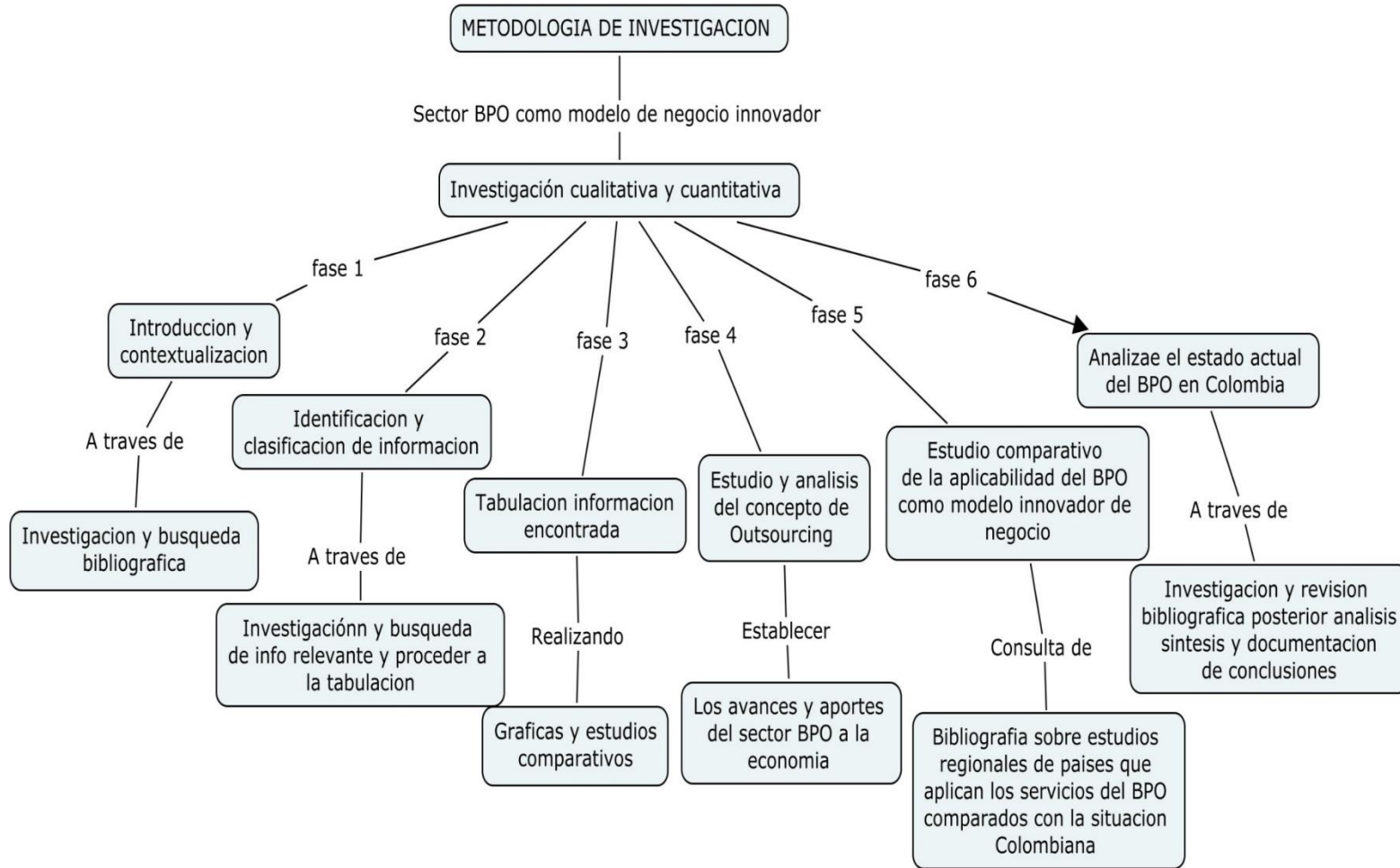
Se analizan datos cuantitativos sobre variables como:

- Empresas que ofrecen servicios de tercerización al cliente
- Estudios de mercadeo de empresas BPO
- Condiciones favorables en el empleo de la innovación como de modelos de negociación en la industria del BPO
- La cuantificación de las variables objeto de estudio debe facilitar la comprensión del objetivo principal quedando este así: Diseñar la Construcción de empresas sostenibles a partir de la innovación como de modelos de negociación en la industria del BPO.

DISEÑO METODOLOGICO

En cuanto al diseño metodológico empleado se determina en 6 fases las cuales están comprendidas en la introducción y contextualización, la identificación y clasificación de la información, tabulación e información encontrada, estudio de análisis del concepto de Outsourcing, estudio comparativo de la aplicabilidad del BPO como modelo de innovación y análisis del estado actual del BPO en Colombia; de esta manera se determina el estudio cualitativo y cuantitativo del caso, así mismo los medios que se utilizaran para tal fin.

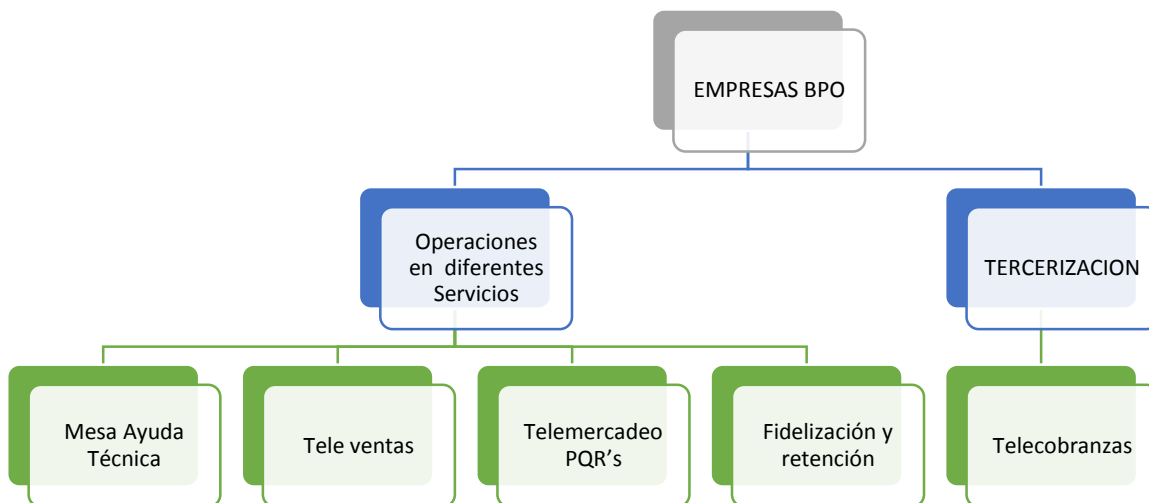
Figura. 1. Diseño Metodológico



Fuente: Elaboración Propia. Proceso metodológico de la investigación

De esta manera podemos entender que el diseño a implementar en nuestra investigación se ha basado en el desarrollo de un plan de marketing el cual se define como un procedimiento que todas las empresas deben realizar de manera efectiva con el propósito de ganar participación en el mercado, ya que la evolución del mercado lo exige, históricamente la evolución del mercado de bienes y servicios se identificaba por un esquema donde los demandantes de éstos bienes adquirían sus productos mediante pedidos, es decir los oferentes siempre mantenían una demanda constante y creciente, en donde las compañías producían sus bienes solo luego de que eran pedidos por sus clientes, para lo cual se han determinado en esta investigación los siguientes lineamientos que tienen que ver esta investigación y la organización de una empresa BPO.

Figura. 2. Empresa BPO



Fuente: **Elaboración Propia.** Organización empresa BPO

POBLACION

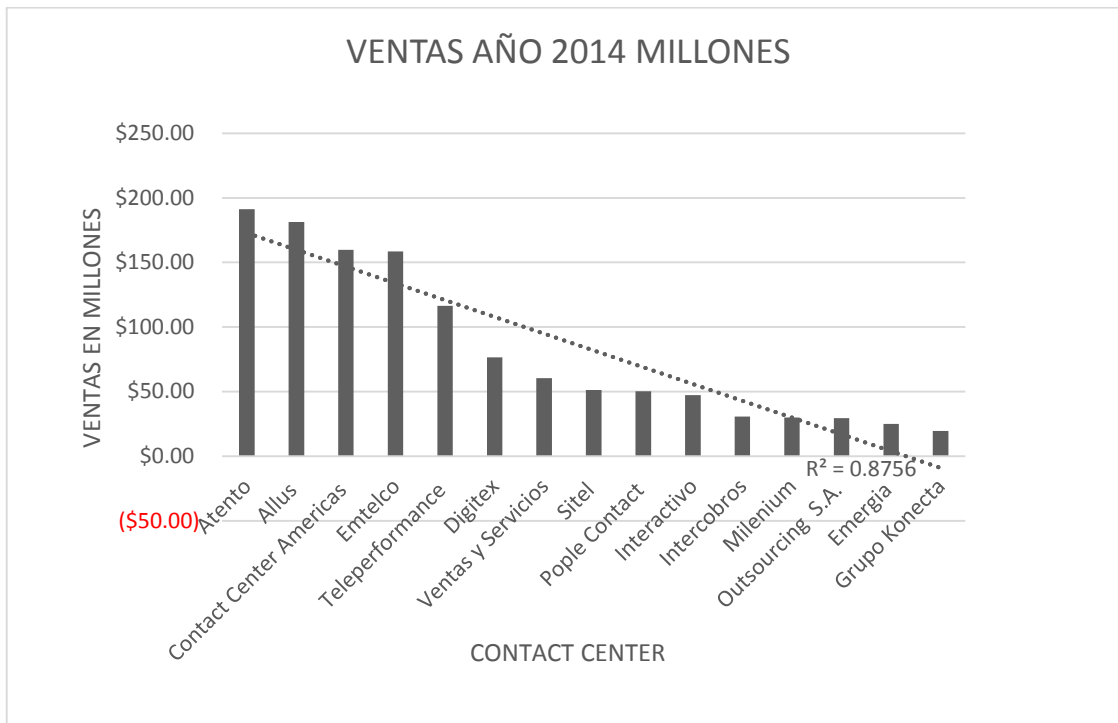
La población objeto de estudio está orientada hacia las empresas que adquieren este servicio de tercerización en Colombia teniendo como base el mercado internacional, de igual manera, para esta investigación es necesario hacer referencia al recurso humano empleado por estas organizaciones y el mismo servicio al cliente.

Tabla 2. Compañías del sector de Contact Center de Colombia

Nro.	CONTACT CENTER	VENTAS AÑO 2014 (\$millones)	VENTAS AÑO 2013 (\$millones)	VARIACIÓN (%)	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO POR VENTAS	UTILIDAD NETA AÑO 2014 (\$millones)	UTILIDAD NETA AÑO 2013 (\$millones)	VARIACIÓN (%)
1	Atento	\$ 191.225	\$ 196.473	-2,7%	10,1%	\$ 4.981	\$ 6.428	-22,5%
2	Allus	\$ 181.403	\$ 171.039	6,1%	9,6%	\$ 1.167	\$ 8.668	-86,5%
3	Contact Center Americas	\$ 159.810	\$ 143.222	11,6%	8,5%	\$ 14.480	\$ 13.611	6,4%
4	Emtelco	\$ 158.646	\$ 127.472	24,5%	8,4%	\$ 7.884	\$ 6.796	16%
5	Teleperformance	\$ 116.482	\$ 79.858	45,9%	6,2%	\$ 2.846	\$ 9.894	-128,8%
6	Digitex	\$ 76.531	\$ 66.872	14,4%	4,1%	\$ 2.293	\$ 1.460	57,1%
7	Ventas y Servicios	\$ 60.393	\$ 40.064	50,7%	3,2%	\$ 1.527	\$ 1.255	21,7%
8	Sitel	\$ 51.256	\$ 44.539	15,08%	2,7%	\$ 4.106	\$ 2.017	103,6%
9	Pople Contact	\$ 50.297	\$ 34.135	47,3%	2,7%	\$ 910	\$ -1.334	168,2%
10	Interactivo	\$ 47.299	\$ 37.582	25,9%	2,5%	\$ 1.633	\$ 3.105	-47,4%
11	Intercobros	\$ 30.705	\$ 23.182	32,5%	1,6%	\$ 3.127	\$ 826	278,6%
12	Milenium	\$ 29.923	\$ 25.617	16,8%	1,6%	\$ 2.102	\$ 1.312	60,2%
13	Outsourcing S.A.	\$ 29.356	\$ 19.115	53,6%	1,6%	\$ 1.701	\$ -1.332	227,7%
14	Emergia	\$ 24.944	-	-	1,3%	\$ 5.320	-	-
15	Grupo Konecta	\$ 19.560	\$ 9.300	110,3%	1,0%	\$ 275	-	-
	TOTAL	\$ 1.885.000	\$ 1.528.591	23,3%	-	-	-	-

Fuente: Elaboración Propia. Datos de ventas por año y participación del mercado por ventas de las empresas BPO Contact Center

Figura. 3. Ventas año 2014



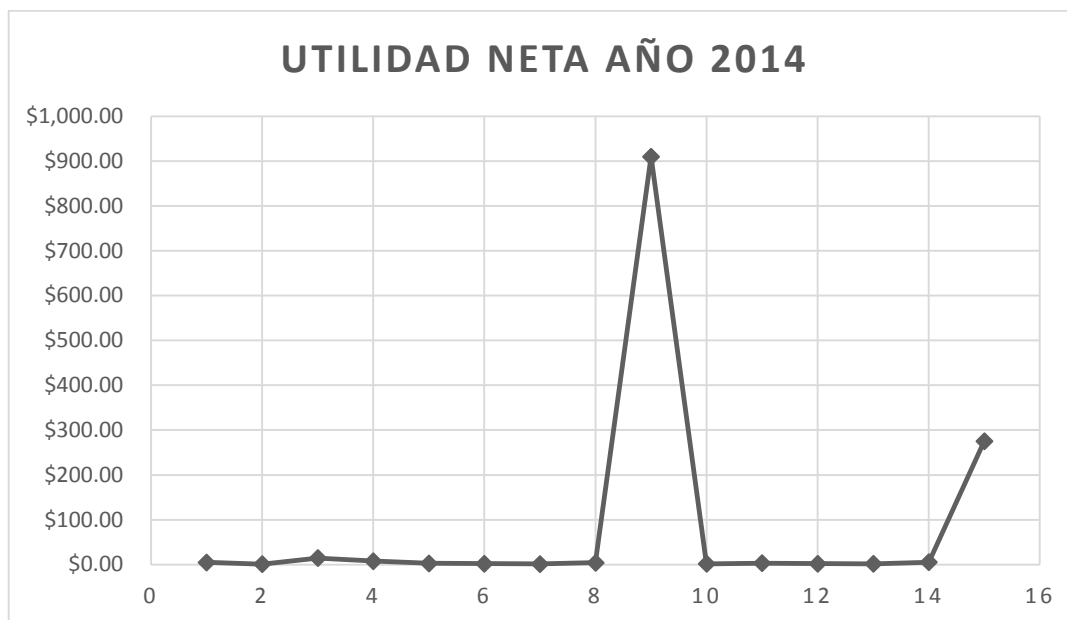
Fuente: Elaboración Propia. En esta grafica se realiza el análisis lineal de las ventas del año 2014 de las empresas BPO

En las ventas del año 2014 el servicio de atento marco la diferencia en la competitividad de servicios de contact center frente a otras compañías lo que ha obligado e estas a determinar estrategias de mercadeo que sirvan como potencial para subir sus ventas en los años venideros. De esta manera se hace necesario que las empresas que estén en ascenso tengan estrategias adecuadas que vayan desde la atención al cliente como el precio y la calidad de su servicio.

Las empresas han entendido que no es el momento para dar ventaja a la competencia, en términos de capacitar personal que no esté haciendo las cosas que no son esenciales para la empresa y que otro lo puede hacer sin perder secretos, ni ventajas que le agreguen valor. Con un proceso estratégico se puede definir por parte del negocio, que procesos son sujetos a entregar a personas externas a la empresa que lo hagan mejor y de ahí, establecer una programación que permita indicar el momento y los requerimientos para ser entregado.

El Outsourcing se entiende como la externalización de actividades de una organización con el objetivo de abaratar los costos y ganar eficiencia en los mismos procesos. Al implementarse el Outsourcing dentro de una organización, se resalta el “valor” de una compañía, dado que no solo se basa en el producto y/o servicio que se le entrega a un cliente, sino los factores que se involucraron para lograr dicho resultado, es decir se debe evaluar la estructura organizacional y hacer un balance de costos y gastos fijos.

Figura. 4.Utilidad Neta 2014



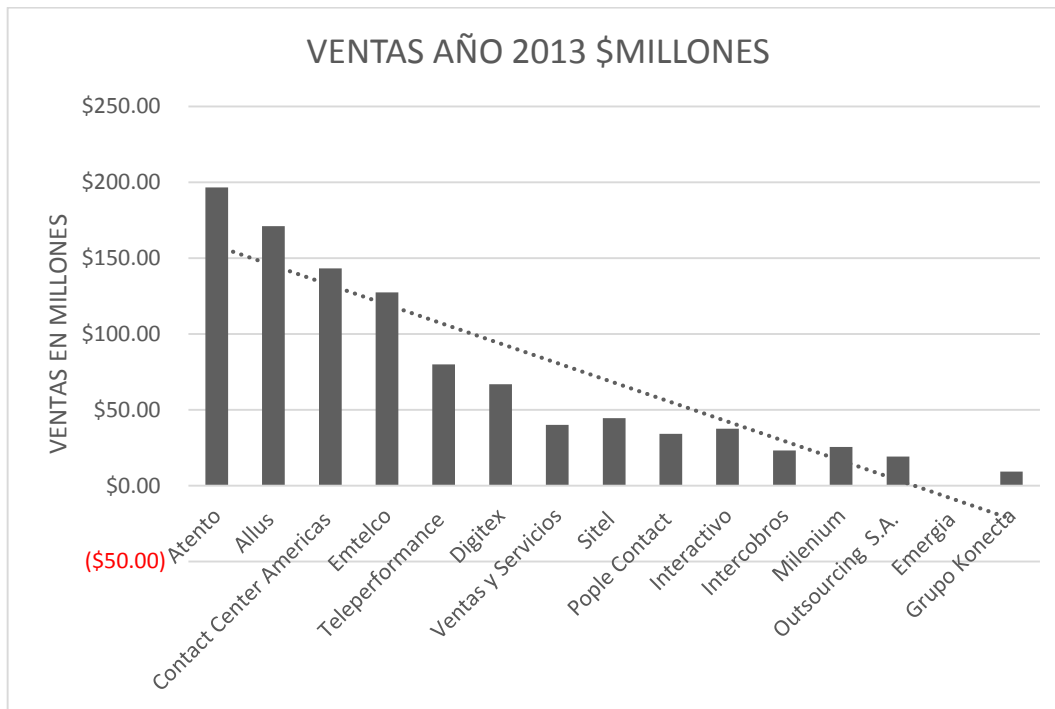
Fuente: Elaboración Propia. En esta grafica se realiza el análisis de las utilidades netas durante el año 2014

Asi mismo en la tendencia en la utilidad neta se puede determinar que se mantuvo en comparación al año 2013 pero a ello agregando que la competencia de las compañías que vienen en ascenso tienen una perspectiva a futuro de ser determinantes en los márgenes de utilidad que la industria deje volviéndola atractiva para la inversión y la consecución de nuevos mercados.

La habilidad para orientar los procesos de un negocio de manera horizontal y no vertical, se convertirá en el punto de partida para el éxito de las empresas. Es conveniente no desperdiciar recursos y esfuerzos en todos los procesos que forman la empresa, se deben focalizar estos mismos hacia el *CORE BUSINESS* asignando a terceros la responsabilidad de asimilar este como un gasto fundamental para la organización.

Los resultados obtenidos por el Outsourcing se podrían producir de manera más completa con BPO debido al alcance que este maneja, en donde el proveedor no asume solo la responsabilidad de cumplir con una parte de la organización que lo contrata, sino que se encarga de desarrollar una reingeniería sobre la forma en que se elabora dicha función

Figura. 5. Ventas año 2013



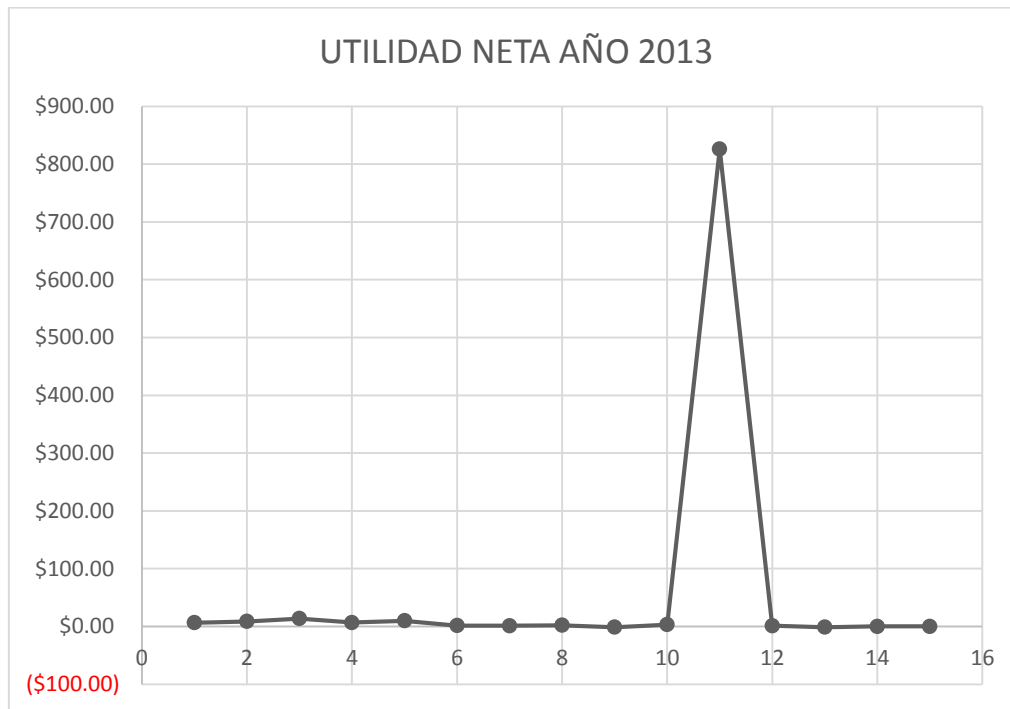
Fuente: Elaboración Propia. En esta grafica se realiza el análisis lineal de las ventas del año 2013 de las empresas BPO

En la figura 5 se muestra las ventas en millones del año 2013 por las diferentes compañías BPO en Colombia demostrando con ello la capacidad y la tendencia en el alza de las mismas siendo Atento la que más ha vendido este servicio contra el grupo Conecta.

El BPO no solo se busca el manejo de un proceso, de acuerdo a las necesidades de la empresa, esta herramienta lo que espera es tercerizar multiprocesos que lleven a alcanzar las metas tanto financieras como el valor que se espera por la empresa que perciba el cliente con el producto y servicio. Así las cosas, los proveedores de Outsourcing están comenzando a ofrecer servicios con una mejor estrategia a las empresas que los contratan, en donde se responsabilizan de la administración de procesos completos, entregan especialidades de procesos selectivos y reducen costos de la distribución simplificando el proceso a BPO.

Con lo anterior el Outsourcing concebido ahora como BPO puede implementarse de acuerdo a las necesidades del negocio en el nivel que se requiera, tomando como punto de partida la disposición de riesgo y liderazgo que está dispuesta asumir la compañía.

Figura. 6.Utilidad Neta año 2013



Fuente: Elaboración Propia. En esta gráfica se realiza el análisis de las utilidades netas durante el año 2013

En la gráfica anterior se muestra la utilidad Neta que dejaron las ventas en la industria BPO llegando a los 8 mil millones de pesos durante el año 2013. En Colombia, el comportamiento empresarial se puede explicar a partir de índices económicos y estadísticas procedentes de diversos estudios de universidades e institutos que buscan evaluar el comportamiento de las organizaciones con el fin de mostrar un panorama de los procesos y procedimientos que permiten la formulación de herramientas para analizar y aportar a la productividad y competitividad de las organizaciones.

Sin embargo, es importante hacer énfasis en que las bases teóricas de dichas herramientas deben surgir a partir de estudios realizados en las instituciones y/o universidades académicas con el fin de abordar un panorama general de los aparatos que permiten la evolución organizaciones de los diversos sectores del país.

INSTRUMENTO

Los instrumentos que se tomaron en cuenta para la presente investigación se enuncian a continuación:

Documentos y estadísticas: Los documentos empleados son referencias y datos estadísticos de las diferentes empresas que en Colombia ofrecen servicios de Contact Center, documentos técnicos y datos que han sido objeto de estudio por diferentes entidades entre ellas algunos que son de referencia de tipo académico.

Registros de archivos: Los registros que se tendrán en cuenta son objeto de estudio de los diferentes planes de mercadeo de las diferentes empresas que son competitivas en el mercado.

Entrevistas (Encuestas): Las entrevistas a realizar se harán a personas que hacen parte de la planta de empleados y el sector administrativo de alguna de las empresas reconocidas en Colombia en este caso

específico OUTSOURCING SA Que en la actualidad son competentes en el servicio de tercerización en Colombia y en otros países.

Referencias Bibliográficas: Con las fuentes que se han citado servirán para ampliar el contexto de la investigación y de lo que en la actualidad existe como información en la prestación de los servicios de tercerización en nuestro país.

Trabajo de campo

Como trabajo de campo se encuestaron a 15 personas pertenecientes a OUTSOURCING.SA siguiente análisis y resultados de la encuesta realizada, de acuerdo a la población de muestra en las que fueron encuestadas 15 personas los resultados tabulados fueron los siguientes

En la tabla siguiente se encuentra la ponderación de la población objeto de estudio y la cantidad de los encuestados, así mismo se realiza el análisis en el trabajo de campo. Específicamente, con este proyecto de grado se analizó el estado actual del BPO y Outsourcing en Colombia en cuanto a resultados académicos se refiere y en la medida de lo posible contribuir a establecer los conocimientos previos sobre el tema, que permita en un futuro no muy lejano promover proyectos que contribuyan a alcanzar dicha competitividad y productividad en las organizaciones por medio de capacitaciones con instrumentos académicos producidos desde y hacia este país.

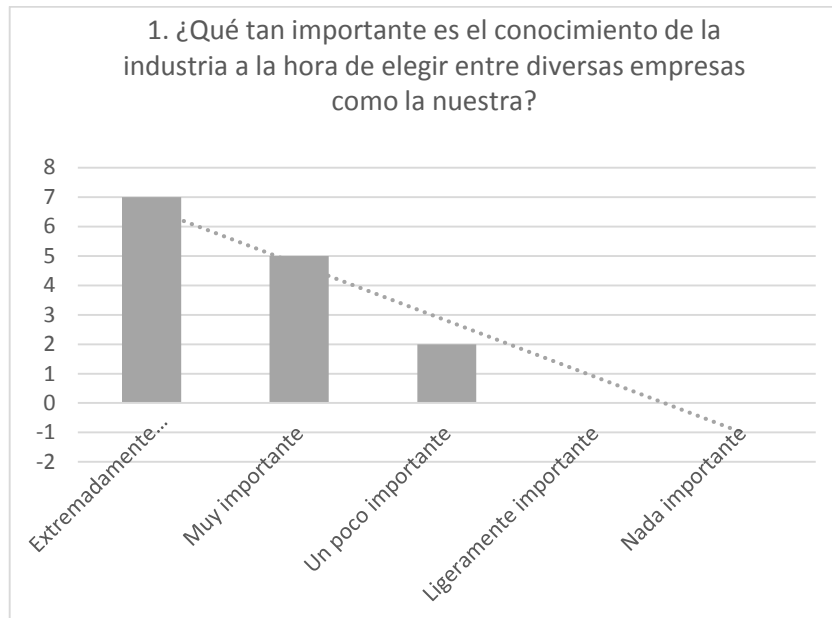
En el contexto actual de globalización, en donde las economías de los países se integran al punto de volverse interdependientes, sumado a la ampliación de los mercados, la competencia, la capacidad de respuesta a los cambios, las fusiones empresariales y la escasez de mano de obra calificada, ha surgido una nueva manera de llevar a cabo los procesos empresariales, la cual busca traspasar las fronteras optimizando procesos específicos de negocios mediante la subcontratación de estos, esta nueva tendencia es conocida como BPO.

Tabla 3. Ponderación de preguntas y población

P/R	Extremadamente importante	Muy importante	Un poco importante	Ligeramente importante	Nada importante
1. ¿Qué tan importante es el conocimiento de la industria a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?	7	5	2	0	0
2. ¿Qué tan importante es la antigüedad comercial a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?	10	3	2	0	0
3. ¿Qué tan importante es la capacidad de realizar consultas a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?	7	8	0	0	0
4. ¿Qué tan importantes son las herramientas y la tecnología ofrecidas a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?	10	5	0	0	0
5. ¿Qué tan importantes son las referencias personales a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?	7	7	1	0	0
6. ¿Qué tan importante es el costo a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?	9	3	3	0	0

Fuente: *Elaboración Propia. Análisis de datos estadísticos de encuesta realizada a población de estudio*

RESULTADOS



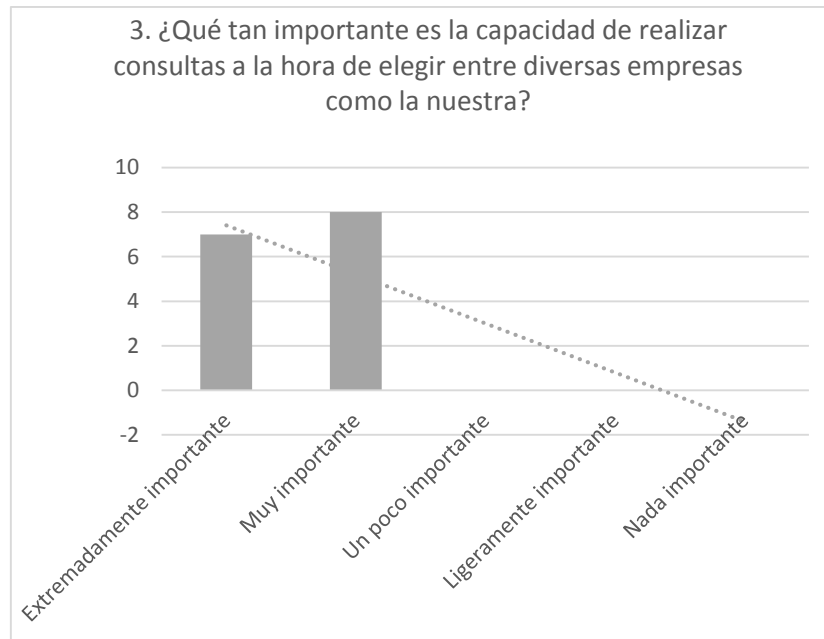
Fuente: Elaboración Propia. Análisis ¿Qué tan importante es el conocimiento de la industria a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?

De acuerdo al análisis realizado de la importancia de la industria y su competitividad para el recurso humano el principal elemento para el desarrollo de este tipo de empresas en una población de 15 personas se determinó un alto porcentaje y favorabilidad en cuanto al conocimiento de la industria para elegir la empresa objeto de la muestra tomada.



Fuente: Elaboración Propia. Tabulación de datos por pregunta hecha ¿Qué tan importante es la antigüedad comercial a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?

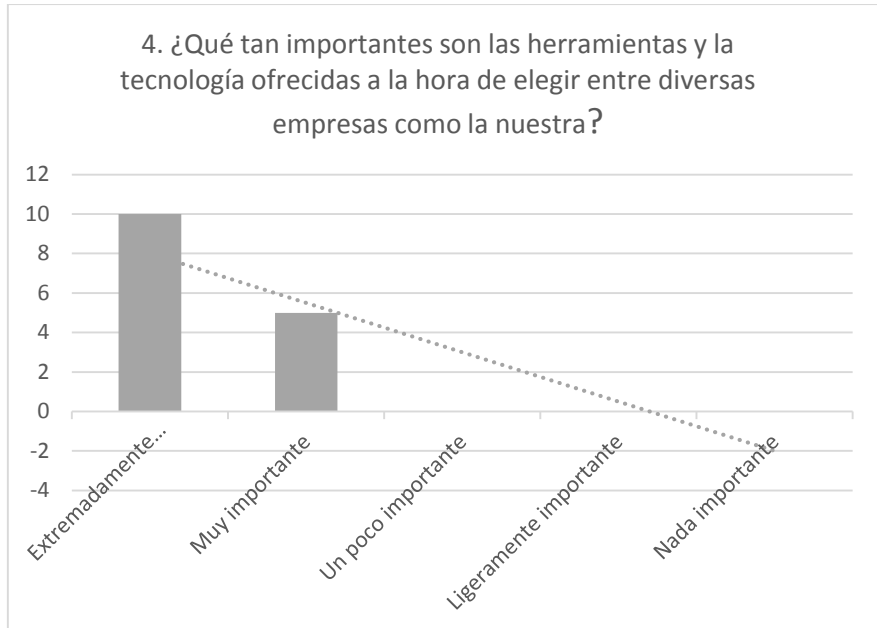
En la afirmación de la importancia en la antigüedad comercial al elegir empresas como la nuestra se demostro algo similar en la anterior pregunta a lo cual fue determinante en un alto porcentaje la favorabilidad de la poblacion en el momento de opinar sobre esta pregunta lo cual señala la necesidad y la confianza que genera la industria en la antigüedad commercial que a bien tenga.



Fuente: Elaboración Propia. Análisis ¿Qué tan importante es la capacidad de realizar consultas a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?

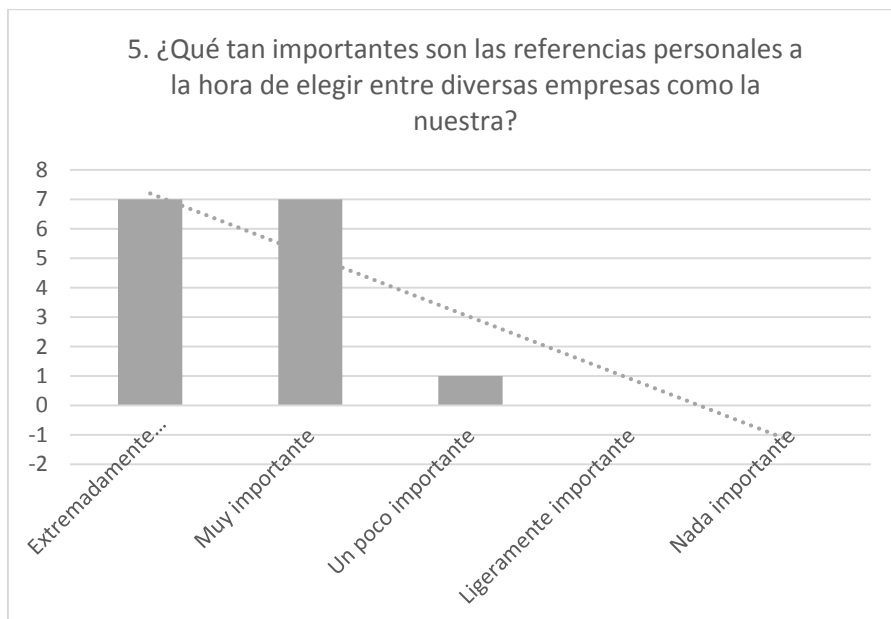
Para analizar la capacidad de realizar consultas para un alto sector de la población objeto de estudio determino el grado de importancia prácticamente en un 100% entre muy importante y extremadamente a lo cual para el personal que colaboro con la encuesta realizada hace notorio la tendencia en su concepción frente a la industria BPO

Entre las principales características del Outsourcing y BPO, se encuentra que existen varios factores que los componen, los cuales son Cliente, Vendedor y Proyecto. El cliente es la persona u organización que le gustaría externalizar un proyecto dado, por esta razón acude a la externalización como una herramienta para lograr alcanzar los objetivos de la empresa con eficacia y eficiencia. Los clientes pueden ser tanto de una organización general o un área específica de la misma. El Vendedor, es quien provee el servicio y se hará cargo de llevar a cabo la externalización del proyecto, este también puede ser una organización externa de la compañía o una subsidiaria de la organización. Finalmente el proyecto es lo que llegará a ser externalizado con determinadas herramientas.



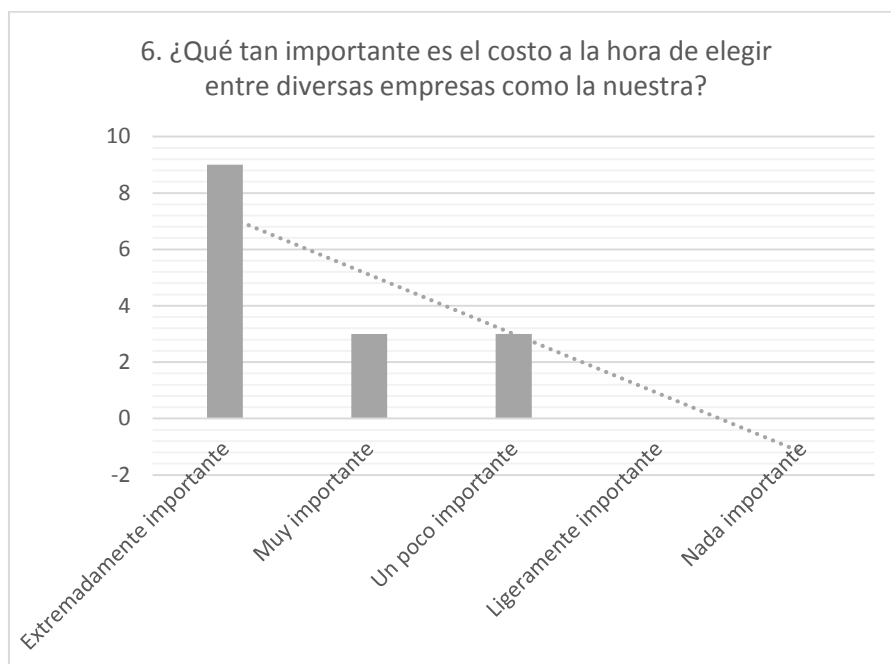
Fuente: Elaboración Propia. Análisis ¿Qué tan importantes son las herramientas y la tecnología ofrecidas a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?

Para la toma de la muestra también se enfatizó en las herramientas y tecnología utilizado por el sector y la industria BPO lo que genera de nuevo que para sus empleados se hace extremadamente importante el uso de tecnología y herramientas que ofrezcan garantías a la hora de elegir este tipo de servicios con el fin de hacerlo competitivo.



Fuente: Elaboración Propia. Análisis. ¿Qué tan importantes son las referencias personales a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?

Para el sector y la población objeto de estudio la concepción de las referencias personales son esenciales ya que esto se logra analizar como un potencial que se vuelve multiplicador a la hora de vender este servicio y la calidad del mismo, ya que como bien se sabe uno de los grandes potenciales en la industria es la atención al cliente.

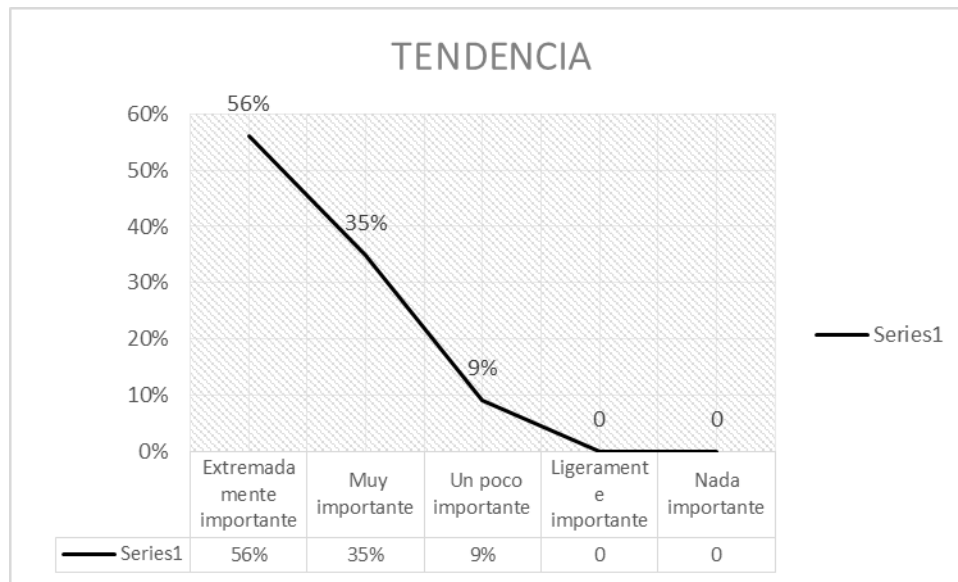


Fuente: Elaboración Propia. Análisis. *¿Qué tan importante es el costo a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?*

Por ultimo se hace énfasis en el costo y la preferencia de sus clientes al elegir esta empresa para la compra de servicios BPO demostrando así que en el Mercado una forma de competencia además de lo que encierra la integralidad en el servicio que se vende son los precios que deben ir de la mano con la calidad del producto en este caso el servicio de la compañía.

De acuerdo al análisis encontrado podemos determinar lo importante que es el servicio BPO y la implementación del mismo en donde la muestra se tomó de la base del recurso humano el cual es la base de la sostenibilidad y proyección de este tipo de organizaciones donde encontramos una percepción homogénea y aceptable; de igual manera de acuerdo a los hallazgos encontrados tanto en la investigación y análisis bibliográfico como en los datos estimados en el trabajo de campo porcentajes aceptables y con perspectivas muy positivas hacia este campo.

Figura. 7. Tendencia



Fuente. Elaboración propia. *Tendencia de las personas encuestadas de acuerdo a lo contestado*

Realizando el análisis que se determinó en la encuesta de acuerdo a la figura 7 y figura 8 encontramos un alto porcentaje que determino la importancia en las actividades y en el empleo de la tecnología para la funcionalidad de este tipo de organizaciones encontrando un 56% extremadamente importante; de igual manera para la población objeto de estudio el ítem de muy importante está en un 35% y para algunos ciertos aspectos lo consideran poco importante y están en un 9%, para cual como se mencionó anteriormente es muy aceptable y necesaria la implementación de este tipo de servicios BPO esencialmente en OUTSOURCING SA escogida para esta investigación ya que en la actualidad ofrece servicios de tercerización.

HIPÓTESIS COMPROBADAS

HIPOTESIS I: La industria Colombiana de tercerización se ha enfocado de manera positiva en ofrecer servicios de Call center, logrando metas financieras que se reflejan en la economía del país. Así las cosas, se considera que se deben destinar recursos por parte del Estado, Universidades y empresas, focalizados a nuevas oportunidades de negocios, a desarrollar ideas de tercerización más complejas e innovadoras que puedan ofrecer al mercado internacional oportunidades diferenciales y con un valor agregado frente a la competencia.

HIPOTESIS II: Los proveedores colombianos prestadores de servicios de tercerización, deben adaptarse a las necesidades del mercado y desarrollar actividades encaminadas no solo hacia una economía de explotación de recursos sino a la elaboración de procesos estratégicos para el manejo de dichos recursos bajo la metodología de BPO, en la que se manejen altos estándares de calidad, que logren convertirse en un criterio de confianza para las empresas inversionistas.

CONCLUSIONES

Existe una diferenciación pronunciada entre los conceptos de Business Process Outsourcing y Outsourcing tradicional, donde se evidencia que el BPO contiene al Outsourcing y le proporciona al cliente mayores beneficios por medio de planeación estrategia acorde a las segmentaciones del mercado, análisis financiero y diversas estrategias que ayudan al desarrollo del negocio.

El concepto de BPO ha sufrido ciertas transformaciones a través del tiempo, comenzando con Outsourcing tradicional cuyo objetivo se trataba de entregar la función a un especialista para bajar costos y enfocar a los ejecutivos en el core business, luego este concepto se amplía y se direcciona a mejorar las funciones ajenas al core business para recortar gastos y ganar flexibilidad frente a las necesidades del negocio; finalmente aparece el BPO cuya base es optimizar la forma de trabajo en el negocio transformando los procesos en pro de alcanzar cambios y mejorar el rendimiento empresarial.

El precio juega un papel muy importante, siempre se busca la mejor relación costo beneficio y se habla de la administración del activo más valioso de la compañía como lo son sus clientes, por eso hay que hacerlo con el mejor y el que le brinde mayor seguridad, siempre será la oferta de valor diferenciadora de relacionamiento con el cliente, agregación de valor, talento humano experto, excelencia operacional y estrategia de solución al primer contacto, hace que nuestro precio guarde relación con la oferta que tenemos para su compañía, lo cual le ayudará a conseguir mejores resultados”.

Estas empresas pueden tener la funcionalidad también de alquilar puestos o tecnología ya que en estas organizaciones se trabaja bajo diferentes modalidades de operación (Outsourcing, insourcing, cosourcing) esto permite flexibilidad al momento de atender los requerimientos de los clientes.

Colombia cuenta con aspectos favorables para el desarrollo como potencia en la prestación de servicios de BPO, tales como la ubicación geográfica, su acento neutro y el recurso humano capacitado disponible. Sin embargo, lo anterior, debe estar focalizado hacia una estrategia que logre encaminar inversiones extranjeras para el desarrollo de las empresas colombianas. Dicha estrategia debe fundamentarse en el desarrollo de tecnologías y conocimientos que logren ubicar a Colombia al nivel de BPO que se maneja en el exterior.

ANEXOS (FORMATO DE ENCUESTAS)

1. ¿Qué tan importante es el conocimiento de la industria a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?

- Extremadamente importante
- Muy importante
- Un poco importante
- Ligeramente importante
- Nada importante

2. ¿Qué tan importante es la antigüedad comercial a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?

- Extremadamente importante
- Muy importante
- Un poco importante
- Ligeramente importante
- Nada importante

3. ¿Qué tan importante es la capacidad de realizar consultas a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?

- Extremadamente importante
- Muy importante

- Un poco importante
- Ligeramente importante
- Nada importante

4. ¿Qué tan importantes son las herramientas y la tecnología ofrecidas a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?

- Extremadamente importante
- Muy importante
- Un poco importante
- Ligeramente importante
- Nada importante

5. ¿Qué tan importantes son las referencias personales a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?

- Extremadamente importante
- Muy importante
- Un poco importante
- Ligeramente importante
- Nada importante

6. ¿Qué tan importante es el costo a la hora de elegir entre diversas empresas como la nuestra?

- Extremadamente importante
- Muy importante
- Un poco importante
- Ligeramente importante
- Nada importante

BIBLIOGRAFÍA

F. O. (2010). *Fabrizio Operti 2010*.

Adán, S. (2007). *Smith Adán 2007*.

Aguilar, C. (2012). Outsourcing o Contratación? *Disponible en internet: <http://goo.gl/u88Cl>*.

Cadena., R. (08-Mayo-2012). Exportar servicios, una alternativa potente. *Revista Cadena*.

Digital., P. (2012). Buen destino de inversión para la industria mundial de TI. *Politica Digital*.

DINERO., R. ([Citado 20–Octubre-2011]). Tercerización de procesos BPO y Outsourcing. *REVISTA DINERO*. .

E-GO., R. (2012). *SENA, crea mesa sectorial de BPO*.

Florez, R. (2007). Tercerización en Colombia. . *Tercerización en Colombia*. .

García, M. P. (2010). Asociación Colombiana de Empresas de Servicios Temporales. *Asociación Colombiana de Empresas de Servicios Temporales*.

Hernandez Alejandro, m. d. (América Latina - 5ª Edición. 2011). “Evolución del Shared service center y transformación a BPO”. “*Evolución del Shared service center y transformación a BPO*”.

Isaac, I. S. (2012). La tercerización del empleo. *La tercerización del empleo*.

Moncada, C. (2000,). *Implicaciones Laborales del Outsourcing*. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de ciencias Jurídicas. Departamento de Derecho Laboral. Santa Fe de Bogotá, D.C. 126 H. Trabajo de Grado (Derecho).

Opertti, F. (2010). (*Fabrizio Opertti 2010*), .

PEREZ, C. M. (12 de Feb de 2012). *Disponible en internet: <http://goo.gl/ssTUQ>*. Obtenido de <http://goo.gl/ssTUQ>.

Proexport, P. (2010). *El sector de servicios tercerizados*. Bogota.

Rivera. (2011). *Rivera, 2011*.

Santiago Pinzón. (2008). Sectores Tercerizados de la Andi. *Sectores Tercerizados de la Andi*. Bogota.

SCRIBD. (2009.). *Guía de inversión en el sector BPO*. Medellín, Colombia. .

United System Services, 2. (2010). *United System Services, 2010*.

World Development Indicators (WDI). (2011). World Development Indicators (WDI).

RECONOCIMIENTO

A la Universidad Militar Nueva Granada, por Su receptividad y apoyo a la investigación científica, factor que nos permite una verdadera formación integral, con capacidad para formular nuevas propuestas. Al personal de docentes de la Universidad Militar Nueva Granada que con su ayuda hizo posible este trabajo quienes nos orientaron con sus mejores aportes académicos, su dedicación logrando despertar en nosotros motivos de trabajo.

BIOGRAFIA

Ana Milena Domínguez Flórez es profesional en Relaciones Internacionales y estudios Políticos por la Universidad Militar Nueva Granada Especialista en Alta gerencia de la Seguridad Nacional y en la actualidad alumna del programa de Derecho de la Universidad La Gran Colombia. Se puede contactar en la, Calle 94ª# 16-51, Piso 302, Sandra Chacón Asesorías S.A.S. Nit 900792673., Correo electrónico ana_mile_7@hotmail.com