

Fortalecimiento de una empresa dedicada a la administración de oficinas virtuales en la ciudad de Ibagué



**Fortalecimiento de una empresa dedicada a la administración de oficinas virtuales  
en la ciudad de Ibagué**

Libardo Antonio Moreno Torres

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual y a Distancia

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Noviembre de 2021

Fortalecimiento de una empresa dedicada a la administración de oficinas virtuales en la ciudad de Ibagué

**Fortalecimiento de una empresa dedicada a la administración de oficinas virtuales  
en la ciudad de Ibagué**

Libardo Antonio Moreno Torres

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia de  
Proyectos

Docente: Adrián Camilo González López  
Administrador de Negocios Internacionales  
Magister en Gerencia de Proyectos

Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Rectoría Virtual y a Distancia  
Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

Noviembre de 2021

Proyecto de ejecución de una empresa dedicada a la administración de oficinas virtuales en la ciudad de Ibagué

### **Dedicatoria**

Este proyecto lo dedico en primer lugar a **Dios** por ser el motor de nuestra existencia, porque me permitió no desfallecer en ningún momento y sin ÉL nada sería posible.

A mi **familia** por su apoyo, a mis amigos y amigas por sus palabras de aliento y confianza en mí, por enseñarme a descubrir mis talentos y habilidades.

A mis hermosas **princesas** que son mi motor de vida.

Y por último a mi esfuerzo, compromiso y resiliencia para no claudicar en aquellos momentos difíciles de este ciclo académico.

Proyecto de ejecución de una empresa dedicada a la administración de oficinas virtuales en la ciudad de Ibagué

### **Agradecimientos**

Mi agradecimiento con una Institución a la que debo mi crecimiento profesional y personal, aquella donde construí con mis ideas y propuestas el fortalecimiento de una Universidad con visión de desarrollo regional e innovador.

Igualmente, al personal directivo y Académico de la Universidad, muy especialmente a la Dra. Sandra Riveros quien me permitió desde diferentes representaciones estudiantiles aportar un granito de arena no solo a mi Programa de carrera profesional sino a todas las instancias donde mi ayuda fuera necesaria.

Mis más sinceros agradecimientos a mi tutor de proyecto, Profesor Adrián González por sus aportes profesionales y personales para mi vida. Gracias por su guía, la cual fue parte fundamental en la construcción diaria de este proyecto.

Deseo hacer extensiva mi gratitud a cada una de las personas que me apoyaron en la construcción y elaboración de este proyecto, es un sueño importante para mi vida profesional y laboral.

A todos ... MUCHAS GRACIAS

## Contenido

Lista de tablas .....	7
Lista de figuras .....	8
Lista de anexos.....	9
Resumen .....	10
Abstract.....	12
Introducción.....	14
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.1 Descripción del problema .....	15
1.1.1 Diagrama de Ishikawa.....	15
1.1.2 Análisis del diagrama de Ishikawa .....	16
2. OBJETIVOS.....	18
2.1. Objetivo general .....	18
2.2. Objetivos específicos .....	18
3. JUSTIFICACIÓN .....	19
4. DE LA ORGANIZACIÓN .....	20
4.1. Historia de la organización .....	20
4.2. El Core Business y la estructura de negocio .....	21
4.3. Planeación estratégica.....	22
4.4. Estructura organizacional .....	23
5. REFERENTE TEÓRICO PARA ABORDAR EL PROBLEMA.....	24
6. ESTADO DEL ARTE DE LA SITUACIÓN PROBLEMA: PROYECTOS SIMILARES EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS	29
7. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN PROBLEMA.....	33
7.1. Metodología de diagnóstico .....	33
7.2. Recolección de la información.....	35
7.2.1. Descripción metodológica del proceso de recolección de información de fuentes primarias ...	35
7.2.2. Herramienta de recolección de información.....	38

Proyecto de ejecución de una empresa dedicada a la administración de oficinas virtuales en la ciudad de Ibagué

7.3. Organización de la información .....	39
7.4. Análisis e interpretación de la información .....	40
8. DISEÑO DEL PLAN DE MEJORA .....	49
8.1. Objetivo del plan de mejora .....	49
8.2. Planificación de acciones de mejora.....	49
8.3. Descripción gráfica de la implementación .....	50
8.4. Impacto esperado de las acciones de mejora .....	51
9. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN .....	53
10. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN .....	54
11. INDICADORES DE SEGUIMIENTO .....	55
<b>Alcance</b> .....	55
12. EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO .....	57
13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	59
Referencias .....	60
Anexos.....	64

### **Lista de tablas**

Tabla 1 - Número de Empresas registradas en 2018 en CCI .....	35
Tabla 2 - Número de Empresas registradas en CCI por municipios .....	35
Tabla 3 - Número de Empresas registradas en CCI por Tipo de Sociedad - 2018 .....	36
Tabla 4 - Número de Empresas registradas en CCI por Sector y Actividad Económica - 2018 ..	36
Tabla 5 - Número de Empresas registradas en CCI según el tamaño .....	38
Tabla 6 - Número de empresas encuestadas .....	40
Tabla 7 - Fases de implementación del Proyecto.....	50
Tabla 8 - Presupuesto de Inversión inicial del proyecto .....	53
Tabla 9 - cronograma de implementación del proyecto.....	54
Tabla 10 - Tabla de Indicadores de Pertinencia.....	56

## Lista de figuras

Ilustración 1 - Descripción del Problema.....	15
Ilustración 2 - Logo de la Empresa .....	20
Ilustración 3 - Portafolio de Servicios .....	22
Ilustración 4 - Organigrama - Trinex Chile SAS .....	23
Ilustración 5 - Países líderes en innovación 2018.....	25
Ilustración 6 - Clasificación de las Pyme.....	34
Ilustración 7 – Segmentación.....	39
Ilustración 8 - Actividad Comercial de Empresas Encuestadas.....	41
Ilustración 9 - Estadística de conocimiento de las empresas sobre Oficinas Virtuales .....	42
Ilustración 10 - Ventajas y beneficios de una Oficina Virtual.....	43
Ilustración 11 - Paquetes de Servicios para Empresarios .....	44
Ilustración 12 - Planeación de las acciones de mejora.....	49



Proyecto de ejecución de una empresa dedicada a la administración de oficinas virtuales en la ciudad de Ibagué

**Lista de anexos**

Anexo 1- Formato de Encuesta..... 64  
Anexo 2 - Proyección de ventas - Año 1 ..... 65

## **Resumen**

La situación económica a nivel global es cada vez más profunda y lenta de recuperarse debido a la pandemia a causa del Covid 19 y demás factores particulares en algunos países del mundo (guerras internas, aumento del precio del petróleo).

Cada país afronta situaciones particulares que manifiesta problemas de índole social, político, y económico. Este último problema se refleja en indicadores realmente preocupantes como desempleo, cierre y liquidación de empresas, embargos a establecimientos, baja de salarios, bajo índice de consumo de las familias, etc.

En la anterior problemática están inmersas las micro, pequeñas empresas y profesionales independientes que le han apostado a sus ideas de negocios, productos y servicios en un mercado competitivo y de constante evolución.

La llegada del Covid 19 ocasionó que estas empresas cerraran sus establecimientos comerciales, despidieran a sus empleados, aumentaran su cartera y sus compromisos con las entidades bancarias se aplazaran por el bajo consumo de compra de sus productos y/o servicios.

Sin embargo, estas empresas, los propietarios desde sus casas logran de manera empírica o con pocas herramientas tecnológicas poder llegar con sus productos y servicios a los clientes y no perder contacto con el mercado, tratando de sobrevivir en el sector económico donde se desarrolla su actividad comercial.

Teniendo en cuenta la problemática anteriormente planteada buscamos investigar algunas herramientas tecnológicas y digitales que permitieran fusionar la administración, el desarrollo comercial de las empresas y el contacto diario con los clientes a muy bajo costo y sin necesidad de tener una oficina física y personal que se deba contratar para labores administrativas.

Finalmente se presentó la idea del proyecto de OFICINAS VIRTUALES el cual se expone como una solución digital que permite al pequeño empresario o profesional independiente tener un espacio digital de su empresa o negocio en una web y servicios

Proyecto de ejecución de una empresa dedicada a la administración de oficinas virtuales en la ciudad de Ibagué

adicionales como algunos de ellos son: correos corporativos, recepcionista digital, agendamiento de citas con clientes, servicios de contabilidad, asesorías jurídicas, facturación, etc.

*Palabras clave:*

Innovación, marketing digital, virtualidad, e-commerce, SARS Covid-19

## **Abstract**

The global economic situation is increasingly deep and slow to recover due to the pandemic caused by Covid 19 and other particular factors in some countries of the world (internal wars, increase in the price of oil).

Each country faces particular situations that manifest problems of a social, political, and economic nature. This last problem is reflected in really worrying indicators such as unemployment, closing and liquidation of companies, seizures on establishments, low wages, low consumption rate by families, etc.

Micro, small companies and independent professionals who have bet on their business ideas, products and services in a competitive and constantly evolving market are immersed in the above problem.

The arrival of Covid 19 caused these companies to close their commercial establishments, lay off their employees, increase their portfolio and their commitments with banking entities were postponed due to the low consumption of purchasing their products and / or services.

However, these companies, the owners from their homes, achieve empirically or with few technological tools to be able to reach customers with their products and services and not lose contact with the market, trying to survive in the economic sector where their activity takes place. commercial.

Taking into account the problems raised above, we seek to investigate some technological and digital tools that allow merging the administration, the commercial development of the companies and the daily contact with the clients at a very low cost and without the need to have a physical and personal office that is due hire for administrative tasks.

Finally, the idea of the VIRTUAL OFFICES project was presented, which is presented as a digital solution that allows the small businessman or independent professional to have a digital space for their company or business on a website and additional services such as: corporate emails, digital receptionist, scheduling appointments with clients, accounting services, legal advice, billing, etc.

Proyecto de ejecución de una empresa dedicada a la administración de oficinas virtuales en la ciudad de Ibagué

*Keywords:* Innovación, marketing digital, virtualidad, e-commerce, SARS Covid-19

## **Introducción**

Con el presente trabajo se busca la factibilidad técnica y financiera de una empresa de prestación de servicio de secretarías virtuales.

Este modelo de negocio está proyectado a trabajadores y/o profesionales independientes, emprendedores, microempresas y MiPymes. Es decir, empresas que desarrollan sus actividades en distintas áreas del sector de la economía local, las cuales no cuentan con un recurso humano acorde al modelo de crecimiento de sus empresas y buscan alternativas para gestionarlas administrativa y financieramente y poder generar servicios rentables en un nicho de mercado escogido.

El modelo de Oficinas Virtuales ofrecerá servicios acordes a las necesidades de este tipo de clientes tales como gestión de redes sociales, recepción/emisión de llamadas, gestión de email, agendamiento de citas, facturación, cobro de cartera, gestión comercial, marketing de clientes, gestión contable.

El objetivo es generar una herramienta administrativa y financiera virtual a bajo costo para la operación de empresas que, a pesar del cierre físico de sus instalaciones, la operación comercial y administrativa continua, buscando siempre buenos resultados financieros

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

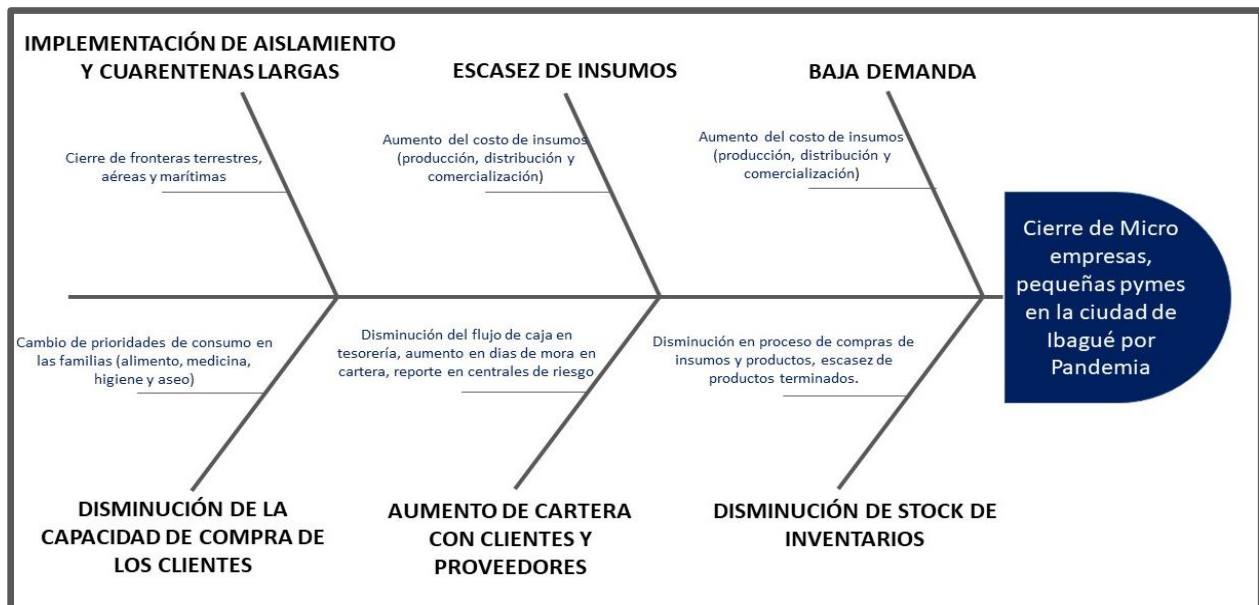
### 1.1 Descripción del problema

La presente situación sanitaria debido al covid 19 ocasionó que algunos rubros presupuestales contemplados por las empresas para su mantenimiento y operación tuvieron que ser disminuidos o trasladados a otras unidades de negocio para no generar utilidades negativas en el primer semestre del año 2020. Algunos de esos rubros correspondían a la disminución de personal (despido, suspensión del contrato laboral), disminución de salarios, entrega de locales en arrendamientos, etc.

Igualmente, los profesionales independientes (Ing civiles, arquitectos, abogados, contadores, odontólogos, corredores de seguros, agentes inmobiliarios, etc) optaron por trasladar las oficinas a sus casas, entregando locales donde desempeñaban su labor profesional y ocasionando el despido de personal, entregas de líneas telefónicas, planes de internet, etc.

#### 1.1.1 Diagrama de Ishikawa

Ilustración 1 - Descripción del Problema



Fuente: Elaboración Propia

### 1.1.2 Análisis del diagrama de Ishikawa

Las causas que generaron la formulación del problema “Cierre de microempresas, pequeñas pymes en la ciudad de Ibagué por pandemia” se detallan en el diagrama de Ishikawa teniendo en cuenta la realidad suscitada desde el 15 de marzo de 2020 con la llegada del primer caso de covid-19 a Colombia y posteriormente las medidas adoptadas por el Gobierno Nacional para la prevención y mitigación del riesgo de contagio por covid-19 en la población.

Cada una de estas medidas tanto en temas de salud, financieros y políticos afectaron directa e indirectamente al sector empresarial formal y pequeños empresarios y emprendedores de negocios.

Algunas de estas medidas en temas de salud iniciaron con promover el adecuado y permanente lavado de manos y la desinfección de puestos de trabajo; suministrar información clara y oportuna sobre las medidas preventivas y de contención de la COVID-19; reportar cualquier sospecha de síntomas o contacto con persona diagnosticada con la enfermedad; impartir capacitación en prevención contra el COVID-19 al personal de migraciones, salud, aseo y limpieza; e informar inmediatamente cualquier caso sospechoso a la Secretaría de Salud o Dirección Territorial de Salud de su jurisdicción.

Igualmente, en lo político el gobierno colombiano ordenó el aislamiento preventivo obligatorio para todos los habitantes del país desde el 24 de marzo hasta el 31 de agosto. Se limitó la libre circulación de personas y vehículos en el territorio nacional con algunas excepciones específicas, por ejemplo: asistencia y prestación de servicios de salud y adquisición de bienes de primera necesidad, entre muchas otra.

Las anteriores medidas a corto y largo plazo causaron daños irreparables en las empresas pequeñas en la ciudad de Ibagué, las cuales no contaban con flujos de caja en sus cuentas para solventar la baja en ventas que se aproximaba y la disminución en los inventarios de insumos para la producción de sus productos.

Cada pequeña empresa o empleado independiente vio reflejado en sus resultados financieros comportamientos a la baja de sus ingresos, aumento de cartera con clientes,



incumplimiento en pagos con empleados y sector bancario, lo cual originó el cierre temporal o en algunos definitivo de sus empresas.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1.Objetivo general**

Implementar un modelo de servicio en la Empresa Trinex Chile SAS llamado OFICINAS VIRTUALES en la ciudad de Ibagué que permita optimizar recursos en las gestiones administrativas, financiera y comercial de las empresas.

### **2.2.Objetivos específicos**

- a. Analizar la importancia de la implementación del modelo de Oficinas Virtuales en la ciudad de Ibagué y los diferentes campos de trabajo en el área de comercialización donde se pueden implementar.
- b. Determinar las herramientas necesarias en la implementación de oficinas virtuales para que las empresas optimicen recursos en el área administrativa y comercial.
- c. Enumerar los beneficios, ventajas y alternativas de mejora de las oficinas virtuales para las empresas de la ciudad de Ibagué

### 3. JUSTIFICACIÓN

Cada país afronta situaciones particulares que manifiesta problemas de índole social, político, y económico. Este último problema se refleja en indicadores realmente preocupantes como desempleo, cierre y liquidación de empresas, embargos a establecimientos, baja de salarios, bajo índice de consumo de las familias, etc.

De estas situaciones no se escapan los profesionales independientes y las empresas de ninguno de los sectores económicos del país. Cada una desde la micro, mediana y grande han afrontado situaciones que los ponen a generar alternativas de solución para palear un poco esta situación tan difícil para sus ideas de negocio y poder redefinir sus esfuerzos físicos y económicos a modelos de servicio más eficientes e igualmente rentables.

Sin embargo, algunas de estas empresas actualmente sin perder clientes ni calidad en sus productos y servicios tratan de ser más competitivas y eficientes, buscando la manera de simplificar sus actividades y optimizar recursos, por lo que designan parte de su presupuesto en implementar y mejorar su infraestructura tecnológica y de comunicaciones.

Por su experiencia en el mercado y el conocimiento de nuevas tecnologías que han llegado a Colombia la empresa Trinex Chile inició la investigación de un modelo de negocio que incursionó en la ciudad de Santiago de Chile en el año 2009 para empresas pequeñas que no contaban con espacios físicos para sus oficinas, no tenían emails corporativos, página web ni personal que realizara labores de gestión de clientes y labores administrativas.

Este modelo de negocio llega a Colombia a inicios del año 2012 con empresas que buscan ofrecer estos mismos servicios de manera más básica y con diferentes planes de productos y precios.

Los productos empiezan en convertirse en soluciones tecnológicas y de información debido que el 100% de las empresas en Colombia constantemente buscan implementar nuevas estrategias administrativas con la finalidad de reducir costos e incrementar la productividad.

## 4. DE LA ORGANIZACIÓN

Ilustración 2 - Logo de la Empresa



Fuente: elaboración Propia

Trinex Chile SAS es una Agencia de Marketing Digital, comunicación y consultorías creada en el año 2019 en la ciudad de Ibagué por los señores Libardo Antonio Moreno Torres (colombiano) y Francisco Javier González Barria (chileno) con el fin de ofertar una gama de servicios enfocadas a las empresas del país en los diferentes sectores de la economía.

### 4.1.Historia de la organización

Trinex Chile SAS fue creada a partir de la iniciativa de dos amigos, los cuales buscaron cubrir necesidades en el ámbito digital y empresarial a organizaciones ubicadas en la ciudad de Ibagué respecto al desarrollo de su plan de marketing, su estrategia de negocios y la innovación del portafolio de productos y servicios.

Se registro ante la Cámara de Comercio de Ibagué con la Matricula N. 305927 el 03 de Julio de 2019 y ante la DIAN obtuvo el NIT. 901299449-5

El nombre Trinex proviene del prefijo **TRI** que une tres servicios que ofrece esta compañía (marketing, comunicación y consultoría) los cuales generan un **NEXo** entre sí.

#### **4.2.El Core Business y la estructura de negocio**

TRINEX es empresa Chilena - Colombiana, joven y dinámica enfocada en proveer Soluciones de servicios en Consultorías integrales específicamente en comunicación, marketing, Comercio y producción digital, con experiencia en Google Adwords, Analytics, SEO, SEM, Wordpress, Ads Facebook, Branding, Asesorías Comerciales, Marketing Digital, Gestión de Redes Sociales, Gestión Logística, Asesorías en Proyectos de Innovación y Emprendimiento, Capacitaciones y Producciones para todo tipo de empresas de los diferentes sectores de la economía, prestando servicios de alta calidad y con los mejores estándares de eficiencia y optimización de los recursos.

En cada uno de nuestros proyectos se realizan pre diseños para satisfacer las necesidades específicas de nuestros clientes y la presentación del presupuesto para que el cliente pueda determinar la magnitud de la inversión.

Contamos con un grupo de Empresas Aliadas y un grupo de profesionales multidisciplinario que nos permiten extender nuestro portafolio a la prestación de otros servicios a los que se describen en el presente documento.

Nuestros Centros de Operaciones se ubican en la ciudad de Viña del Mar CHILE y de Ibagué COLOMBIA, con una estructura organizacional ágil, conformada por personal idóneo y calificado en cada una de las Áreas que nos especializamos.

### 4.3.Planeación estratégica

Ilustración 3 - Portafolio de Servicios



Nuestra **MISIÓN** es ofrecer soluciones y servicios de calidad a cada uno de nuestros clientes permitiendo mejorar sus indicadores de competitividad y productividad logrando su posicionamiento en el mercado y crecimiento organizacional.

Nuestra **VISIÓN** es ser la empresa Regional líder en el mercado de servicios de Marketing Digital, cumpliendo los estándares de calidad y seguridad que nos identifican con un sello de innovación y buen servicio al cliente.

Fuente: Trinex Chile SAS

#### 4.4.Estructura organizacional

Ilustración 4 - Organigrama - Trinex Chile SAS



Fuente: Trinex Chile SAS

## 5. REFERENTE TEÓRICO PARA ABORDAR EL PROBLEMA

La Organización Mundial de Propiedad Intelectual destacó a Chile como el país latinoamericano mejor ubicado en su Global Innovation Index más reciente y Colombia se ubicó en el sexto lugar.

En el listado global, el país ocupó la posición 67, entre 129 economías, lo cual significó una caída de cuatro ubicaciones frente al rendimiento mostrado para la anterior entrega del índice, en la que Colombia alcanzó la ubicación 63.

Lo anterior califica a Colombia como un país comprometido con el desarrollo de nuevas tecnologías en los diferentes sectores de la economía.

De acuerdo con Ignacio Gaitán, presidente de iNNpulsa, “aunque tenemos avances importantes en temas de infraestructuras relacionadas con las tecnologías TIC’s, tenemos una brecha que superar en cuanto a infraestructura general, en particular cuando hablamos de la generación y acceso a energía eléctrica en algunas regiones de nuestro país, un elemento clave en la inclusión de más sectores de nuestra población en procesos empresariales y de innovación en distintos departamentos”. (Portafolio, 2019)

Se puede concluir que Colombia está entrando a una era de renovación y construcción de nuevas corrientes del conocimiento que nos permiten construir país a partir de importantes herramientas como la innovación y la tecnología.

La Innovación y la Tecnología - Durante los últimos años en Colombia el concepto de innovación ha retomado una gran importancia en todos los sectores de la economía y es una palabra infaltable en la elaboración de planes de desarrollo en los gobiernos nacionales y locales.

Sin embargo, cuando medimos la innovación como estándar de medición en la productividad de las empresas en Colombia los resultados son preocupantes; seguimos estando rezagados en comparación con las tendencias mundiales y regionales en esta área.

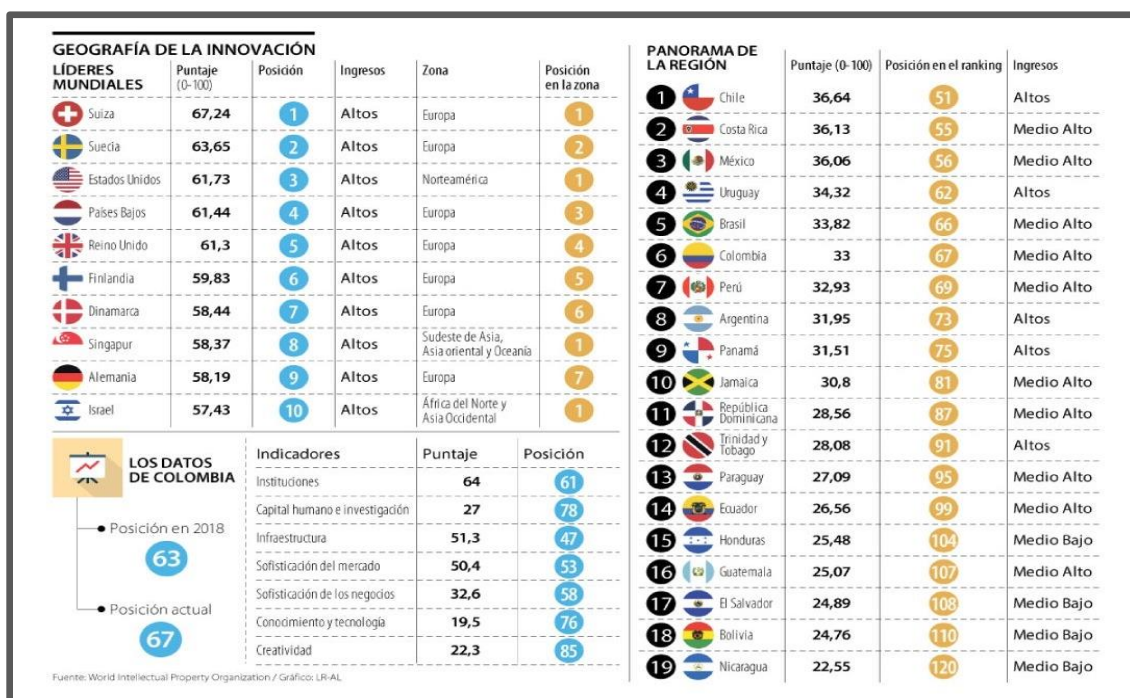


De acuerdo con datos del índice global de innovación para el año 2019, elaborado por la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) de siete regiones analizadas, América Latina y el Caribe ocupan la posición N. 5. A nivel mundial Colombia se ubicó en el puesto 67 de 129 países retrocediendo cuatro puestos con respecto al año 2018 (puesto 63). (Portafolio, 2019)

A nivel regional Colombia fue el sexto país más innovador entre 19 países con un puntaje de 33 sobre 100. El año pasado, la nación fue la quinta entre 18. En 2019 fue superada por Brasil. La calificación tuvo en cuenta ítems como Instituciones, capital humano e investigación, infraestructura, sofisticación del mercado, sofisticación de los negocios, conocimiento y tecnología y creatividad. (Portafolio, 2019)

El otro tema complementario a la innovación es la Tecnología el cual es la base de todo proyecto de invención o innovación. Es la pareja perfecta para el desarrollo de soluciones reales y tangibles a problemas que casa vez el hombre le está encontrando una respuesta desde cualquier frente. Esta competencia involucra al Estado, las empresas y la academia.

Ilustración 5 - Países líderes en innovación 2018



Fuente: World Intellectual Property Organization

*Marketing Digital* - La implementación del Marketing Digital en las pymes en Colombia ha sido un reto innovador y de constante aprendizaje para las mismas debido a las nuevas tendencias que llegan al mercado y las nuevas necesidades de los consumidores. Cada vez las páginas web y las redes sociales contienen más información de lo que busca el cliente y opción inmediata de interactuar para solucionar cualquier inquietud respecto al producto o servicio y comprar de manera segura en estos portales digitales.

La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico en su informe del año 2018 mencionó que al momento de preguntar cómo es que las personas conocen nuevas marcas o productos, el estudio reveló que Google (70%) es la plataforma por excelencia que los colombianos utilizan para descubrir nuevas marcas y nuevos productos, seguidos por Facebook (67%) y YouTube (59%). (Izquierdo, 2019)

Por otro lado, los hábitos y necesidades de comunicación de los colombianos en medios digitales han cambiado los últimos 5 años de acuerdo al propósito del contenido de la información. Para relaciones de negocios, el email ocupa el primer lugar (79%); para fines de empleo, negocios para empresas y profesionales independientes, la app LinkedIn es la más vista con un porcentaje del 70%; y Facebook es la red social líder en comunicación personal y promoción de productos y servicios para ventas on line con una representación en el mercado digital del 88%.

En enero del 2020, la Agencia Creativa Social **We are Social** y la plataforma web Hootsuite de Vancouver (Canadá) publicaron el documento Digital 2020 Global Overview Report en el cual contenía en uno de sus apartes de análisis las estadísticas de la situación digital de Colombia durante el 2019 y 2020.

En Colombia, la población total está conformada por 50,61 millones de personas, de las cuales el 81% está residenciada en zonas urbanas.

El número de teléfonos conectados en Colombia es de 60.38 millones, superando en un 119% el número total de la población (50,61 millones).

Esto se explica entendiendo que existen personas naturales o jurídicas que cuentan con más de una línea telefónica activa para uso local, corporativo o laboral.

Por otro lado, el número de usuarios conectados a internet es de 35 millones, es decir, el 69% de la población total tiene acceso a este servicio. Paralelamente, la misma cantidad de personas son usuarios activos en redes sociales.

***Por consiguiente, podría decirse que todos los usuarios de Internet en Colombia usan las redes sociales activamente.***

De lo anterior se desprende la importancia en los ciudadanos colombianos de estar conectados diariamente con el mundo digital para recibir o enviar información propia de nuestro entender para beneficio propio o de una organización.

*Oficinas Físicas vs Virtuales* - Las oficinas virtuales revolucionaron la manera tradicional de ir a trabajar en Colombia. Con casi 10 años de incursionar esta idea a nuestro país y gracias al crecimiento acelerado de las tecnologías de la información y las comunicaciones, se convirtieron en una alternativa para por lo menos 5.000 empresarios que son clientes de sus servicios. (El Tiempo, 2019)

Estos espacios digitales, marcaron una tendencia que responde a las actuales condiciones económicas presentadas actualmente con el ingreso del virus SARS Covid19 al mundo y al mismo tiempo les permite a los empresarios buscar opciones para disminuir el riesgo de cierre de sus negocios o emprendimientos y aumentar su productividad, sin invertir mayores recursos en infraestructura para sus modelos de negocio.

También, se convierten en una opción para que los profesionales independientes, emprendedores jóvenes y MiPymes puedan posicionar una imagen corporativa de su negocio en el mercado.

Es así como funcionan las oficinas virtuales, donde se pueden realizar las mismas actividades que en una oficina tradicional. Entre ellas, recepción y envío de documentos,

atención de llamadas, coordinación de reuniones y demás labores diarias que se hacen en una empresa.

Algunos análisis de expertos en servicios digitales in house, los servicios que más captan la atención de los empresarios colombianos, son el de oficina física por horas o días con un porcentaje del 75%, seguido del concepto de oficinas virtuales con un 25%, oficinas en la modalidad coworking un 30%, uso de oficinas privadas el 25% y alquiler de salas de reuniones y auditorios un 10%.

Indicadores presentados por la firma Centro Americana VMG Business Center, especializada en arrendamiento de oficinas y auditorios confirman que en el año 2017 la demanda del concepto de oficinas virtuales en Latinoamérica creció un 22%, siendo los profesionales dedicados a la consultoría, el coaching empresarial y personal, los principales clientes. (Summa, 2018).

*Empresas Cerradas* - En medio de la pandemia del covid-19 Colombia perdió 509.370 micronegocios. Estos pasaron de ser 5,8 millones entre enero y octubre de 2019 a 5,3 millones en enero y octubre de 2020. (Republica, 2021)

Así lo indicó el Dane, entidad para la que un micronegocio es una unidad económica que tiene como máximo nueve personas ocupadas y que desarrolla una actividad productiva de bienes o servicios.

Además, en el informe se indica que 64,0% de los micronegocios son de propiedad de los hombres (3,4 millones) frente a 36,0% que pertenecen a las mujeres (1,9 millones). Además, 90,1% pertenecen a trabajadores por cuenta propia.

Del total de micronegocios, en ese periodo 26,9% son de actividades de Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas, 21,9% se dedican a la Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca y 9,9% a la Industria manufacturera (que incluye: recolección, tratamiento y disposición de desechos, recuperación de materiales).

Respecto a las estadísticas locales las cifras económicas que genera la pandemia en Ibagué, Tolima, son preocupantes debido que aproximadamente 900 empresas han cerrado sus puertas durante la emergencia sanitaria con lo que se perdieron 1.881 empleos.

## **6. ESTADO DEL ARTE DE LA SITUACIÓN PROBLEMA: PROYECTOS SIMILARES EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS**

- a. Tesis - Oficinas virtuales y el teletrabajo como modalidad laboral para optimizar recursos en gestiones administrativas en áreas de comercialización. Esta investigación se realizó para fomentar la descentralización dentro de las organizaciones, disminuir los costos administrativos, generar beneficios a los trabajadores a través del teletrabajo y focalizar los recursos de manera óptima en la comercialización de los productos y servicios.

Este proyecto muestra resultados estadísticos, financieros y operativos factibles debido al proceso de inclusión social que realiza y el mercado laboral existente. (Monar, C.M., 2015)

- b. Análisis y propuesta de mejora de la oficina virtual del ayuntamiento de higuieruelas. Propuesta de ampliación de procedimientos administrativos y difusión de su uso. El presente proyecto es poner a disposición de la Administración pública herramientas virtuales que permitan la interacción con los usuarios sin presencialidad, filas, pérdidas de tiempo, costos de traslado, etc.

El trabajo presenta un diagnóstico, análisis y acciones de mejora en la oficina Virtual del ayuntamiento de Higuierelas. (Moreno, A. 2011)

- c. Proyecto de Grado - Análisis y estudio del modelo de negocio coworking en la ciudad de Bogotá, con proyección a brindar asesoramiento en el mismo.

El proyecto consiste en presentar un estudio de nuevas tendencias en trabajo en oficinas multimodales con espacios adecuados para reuniones virtuales, presenciales o mixtas que permitan la disminución de los costos financieros, legales y operativos de las empresas. Lo anterior se expone como proyecto de viabilidad con el fin de llevarlo a cabo en la ciudad de Bogotá, fomentando la cultura del trabajo colaborativo, la eficiencia de los recursos y la facilidad del trabajo en oficinas o en casa. (Vasallo, A.C., 2019)

- d. Artículo de investigación – La oficina virtual, su impacto. Este artículo detalla la importancia de las oficinas virtuales, ventajas competitivas, flexibilidad y ligereza para la captura de nuevos clientes, rapidez de los procesos y la inmediatez en el envío de la información a través de herramientas digitales.

El objetivo de esta investigación es demostrar el impacto en la sociedad actual de las oficinas virtuales y sus múltiples usos en la modernidad tecnológica actual. (Quintana, I, 2014).

- e. Proyecto de grado - Oficina virtual de información turística, como estrategia de promoción de los destinos turísticos de la ciudad de la paz.

El proyecto como objetivo generar una herramienta digital para la instalación de una oficina virtual donde se desarrollen estrategias de marketing que permitan promocionar los sitios turísticos de la ciudad de la Paz.

Resalta la importancia de implementar una Oficina Virtual de Información Turística debido que su costo es menor al de una oficina de información turística tradicional, ya que el primero no ocupa un lugar físicamente, ni requiere de grandes instalaciones, además tiene la capacidad de poder funcionar desde cualquier parte del mundo y no necesariamente desde una ciudad específica, reduciendo costos de desplazamientos, gastos de inmobiliario, personal, etc. (Quehui, R., 2019).

- f. Trabajo de Investigación - Desarrollo de un plan de negocios a partir del modelo Canvas para oficinas virtuales en la ciudad de Bogotá.

El objetivo general de este trabajo es el desarrollo de un plan de negocios a partir del modelo Canvas para oficinas virtuales en la ciudad de Bogotá D.C. Igualmente, el

artículo presenta una propuesta de alquiler de oficinas virtuales como una excelente alternativa de negocio al ser el factor precio un determinante fundamental a la hora de tomar la decisión de comprar o arrendar una oficina para la pequeña empresa, el micro empresario, el emprendedor, el profesional independiente, etc. (Prieto, C.A., 2012)

- g. Tesis de Grado - Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de oficinas virtuales en la ciudad de Bogotá. El proyecto tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad, con el fin de determinar la viabilidad de crear y establecer en la ciudad de Bogotá una empresa para proveer servicios de Oficinas Virtuales. La ventaja y valor agregado de la presente investigación es hacer que pequeños empresarios, profesionales independientes, hagan parte de los servicios de esta oficina, los cuales por un costo accesible el emprendedor contará con todos los privilegios como si tuviera en realidad una oficina propia. (Hector, A.P., 2007).

- h. Tesis de grado - Estudio de factibilidad técnica y económica de servicios de secretarías virtuales.

El objetivo de este trabajo es el desarrollo, evaluación y análisis de un plan de negocio que se orienta a la prestación del servicio de secretarías virtuales en Chile, enfocado a profesionales independientes (autónomos) y emprendedores. Lo anterior a través de la creación de una plataforma office Assistance que pretende solucionar actividades de carácter administrativo y operativo de manera virtual a trabajadores independientes que no cuentan con una oficina física ni asistente para el apoyo de sus funciones misionales. El trabajo presenta viabilidad debido a la alta demanda de profesionales independientes en ciudades como Santiago, Valparaíso y Viña del Mar donde se focaliza el 80% del mercado laboral de Chile. (Ricardo. U.C., 2012)

- i. Investigación - Estudio de mercado sobre Oficinas Virtuales.

La investigación tiene como objetivo conocer el segmento al cual va dirigido los servicios ofertados por una empresa administradora de Oficinas Virtuales.

Lo anterior permite determinar qué oportunidades y necesidades se está presentando en el mercado para un nuevo servicio de oficina virtual en Lima Metropolitana; generando

alternativas de crecimiento y posicionamiento a este modelo de negocios dirigido a empresas medianas y pequeñas, profesionales independientes que no necesitan un espacio permanente para el desarrollo de sus actividades profesionales.

- j. Tesis - Propuesta de negocio de una oficina virtual para trabajadores independientes en lima metropolitana - ofinet”

El proyecto tiene como objetivo estudiar, describir y analizar las condiciones de la desocupación en Lima Metropolitana y la presencia de personas naturales o jurídicas que producen un bien o prestan servicio a terceras personas bajo una modalidad del OFINET como empresa. (Chumacero, A.E., 2007).



## **7. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN PROBLEMA**

### **7.1. Metodología de diagnóstico**

Para el desarrollo del proyecto de OFICINAS VIRTUALES primero se realizó una investigación sobre información recolectada en fuentes como La Cámara de Comercio, Fenalco, Alcaldía de Ibagué, Sena, Mintic.

Los datos recolectados teniendo como referente la ciudad de Ibagué y una muestra de las empresas constituidas en el año 2018 permitieron analizar información importante como: en el año 2018 se crearon 5782 empresas las cuales el 99% son microempresas y 4928 fueron creadas como personas naturales.

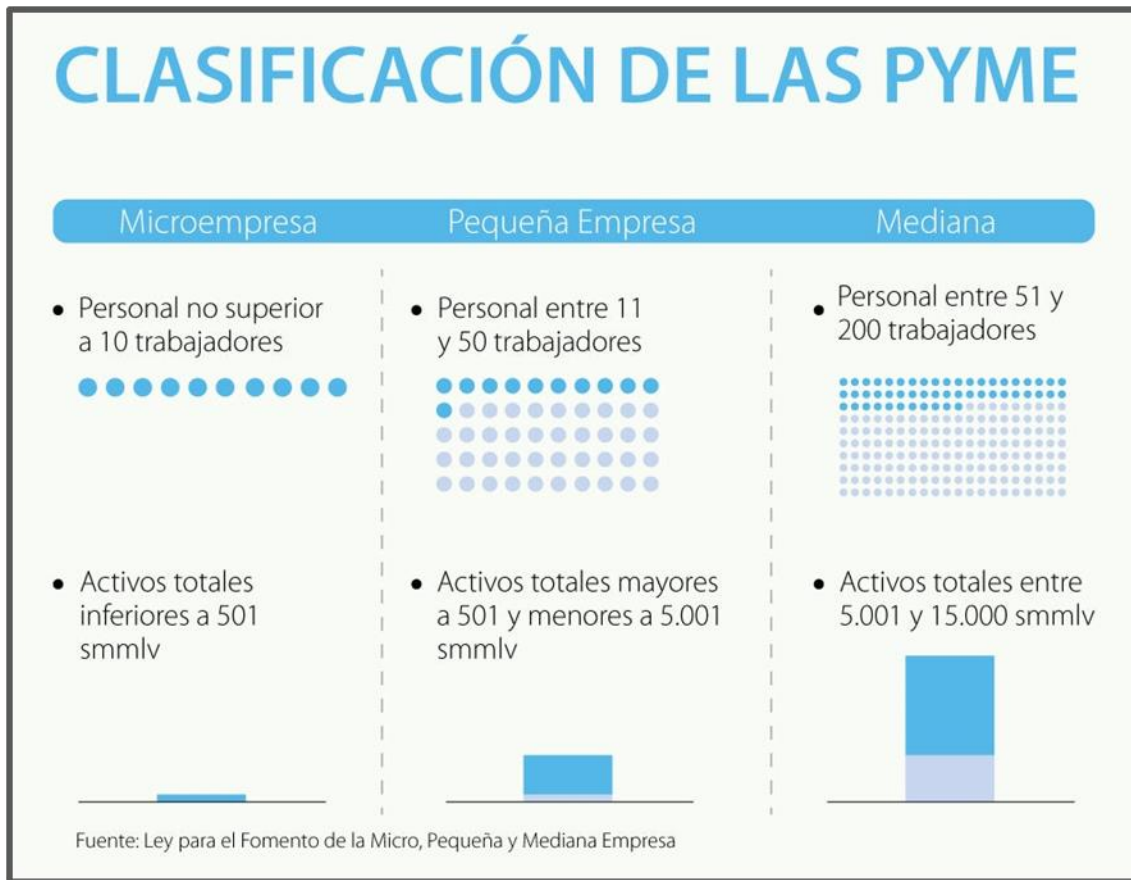
Teniendo como partida esta información se identificó un segmento de mercado que atender debido que el perfil de estas empresas es que el 70% no tienen una página web donde brindar información de sus productos y servicios, no cuentan con canales digitales para interrelacionarse con sus clientes y proveedores, ni otras herramientas digitales que permitan eficientar su actividad comercial. Igualmente, algunos de ellos tienen locales, oficinas o espacios físicos donde funcionar lo que incrementa sus costos de operación.

Al día de hoy por la situación de la pandemia por el Covid 19, la mayoría de las empresas tratan de ser más competitivas y eficientes en el mercado, buscando la manera de simplificar sus actividades y optimizar recursos, por lo que designan parte de su presupuesto en implementar y mejorar su infraestructura tecnológica. Una de las principales actividades de las empresas es el manejo manual de documentación tales como órdenes de compra, órdenes de trabajo, facturas, guías de remisión, etc., que muchas veces por la gran cantidad que se maneja, tienden a traslaparse y a generar retraso en los procesos; asignando una o dos personas máximo para la realización de estas funciones.

Por lo mencionado anteriormente, nace la necesidad de encontrar una alternativa innovadora y funcional para minimizar la problemática anteriormente mencionada. Las modernas Tecnologías de Información y Comunicación nos brindan distintas opciones al respecto, entre las cuales destaca la implementación del modelo de OFICINAS VIRTUALES.

La propuesta es aplicable a la pequeña y mediana empresa, ya que existe en el país la infraestructura informática adecuada para implementar la modalidad de Oficinas virtuales, la misma que ayudará a estas empresas a no perder su permanencia en el mercado y sus ingresos.

Ilustración 6 - Clasificación de las Pyme



Fuente: Ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Es una realidad apostarle a la innovación en estos tiempos que motivan a los pequeños empresarios a buscar herramientas que faciliten posicionar su empresa y sostener o aumentar sus ingresos siendo competitivos a un menor costo en la operación.

## 7.2.Recolección de la información

### 7.2.1. Descripción metodológica del proceso de recolección de información de fuentes primarias

El alcance de nuestro proyecto está basado en las características del segmento de clientes que involucran la realización del mismo.

Para describir las necesidades de los clientes tuvimos en cuenta información, datos y estadísticas suministrada por instituciones empresariales locales como la Cámara de Comercio de Ibagué, la Alcaldía de Ibagué y Fenalco.

Cámara de Comercio de Ibagué – Información – Cierre Año 2018

**Tabla 1 - Número de Empresas registradas en 2018 en CCI**

	<b>Número de Empresas</b>	<b>Participación Empresas</b>	<b>Capital (\$)</b>	<b>Participación Capital</b>
Nuevas Matriculas	5.782	20,3%	47.348.512.443	1,4%
Renovaciones	22.663	79,7%	3.395.784.882.047	98,6%
<b>Total</b>	<b>28.445</b>	<b>100%</b>	<b>3.443.133.394.490</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué - 2018

La Cámara de Comercio de Ibagué para el año 2018 cerró la vigencia con un tejido empresarial de 28.445 empresas, de las cuales 5.782 son nuevas empresas registradas, representando el 20,3% de total de las empresas de la jurisdicción de la CCI, y el restante 79,7% corresponden a renovaciones del registro mercantil.

Lo anterior indica la creación de 5.782 nuevas empresas en la ciudad de Ibagué – 2018

**Tabla 2 - Número de Empresas registradas en CCI por municipios**

<b>Municipio</b>	<b>Número de Empresas</b>	<b>Participación</b>
Ibagué	5.333	92,23%
Cajamarca	94	1,63%
Venadillo	78	1,35%
Rovira	68	1,18%
San Antonio	54	0,93%
Alvarado	33	0,57%

Anzoátegui	33	0,57%
Santa Isabel	31	0,54%
Piedras	22	0,38%
Roncesvalles	22	0,38%
Valle de San Juan	14	0,24%
<b>Total</b>	<b>5.782</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué - 2018

Lo anterior indica que el municipio de Ibagué aporta el 92% en participación en la creación de nuevas empresas en el Departamento del Tolima (2018).

**Tabla 3 - Número de Empresas registradas en CCI por Tipo de Sociedad - 2018**

Tipo de Sociedad	Número de Empresas	Participación en el total de empresas	Capital (\$)	Participación en el capital total
Personas Naturales	4.928	85,23%	8.274.417.016	17,48%
Sociedad Limitada	6	0,10%	1.122.562.780	2,37%
Sociedad Anónima	2	0,03%	210.000.000	0,44%
Sociedad en Comandita Simple	2	0,03%	594.942.082	1,26%
Sociedad Unipersonal	2	0,03%	7.500.000	0,02%
S.A.S	842	14,56%	37.139.090.565	78,44%
Personas Jurídicas	854	14,77%	39.074.095.427	82,52%
<b>Total</b>	<b>5.782</b>	<b>100%</b>	<b>47.348.512.443</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué - 2018

La tabla anterior nos empieza a definir uno de nuestros clientes específicos en el segmento de mercado macro que podemos contar para el proyecto. Estas personas naturales están enfocadas en la prestación de venta de productos y servicios.

**Tabla 4 - Número de Empresas registradas en CCI por Sector y Actividad Económica - 2018**

	Sector y Actividad Económica	Empresas	Participación en el total de empresas	Capital (\$)	Participación en el capital total
<b>Pri</b>	Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y Pesca	81	1,40%	823.550.000	1,74%

Secundario	Explotación de minas y canteras	7	0,12%	172.500.000	0,36%
	<b>Subtotal del Sector Primario</b>	<b>88</b>	<b>1,52%</b>	<b>996.050.000</b>	<b>2,10%</b>
	Industrias Manufactureras	496	8,58%	1.999.771.016	4,22%
	Construcción	305	5,27%	8.112.016.235	17,13%
	<b>Subtotal del Sector Secundario</b>	<b>801</b>	<b>13,85%</b>	<b>10.111.787.251</b>	<b>21,36%</b>
Terciario	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	2.241	38,76%	16.473.039.557	34,79%
	Alojamiento y Servicios de Comida	1.087	18,80%	2.298.900.000	4,86%
	Actividades profesionales, científicas y técnicas	308	5,33%	2.536.413.000	5,36%
	.Ot.ras actividades de servicios	272	4,70%	1.025.520.000	2,17%
	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	213	3,68%	1.409.510.000	2,98%
	Transporte y Almacenamiento	173	2,99%	5.278.772.673	11,15%
	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación	161	2,78%	976.646.000	2,06%
	Información y Comunicaciones	109	1,89%	694.300.000	1,47%
	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	98	1,69%	913.918.000	1,93%
	Actividades financieras y de seguros	89	1,54%	879.160.000	1,86%

Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué - 2018

En cuanto a las actividades económicas que desarrollan estas empresas, el 84,56% se dedican a desarrollar actividades propias del sector económico terciario, dentro de las cuales sobresale el comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas, en el cual se registraron 2.241 empresas, lo que representa el 38,76% del total de nuevas empresas, seguido de la actividad de alojamiento y servicios de comida, con 1.087 empresas nuevas, que equivalen el 18,80% del total de matrículas. Después del sector terciario, el sector secundario cuenta con la segunda participación más sobresaliente, siendo del 13,85% de las empresas, en donde la Industria Manufacturera representa el 8,58% del total; y en tercer lugar, se encuentra el sector primario, en donde solamente se registraron el 1,52% de las nuevas empresas, principalmente en la actividad de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca.

Este universo de empresas nos define de acuerdo al sector las empresas donde podemos implementar el proyecto de acuerdo a las necesidades de las empresas en el desarrollo de su competencia en el mercado.

**Tabla 5 - Número de Empresas registradas en CCI según el tamaño**

<b>Tamaño</b>	<b>Número de Empresas</b>	<b>Participación en el total de empresas</b>	<b>Capital (\$)</b>	<b>Participación en el capital</b>
Micro	5.761	99,64%	25.302.505.144	53,44%
Pequeña	20	0,35%	17.396.079.868	36,74%
Mediana	1	0,02%	4.649.927.431	9,82%
Grande	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>5.782</b>	<b>100%</b>	<b>47.348.512.443</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué - 2018

En la tabla N.5 se evidencia el tamaño de las empresas creadas en el año 2018, las cuales el 99.64% (5.761) corresponden a microempresas las cuales son el mercado objetivo de nuestro proyecto debido que sus características de estructura organizacional son empresas pequeñas en personal (>10), sus ingresos anuales no superan los 6.000 SMMLV, tienen máximo un establecimiento de comercio, oficina, sede, local en donde ejercen su actividad comercial.

Estas requieren de esfuerzos económicos para ser competitivos en cuanto a calidad de los insumos, nomina, arrendamientos y otros costos atribuidos a sus productos y servicios.

### **7.2.2. Herramienta de recolección de información**

El instrumento utilizado por el equipo investigador del proyecto será por medio de encuestas la cual nos dará a conocer el segmento de clientes potenciales (focus group), porcentaje de empresas interesadas de acuerdo al sector económico y tamaño de la empresa y personas naturales o independientes que estarían dispuestas a utilizar los servicios ofertados en una oficina virtual.

Ilustración 7 – Segmentación



Fuente: Elaboración propia

### 7.3. Organización de la información

Para el proceso de caracterización de recolección de información e identificación del estado actual de la misma, se inició con la creación de una encuesta digital a través de la plataforma de formulario de Google la cual es una herramienta que permite recopilar toda de información de manera fácil y eficiente.

La encuesta se realizó en un formulario de 10 preguntas las cuales se enviaron vía email a 150 gerentes, administradores, propietarios, socios de microempresas, medianas y pequeñas empresas, como también a profesionales independientes o autónomos.

Se adjunta link de acceso a la encuesta en la plataforma Google.

[https://docs.google.com/forms/d/1cgyVpNHVz-zflUAQ7130N5SzanUcX7Gqjl3aMaNf\\_1w/prefill](https://docs.google.com/forms/d/1cgyVpNHVz-zflUAQ7130N5SzanUcX7Gqjl3aMaNf_1w/prefill)

#### 7.4. Análisis e interpretación de la información

Finalizado el proceso de recolección y tabulación de la información se procedió al análisis de la misma teniendo como aportes los siguientes datos estadísticos:

Muestra:

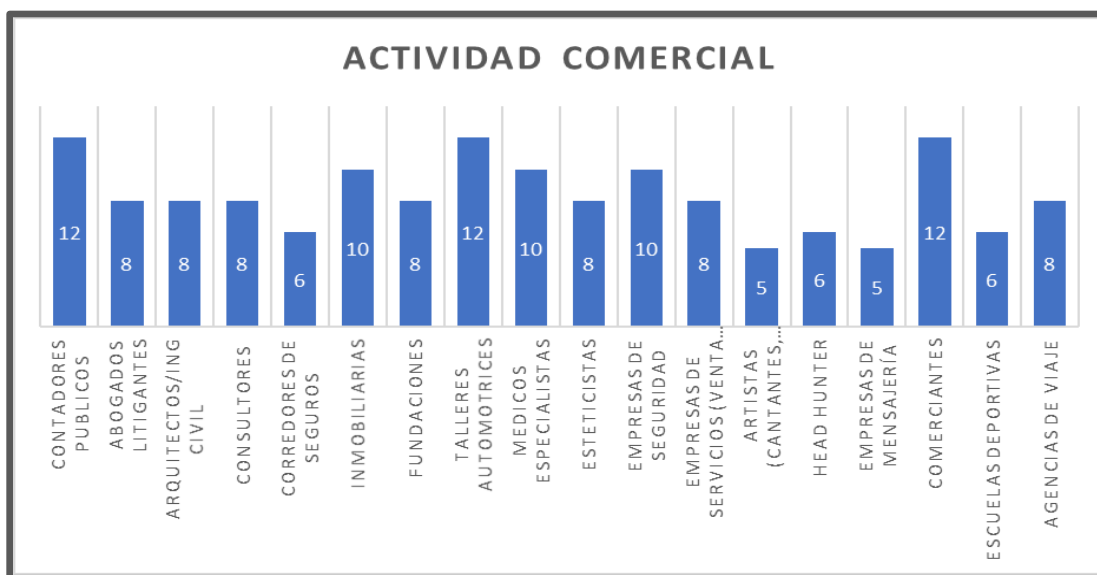
**Tabla 6 - Número de empresas encuestadas**

<b>Empresa Natural/Jurídica</b>	<b>N. encuestados</b>
Contadores Públicos	12
Abogados litigantes	8
Arquitectos/Ing Civil	8
Consultores	8
Corredores de Seguros	6
Inmobiliarias	10
Fundaciones	8
Talleres Automotrices	12
Médicos Especialistas	10
Esteticistas	8
Empresas de seguridad	10
Empresas de servicios	8
Artistas (cantantes, locutores, actores, pintores, artes plásticas, etc)	5
Head hunter	6
Empresas de mensajería	5
Comerciantes	12
Escuelas deportivas	6
Agencias de viaje	8
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

Elaboración: Fuente Propia



Ilustración 8 - Actividad Comercial de Empresas Encuestadas



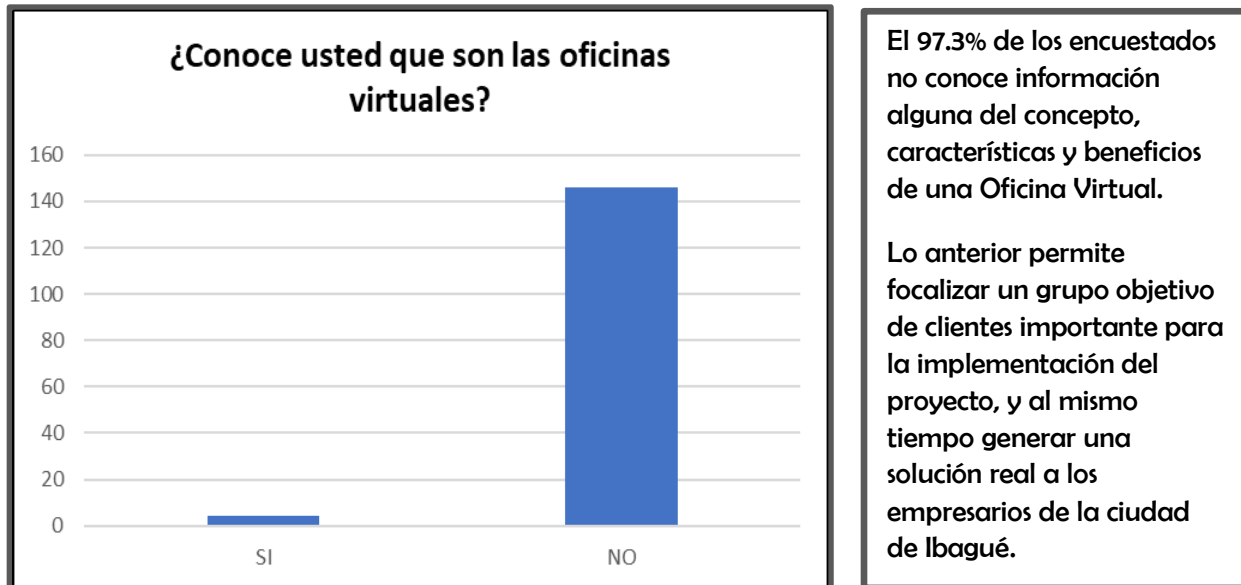
Fuente: Elaboración propia

Se define una muestra de 150 encuestados del total de empresas que renovaron matrícula ante la Cámara de Comercio de Ibagué en el año 2018 (5782), de las cuales 4928 fueron personas naturales.

Por lo anterior se decide encuestar profesionales independientes de diferentes sectores de la economía local, emprendedores y líderes de MiPymes, micronegocios y pequeñas empresas.

De la anterior muestra resaltan datos importantes como los siguientes:

- En el grupo de personas naturales el 82.4% están ubicados en el sector terciario.
- El 68.2% de los encuestados ofertan sus servicios en las redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp)
- El 99.6% de las empresas encuestadas son clasificadas como micro.

**Ilustración 9 - Estadística de conocimiento de las empresas sobre Oficinas Virtuales**

Fuente: Elaboración Propia

La crisis económica por cuenta de SARS covid-19 en las MiPymes, pequeñas y medianas empresas e igualmente profesionales independientes permitió que un total de 881 de estas cerraran definitivamente en la ciudad de Ibagué y un total de 509.370 en Colombia.

Es de anotar que el cierre de estos micronegocios se dio en un momento coyuntural para el crecimiento y posicionamiento de los mismos, la generación de empleo y la dinamización de la economía.

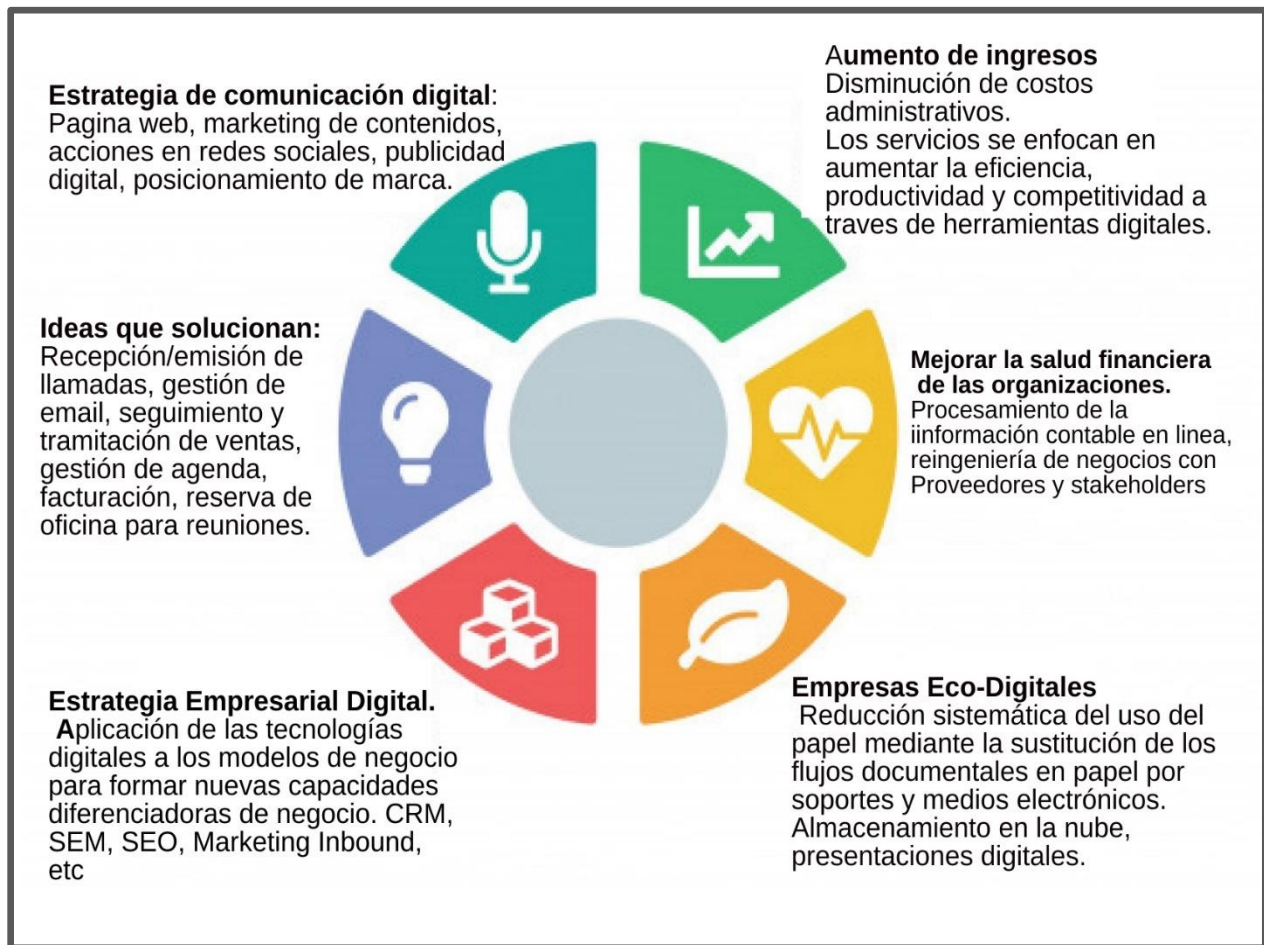
El cierre de estas empresas se dio de manera física en cuanto a los espacios en infraestructura que ocupaban, talento humano y equipos tecnológicos que apoyaban la labor misional de cada una de estas empresas.

Por lo anterior buscando una solución digital apoyada en herramientas tecnológicas se presenta el proyecto de "OFICINAS VIRTUALES", la cual se convierte en una solución fundamental en las primeras etapas del emprendimiento o cuando la situación financiera de las empresas las ha llevado a disminuir costos para no perder vigencia en el mercado ni representatividad.

En primer lugar, el cliente (empresario, emprendedor, profesional independiente) opta por esta modalidad porque le significa una disminución en sus costos fijos en un inicio, segundo, porque presenta la ventaja de no requerir de un lugar físico para su relación con los clientes y por último una adaptabilidad en su gestión dependiendo del proceso o proyecto que esté la empresa.

A continuación, detallamos de manera graficas las soluciones presentadas por este modelo de negocio según las áreas de las empresas.

**Ilustración 10 - Ventajas y beneficios de una Oficina Virtual**



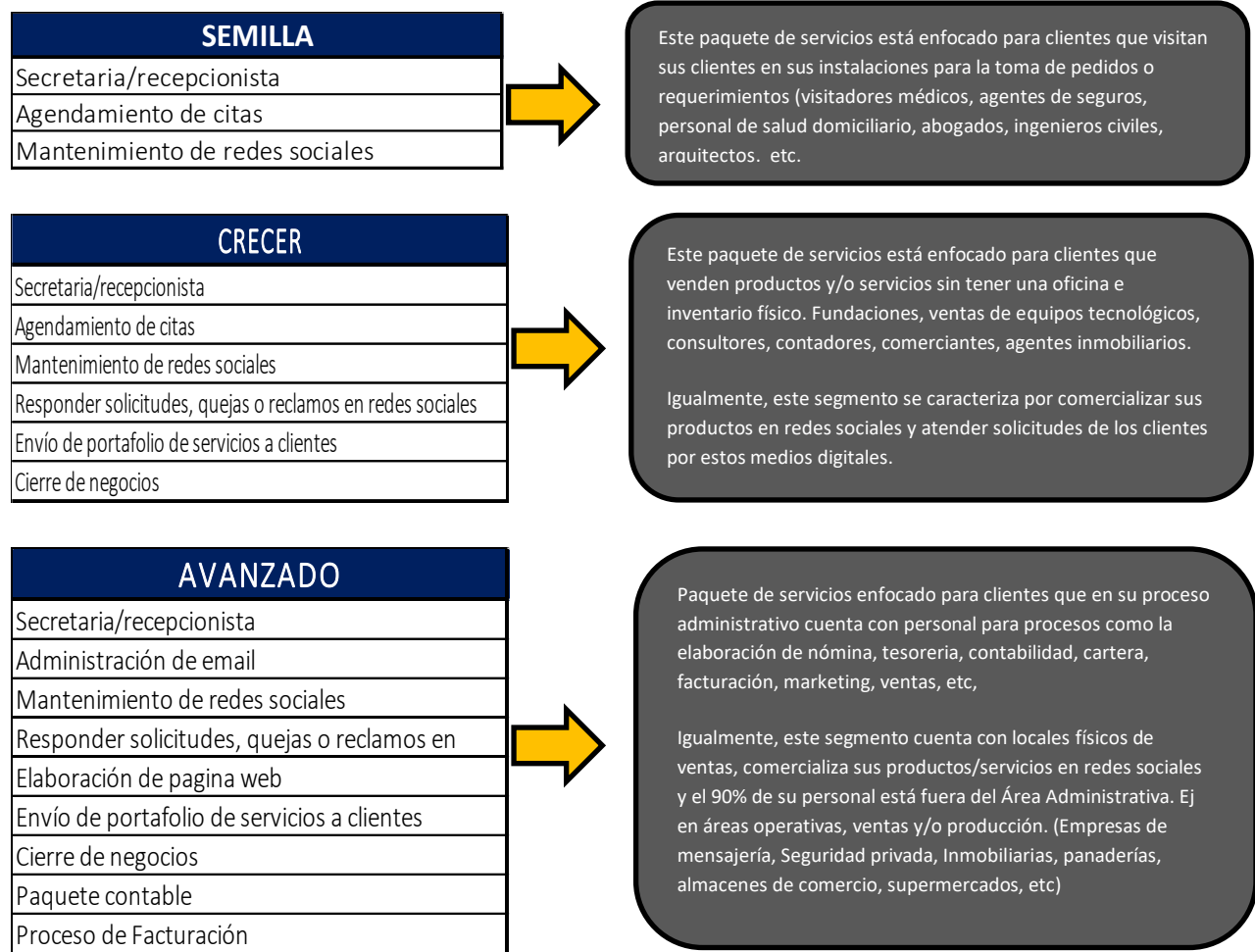
Fuente: Elaboración propia

El plan de mejoras en el presente proyecto integra la decisión estratégica de las empresas en transformar su modelo de negocio físico a la virtualidad, teniendo en cuenta los beneficios ofrecidos, las ventajas competitivas en el mercado y el valor agregado del modelo al proceso de transformación de la empresa.

El modelo de negocio se realiza desde una oficina física (Trinex Chile sas) del proveedor del servicio, el cual en sus instalaciones físicas cuenta con espacios para atención al cliente, mesa de servicios y marketing. Igualmente cuenta con los equipos tecnológicos y plataformas digitales que permiten el desarrollo del negocio de manera virtual.

Dependiendo las necesidades y presupuesto del cliente, se le asigna un plan (Semilla, Crecer y Avanzado), los cuales se detallan a continuación con los servicios ofertados en cada uno:

**Ilustración 11 - Paquetes de Servicios para Empresarios**



Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta el plan solicitado y aprobado por el cliente, el prestador del servicio elabora un plan de trabajo a desarrollar apoyado en las herramientas tecnológicas que se

requieren, las condiciones de servicio de sus clientes y la estrategia digital a implementar para el crecimiento de los negocios.

El Proceso de Prestación de Servicio se realiza a través de Analistas Digitales las cuales estarán a cargo de realizar las tareas administrativas y otras actividades.

Estas a su vez les comunicarán a los clientes telefónicamente o por email según se acuerde en el contrato de servicios todo tipo de novedad (pedido, devolución, mal facturado el producto o servicio, producto en mal estado, etc), inconveniente, queja, felicitación o requerimiento que ingrese a la plataforma o página web de sus empresas.

Por otra parte, si el cliente (empresa) necesita disponer de las instalaciones de manera física de la Empresa prestadora del servicio de Oficina Virtual, primero debe contactar a la Analista Digital asignada para verificar disponibilidad de sala (medios audiovisuales, estación de café, equipos tecnológicos) en la fecha y hora requerida.

La recepción de llamadas de los clientes de los tomadores de los paquetes se realiza desde números telefónicos asignados con telefonía IP o celular, serán atendidas por personal de Trinex Chile SAS (Analistas Digitales) y estos a su vez resolverán inquietudes como:

- Listado de precios
- Descuentos
- Horarios de Atención y entrega de productos
- Información del producto (tallas, textura, colores, modelos, etc)
- Agendamiento de visitas y entrega de productos a domicilio.
- Agendamiento de reuniones virtuales o físicas

Igualmente, los clientes que dentro de sus necesidades administrativas o por motivos de crecimiento del negocio deseen contratar un paquete más alto, se tendrá personal para atender servicios como:

- Cobro de cartera
- Remisión de documentos (previa autorización del cliente)
- Facturación
- Elaboración de nómina

- Gestión Contable
- Gestión Comercial – Ofrecer los servicios o productos de los clientes en las plataformas digitales de la compañía a través de estrategias digitales de acuerdo a las necesidades del mismo. Este servicio tiene un valor variable de cobro para el cliente por servicio o producto vendido de manera virtual a través de los diferentes canales de ventas.

El cliente podrá acceder a uno de los tres planes (Semilla, Crecer y Avanzado) realizando un contrato con modalidad de pago anual o mensual (anticipado). Los datos del cliente se ingresan a un sistema de información de apertura de usuario y posteriormente se le asignará una Analista Digital, la cual validará los servicios y tareas según el plan contratado por el cliente.

#### **a. Ruta de Atención al Cliente (Empresa)**

De acuerdo al plan recomendado y seleccionado para el Cliente (Empresa) se realiza el proceso de aceptación de los términos del contrato a suscribir entre el prestador del servicio de Oficinas Virtuales y la empresa solicitante.

El cliente confirma los medios de comunicación seleccionados para comunicarse la empresa prestadora del servicio de oficinas virtuales con ellos (email, celular, WhatsApp, Messenger, Telegram), con el fin de generar un canal de envío y recibo de información fluido y único para la aprobación de solicitudes que permitan la fluidez del negocio.

Cada cliente tendrá asignada una Analista Digital la cual será el apoyo administrativo/financiero y comercial del empresario. Facilitando información al empresario en los tiempos establecidos en el contrato de servicios sobre las novedades o eventualidades presentadas en el día a día de la empresa y que requieren ser aprobadas, entre estas solicitudes se nombran algunas como:

- Aprobación de planilla de nómina.
- Aprobación de descuento para un cliente específico.
- Aprobación de planilla de liquidación para pago de prestaciones sociales.

- Aprobación de cupo de crédito de cartera para un cliente específico.
- Aprobación de envío de documentos de manera digital (email) a una entidad bancaria, entidad del Estado, proveedor, stakeholders.

Previamente la empresa suministrará información importante del negocio como:

Nombre de la empresa, NIT, clasificación de la empresa, ciudad de domicilio, teléfono, nombre del representante legal, sector económico que se desempeña, número de empleados, tipos de contrato, alcance geográfico de la empresa, número de clientes, productos y servicios ofertados (características, precios, tabla de descuentos, referencias, etc), nombre y teléfono de contacto de la persona autorizada por el representante legal para ser contactado, email.

De acuerdo al plan establecido por el cliente, la Analista Digital a cargo de las empresas enviará al final del día un reporte al representante legal o persona delegada por este sobre las actividades realizadas en las plataformas digitales, como son:

- Número de clientes llamados por teléfono para vender el portafolio de servicios y/o productos.
- Nombre de contacto y número de teléfono de las personas que solicitaron información de los productos y/o servicios y desean ser contactadas.
- Ventas on line (referencia, cantidades, precio, lugar de destino).
- Número y valor de consignaciones o soportes de pago por concepto de pago de cartera o venta de productos y/o servicios.
- Número de imágenes y contenidos subidos a redes sociales de la empresa.
- Información de quejas, reclamos o felicitaciones de los clientes.

La propuesta de valor que genera el modelo de negocio es facilitar la actividad comercial y operativa en campo de nuestros clientes, facilitando el apoyo remoto de herramientas digitales y ponerlas al alcance de ellos para la toma de decisiones inmediatas que requieran apoyo oportuno.

Lo anterior permite el crecimiento exponencial de sus ingresos, permitiendo que aquellas empresas que iniciaron en el plan semilla puedan ir escalando en crecimiento a los siguientes planes, adquiriendo mas servicios, mejor alcance en el mercado, posicionamiento y al mismo tiempo para la empresa Trinex Chile SAS aumentar sus ingresos.

Cada nuevo cliente es un nuevo reto debido que su desarrollo digital debe ser acompañado de una estrategia que permita articular el crecimiento financiero con la expansión del negocio de nuestro cliente fuera de su alcance geográfico.

Lo anterior garantiza fidelización de nuestro cliente, crecimiento y posicionamiento de la marca, nuevos servicios a ofrecer y mayores ingresos.



## 8. DISEÑO DEL PLAN DE MEJORA

### 8.1. Objetivo del plan de mejora

- a. Identificar las ventajas competitivas en la aplicación del modelo de oficinas virtuales en las empresas de la ciudad de Ibagué.
- b. Analizar la importancia del proceso de transformación de las empresas a a partir de la implementación del modelo de negocios de Oficinas Virtuales.
- c. Presentar una nueva unidad de negocio viable y real a la Empresa Trinex Chile SAS.

### 8.2. Planificación de acciones de mejora

Toda acción de mejora planteada en el presente proyecto se realiza pensando en el cumplimiento del objetivo y los controles de seguimiento y evaluación para el alcance del mismo.

Ilustración 12 - Planeación de las acciones de mejora



Elaboración: Fuente propia

### 8.3.Descripción gráfica de la implementación

Tabla 7 - Fases de implementación del Proyecto

#	FASE	ENTREGABLE	PAQUETE DE TRABAJO
1	REQUERIMIENTOS TÉCNICOS	Listado de solicitudes	Reunión preliminar de necesidades y requerimientos Selección de necesidades de acuerdo a prioridades de inicio de proyecto
		Listado de equipo	Listado de equipos necesarios para inicio de proyecto Selección de proveedor para equipos tecnológicos Elección de proveedor
		Ciudades de ubicación de oficinas	Listado de ciudades posibles para apertura de oficina Elección de ciudad de acuerdo a necesidades de mercado y presupuesto
2	NORMATIVIDAD	Elaboración y aprobación de estatutos	Acta de constitución y estatutos
		Registro - Cámara de Comercio	Formato de registro - Cámara de Comercio de Ibagué
		Registro DIAN	Documento RUT
3	ESTUDIOS DE MERCADO	Segmentación de mercado	Documento de diagnóstico del mercado empresarial en Ibagué
		Selección de la muestra	Listado de empresas y personas naturales a encuestar
		Elaboración de encuestas	Formato de encuesta
		Análisis de encuestas	Documento de análisis de la encuesta
4	INFRAESTRUTURA	Arrendamiento de local	Asignación de presupuesto por concepto de arrendamiento Listado de lugares y direcciones posibles para ubicación de oficina Elección de oficina
		Adecuaciones de local	Asignación de presupuesto para adecuaciones en oficina seleccionada Diseño de oficina Listado de proveedores Elección de proveedor
		Compra de muebles de oficina	Asignación de presupuesto Selección de proveedor y cotizaciones Elección de proveedor
		Compra de equipos tecnológicos	Asignación de presupuesto Listado de proveedores Elección de proveedor
5	RRHH	Proceso de selección	Asignación de presupuesto de acuerdo a organigrama establecido Listado de cargos y perfiles a contratar (Organigrama)
		Proceso de elección	Listado de medios de publicidad para selección de candidatos Elección de medio de comunicación para difusión de vacantes Proceso de entrevistas a seleccionados Elección de cargo de acuerdo a necesidades de la Empresa
		Proceso de contratación	Listado de requerimientos para firma de contrato Proceso de verificación de documentos Afilación a seguridad social Firma de contrato
6	PLAN DE NEGOCIOS	Plan de mercadeo	Análisis de entorno Determinación de objetivos Elaboración y selección de estrategias Plan de Acción Asignación de presupuesto
		Presentación de propuestas Comerciales	Elaboración de formatos y contenidos de propuesta comercial Listado de clientes (base de datos) Visita a clientes y reuniones de interés comercial
		Elaboración y Activación de redes sociales y página web	Elaboración de página web y formato de redes sociales Elaboración y selección de piezas gráficas para redes sociales Elaboración de contenidos de interés para redes sociales Activación de medios de comunicación con usuarios/clientes

Elaboración: Fuente Propia

#### **8.4. Impacto esperado de las acciones de mejora**

En un periodo difícil para la historia del país y del mundo, la llegada del SARS Covid 19 permite el nacimiento de nuevos retos, ideas y modelos creativos para las empresas los cuales hacen una actitud desafiante para la sostenibilidad de la economía de estas empresas.

Por lo anterior, este proyecto se focalizó en la creación de valor a través de la implementación de herramientas digitales para el desarrollo y crecimiento de las pequeñas empresas de la ciudad de Ibagué con una propuesta que permita jalonar el mercado de la industria por medios virtuales fomentando la creación de una cultura de comercio de productos y servicios en plataformas digitales.

De igual forma el impacto del modelo de negocio está enfocado en trabajar con personas sin distinción de raza, religión, estrato social y político, siendo un proyecto inclusivo y real que fomenta el trabajo colaborativo acompañado de plataformas digitales amigables con los servicios brindados a los clientes y de esta forma cumplir con los procedimientos y estándares ofrecidos.

**Aceptación:** De acuerdo al estudio estadístico realizado en 150 empresarios y profesionales independientes, el proyecto goza de gran aceptación y expectativa debido a las soluciones que genera.

Además de convertir empresas que estaban a punto de cerrar en organizaciones rentables, también son empresas que generan un impacto positivo en la sociedad fomentando el empleo, el ingreso de nuevas tecnologías y el aprendizaje de nuevas plataformas digitales.

**Comercialización:** Las pequeñas empresas buscan ser competitivas y permanecer en el mercado basando su competitividad con productos y servicios relacionados con la eficiencia y calidad.

Al nivel del sector económico que pertenece cada empresa, se busca identificar los elementos que mejoren su productividad y competitividad en el mercado. Uno de estos factores son las tecnologías digitales las cuales permiten la comercialización de productos/servicios.

Estos medios se han convertido en una poderosa herramienta para impulsar nuevos negocios, emprendimientos o mejorar la imagen de marca, siempre y cuando las estrategias se realicen de manera correcta.

El presente proyecto impacta el modelo de comercialización de las empresas de la ciudad de Ibagué promoviendo un modelo de negocio a bajo costo, de alto alcance en un mercado objetivo para el cliente y con eficiencia en los manejos de los recursos en publicidad, marketing y ventas on line.

**Social:** El tejido Social Empresarial en la ciudad de Ibagué se deterioro de manera considerable debido al alto impacto del SARS covid 19 en la disminución de empleo, el bajo consumo de los hogares y los continuos dias de confinamiento a inicios del año 2020.

Actualmente el mundo se encuentra en el comienzo de una verdadera revolución digital que crece de manera constante con aportes importantes en los sectores de la salud, educación, comercio, empresarial, etc.

Cada sector permite el ingreso de tecnologías de innovación que llegan a solucionar procesos que requieren inmediatez, calidad y eficiencia en los requerimientos de los clientes. Es aquí donde el presente proyecto se integra, conectando empresas insatisfechas en el mercado con clientes objetivos, aumentando los ingresos, el empleo, la demanda de insumos para producción, aumenta en la cadena de distribución (empresas de transporte, bodegas, mensajería, etc).

Las anteriores actividades económicas dinamizan la economía en todos los ciclos de producción, generando la disminución de la pobreza y el consumo de bienes y servicios.

**Tecnológico:** La implementación de herramientas tecnológicas en las empresas les permite conocer a los clientes (comportamientos de consumo, tipos de productos, precios, modalidades de pago, etc), permitiendo brindar una mejor experiencia, servicios más ágiles y seguros, y una comunicación directa que ayudará a la empresa a atraer, convertir y fidelizar de una manera más adecuada.

## 9. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

**Tabla 8 - Presupuesto de Inversión inicial del proyecto**

HERRAMIENTA/ACTIVIDAD	VALOR
Elaboración y aprobación de estatutos	\$ 1.000.000,00
Segmentación de mercado	\$ 2.500.000,00
Elaboración de encuestas	\$ 2.500.000,00
Análisis de encuestas	\$ 2.500.000,00
Adecuaciones de local	\$ 1.000.000,00
Compra de muebles de oficina	\$ 3.910.000,00
Compra de equipos tecnológicos	\$ 21.188.000,00
Proceso de selección	\$ 2.000.000,00
Elaboración y Activación de redes sociales y pagina web	\$ 5.000.000,00
	<b>\$ 41.598.000,00</b>

Cargos	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Gerente	1	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000
Director Administrativo	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Contador Público	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Diseñador gráfico	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Analistas Digitales	2	\$ 1.500.000	\$ 3.000.000
Programador	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
	<b>7</b>	<b>\$ 10.200.000</b>	<b>\$ 11.700.000</b>
Factor prestacional			\$ 2.866.500
Total Nomina mes			<b>\$ 14.566.500</b>

Fuente: Elaboración Propia

Total Proyecto: **\$56.164.500.00**

**US\$15.180** Tasa de cambio: 1US\$: \$COP 3.700,00



## 11. INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Todo proyecto requiere de una sincronía de sus equipos de trabajo, seguimiento a los objetivos planteados y la correcta ejecución del proyecto para la optimización de los recursos.

Lo anterior conlleva al éxito del proyecto si además se adhiere un calendario de actividades previsto con responsables a cargo e indicadores que permitan medir el cumplimiento de los objetivos y el impacto del proyecto.

### **Alcance**

El alcance son los resultados previstos en el presente proyecto y las actividades que deben realizarse para lograr los resultados esperados.

Para el cumplimiento de este indicador durante la planeación del presente proyecto se tuvo en cuenta los siguientes aspectos de importancia:

- ✓ Identificación de los requisitos del proyecto (tecnológicos, legales, administrativos y Financieros)
- ✓ División de las actividades y necesidades en entregables más pequeños
- ✓ Descripción detallada de las tareas necesarias para completar los entregables y responsables
- ✓ Calcular el tiempo necesario para realizar cada tarea con fecha de entrega

### **Pertinencia.**

ICPP – Indicador de Cumplimiento del Propósito del Proyecto. Este indicador nos permite medir el grado de cumplimiento de los objetivos y las estrategias.

Tabla 10 - Tabla de Indicadores de Pertinencia

OBJETIVOS	ESTRATEGIA	FUENTES DE VERIFICACIÓN	INDICADOR
Analizar la importancia de las oficinas virtuales en la ciudad de Ibagué y los diferentes campos de trabajo en el área de comercialización donde se pueden implementar.	Realizar una encuesta de pertinencia del proyecto de implementación de Oficinas virtuales en la ciudad de Ibagué.	Estadísticas e informes ejecutivos (Cámara de Comercio, Alcaldía de Ibagué, Andi)	Numero de empresas encuestadas/numero de empresas interesadas en la implementación del proyecto
Determinar las herramientas necesarias en la implementación de oficinas virtuales para que las empresas optimicen recursos en el área administrativa y comercial.	Implementación de una herramienta digital en línea que permita mejorar la productividad y optimización de los recursos de las empresas ubicadas en la ciudad de	Software de gestión de clientes (CRM), google ADS, marketing Inbound.	CPC (Costo por Click)= costo de publicidad en redes sociales/Numero de clics
			Tasa de Conversión = numero de usuarios convertidos a clientes/Numero de usuarios georeferenciados
Enumerar los beneficios, ventajas y alternativas de mejora de las oficinas virtuales para las empresas de la ciudad de Ibagué	Generar encuestas digitales mensuales de satisfacción para conocer los resultados en los objetivos de crecimiento planteados a cada cliente de acuerdo al sector económico donde se desarrolla la empresa	Encuestas de satisfacción al cliente, evaluación de crecimiento comercial, Evaluación de desempeño de procesos	$\text{Eficiencia} = \left[ \frac{\text{resultados obtenidos}}{\text{costo real}} \times (\text{tiempo real}) \right] \times \left[ \frac{\text{resultados deseados}}{\text{costo deseado}} \times (\text{tiempo deseado}) \right]$

Fuente: Elaboración propia



## 12. EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO

### ANÁLISIS FODA.

#### Fortalezas

- Los servicios ofertados representan un ahorro en los gastos de administración y operación en las empresas.
- Por la modalidad del negocio, presenta flexibilidad para adaptarse a las necesidades y evolución que presente el cliente y el mercado.
- Herramienta de gestión del cliente multiservicio, enfocada en el cliente y en sus necesidades.
- Personal debidamente calificado, con experiencia de servicio y capacidad de resolución.
- Flexibilidad en el uso de las herramientas digitales de gestión de clientes de acuerdo a las necesidades del grupo objetivo de la empresa.

#### Debilidad

- Recursos Financieros limitados
- El modelo de negocio no es conocido en la ciudad de Ibagué, de acuerdo al resultado de la encuesta realizada en los 150 empresarios.
- Desconocimiento de las pequeñas empresas y profesionales independientes de la gestión del negocio en plataformas digitales
- Modelo de negocio puede ser copiado.

#### Oportunidad

- Existe una oportunidad en el negocio para mantener la seguridad de la información, ya que es una de las variables de decisión del cliente.
- Según el levantamiento de encuesta existe un buen porcentaje que aceptaría

el servicio, por lo cual se ve una oportunidad alentadora.

- Se puede utilizar la plataforma de gestión de clientes para generar bases de datos que pueden ser comercializadas, previa autorización de las empresas.
- Servicios a la medida del cliente, según lo identificado en el análisis de la encuesta y características de los emprendedores

### **Amenazas**

- Recesión de la economía.
- Fácil entrada de nuevos competidores con precios más bajos.
- Dificil retención de los clientes.
- Marco legal aun no regulado para esta clase de servicios.

### **Beneficios del Proyecto al sector Empresarial de la ciudad de Ibagué:**

Las empresas que toman la opción de vincularse contractualmente a este proyecto pueden beneficiarse de una gran cantidad de profesionales con talento y con experiencia digital; profesionales de todas las edades y con diversos antecedentes académicos y laborales que están a disposición del cliente para el crecimiento del negocio e iniciar el proceso de transformación que necesitan.

Es el ingreso al mercado empresarial de una herramienta innovadora, ágil y rentable para la operación de empresas que han tenido que cerrar sus oficinas por motivo de la llegada del SARS covid19 pero cuentan con un mercado que los identifica todavía por la calidad de sus productos y servicios.

### **Diagnóstico y Proyecciones financieras.**

Anexo: Tabla – Estudio Financiero como archivo anexo en Excel al presente trabajo.

### 13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. La pertinencia de implementación del modelo de negocios de Oficinas virtuales a las MiPymes, pequeñas empresas y profesionales independientes ubicados en la ciudad de Ibagué es de alta importancia debido a los beneficios administrativos y financieros que este modelo ofrece. A pesar del cierre de Empresas en la ciudad de Ibagué existen clientes interesados en este tipo de servicio y teniendo en cuenta el conocimiento de la demanda potencial es deficiente y en algún porcentaje equivoco, es aquí donde cobra importancia este modelo.
2. Igualmente se puede concluir que el crecimiento del sector económico de la ciudad de Ibagué será fortalecido con el ingreso de plataformas digitales ágiles, interactivas e innovadoras. Igualmente, la evolución de elaboración de páginas web y portales de compras en línea ha cambiado de forma radical, porque cada vez más comercios se suman a esa tendencia. De hecho, es importante mencionar que las compañías están viendo un gran potencial en internet para ofertar sus productos y servicios.
3. La implementación y ejecución del presente proyecto en la ciudad de Ibagué genera beneficios económicos, operativos y comerciales al nicho de mercado identificado para este modelo de negocio.  
Se concluye que la tecnología y la innovación son herramientas tangibles que generan impacto importante en el crecimiento y desarrollo de las organizaciones.

## Referencias

- El Tiempo. (2019, 22 mayo). *Apuéstele a las oficinas virtuales*. www.eltiempo.com. Recuperado 21 de septiembre de 2020, de <https://www.eltiempo.com/contenido-comercial/apuestele-a-las-oficinas-virtuales-362554>
- Chiquiza, J. (2019, 3 agosto). *Colombia es el sexto país más innovador en América Latina según ranking internacional*. www.larepublica.co. Recuperado 18 de septiembre de 2020, de <https://www.larepublica.co/globoeconomia/colombia-es-el-sexto-pais-mas-innovador-en-america-latina-2892899>
- Medina, M. (2020, 11 junio). *Las oficinas después del coronavirus*. www.elespectador.com. Recuperado 12 de octubre de 2020, de <https://www.elespectador.com/economia/como-seran-las-oficinas-despues-del-coronavirus-article/>
- Vegesna, R. (2020, 29 agosto). *El trabajo remoto será protagonista de la «nueva normalidad»*. www.portafolio.co. Recuperado 21 de octubre de 2020, de <https://www.portafolio.co/economia/empleo/noticias-coronavirus-el-trabajo-remoto-sera-protagonista-de-la-nueva-normalidad-544103>
- RRHHDigital. (2020, 8 abril). *Las oficinas virtuales, la gran solución para en tiempos de confinamiento*. <http://www.rrhhdigital.com/>. Recuperado 21 de octubre de 2020, de <http://www.rrhhdigital.com/secciones/tecnologia-e-innovacion/141203/Las-oficinas-virtuales-la-gran-solucion-para-en-tiempos-de-confinamiento?target=self>

estrategiaynegocios.net. (2020, 8 junio). *Oficinas virtuales, una opción para las Pymes en la pandemia*. <https://www.estrategiaynegocios.net/>. Recuperado 15 de mayo de 2021, de <https://www.estrategiaynegocios.net/tecnologia/1385391-330/oficinas-virtuales-una-opci%C3%B3n-para-las-pymes-en-la-pandemia>

Izquierdo, A. (2019, 8 abril). *Así ha evolucionado el consumidor digital en Colombia*. [www.revistapym.com.co](http://www.revistapym.com.co). Recuperado 22 de marzo de 2021, de <https://revistapym.com.co/mercadeo/consumidor-digital-en-colombia>

García, J. (s. f.). *La nueva tendencia: Oficinas Virtuales*. [www.realestatemarket.com.mx](http://www.realestatemarket.com.mx). Recuperado 3 de agosto de 2021, de <http://www.realestatemarket.com.mx/articulos/mercado-inmobiliario/oficinas/11179-la-nueva-tendencia-oficinas-virtuales>

Rosgaby, K. (2020, 17 abril). *Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2019 y 2020*. [www.branch.com.co](http://www.branch.com.co). Recuperado 13 de marzo de 2021, de <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2019-y-2020/>

Tecnósfera. (2021, 26 marzo). *¿Qué tanto ha avanzado Colombia en la innovación?* [www.eltiempo.com](http://www.eltiempo.com). Recuperado 3 de agosto de 2021, de <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/innovacion-en-colombia-como-estamos-576183>

Portafolio. (2019, 24 septiembre). *Colombia cae en clasificación global de los más innovadores.*

www.portafolio.co. Recuperado 3 de marzo de 2021, de

<https://www.portafolio.co/innovacion/colombia-cae-en-clasificacion-global-de-los-mas-innovadores-533899>

*Ley de comercio electrónico en Colombia: ¡Todo lo que tienes que saber!* (s. f.).

www.j4pro.com. Recuperado 15 de octubre de 2020, de [https://j4pro.com/ley-de-](https://j4pro.com/ley-de-comercio-electronico-en-colombia)

[comercio-electronico-en-colombia](https://j4pro.com/ley-de-comercio-electronico-en-colombia)

Rebrands. (2019, 3 julio). *¿Cuál es la diferencia de una oficina virtual a una oficina amoblada?*

www.red-brands.com. Recuperado 15 de agosto de 2021, de [https://www.red-](https://www.red-brands.com/oficina-virtual-vs-oficina-amoblada/amp/)

[brands.com/oficina-virtual-vs-oficina-amoblada/amp/](https://www.red-brands.com/oficina-virtual-vs-oficina-amoblada/amp/)

Re-brands. (2021, 3 febrero). *Oficinas virtuales, ¿una alternativa en época de pandemia?*

www.red-brands.com. Recuperado 15 de octubre de 2021, de [https://www.red-](https://www.red-brands.com/oficinas-virtuales-alternativa-en-epoca-de-pandemia/amp/)

[brands.com/oficinas-virtuales-alternativa-en-epoca-de-pandemia/amp/](https://www.red-brands.com/oficinas-virtuales-alternativa-en-epoca-de-pandemia/amp/)

Perez, S. (s. f.). *Oficinas Virtuales: Un nuevo enfoque a los Negocios de hoy.*

www.revistaempresarial.com. Recuperado 15 de octubre de 2021, de

[https://revistaempresarial.com/empresas/pymes-empresas/emprendimiento-](https://revistaempresarial.com/empresas/pymes-empresas/emprendimiento-pymes/oficinas-virtuales-nuevo-enfoque-negocios/)

[pymes/oficinas-virtuales-nuevo-enfoque-negocios/](https://revistaempresarial.com/empresas/pymes-empresas/emprendimiento-pymes/oficinas-virtuales-nuevo-enfoque-negocios/)

El Tiempo. (2020, 17 junio). *Unas 900 empresas cerradas y miles de empleos perdidos en Ibagué*. www.eltiempo.com. Recuperado 3 de octubre de 2020, de

<https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/crisis-economica-por-coronavirus-empresas-cerradas-y-empleos-perdidos-en-ibague-507758>

El Olfato. (2020, 10 junio). *Alcalde hurtado dice que se han cerrado 881 empresas durante la pandemia del covid-19 en Ibagué*. www.elolfato.com. Recuperado 3 de octubre de 2020,

de <https://www.elolfato.com/ibague/alcalde-hurtado-dice-que-se-han-cerrado-881-empresas-durante-la-pandemia-del-covid-19-en-Ibagué>

E.Workplace. (2019, 14 noviembre). *Oficinas en el ámbito digital: Cómo sacar partido a las redes sociales*. www.eligeworkplace.com. Recuperado 10 de julio de 2021, de

<https://eligeworkplace.com/oficinas-virtuales-redes-sociales-2>

Optima 2017. (2017, 21 julio). *¿Cuáles son las ventajas de tener una oficina virtual?*

www.optima-venture.com. Recuperado 15 de octubre de 2021, de <https://www.optima-venture.com/blog/noticias/cuales-son-las-ventajas-de-tener-una-oficina-virtual/>

Cámara de Comercio de Ibagué. (2019, enero). *ESTUDIO ECONÓMICO DE LA JURISDICCIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE IBAGUÉ 2018* (N.º 1). ÁREA DE INVESTIGACIONES Y PUBLICACIONES.

**Anexos**

**Anexo 1- Formato de Encuesta**

<b>CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS                      ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS                      METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN                      ENCUESTA DE PRECEPCION Y CONOCIMIENTO A EMPRESARIOS SOBRE                      HERRAMIENTAS DIGITALES</b>			
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
<b>NOMBRE DEL PROPIETARIO</b>	<input style="width: 60%;" type="text"/>	<b>EDAD</b>	<input style="width: 20%;" type="text"/>
<b>SECTOR ECONÓMICO</b>	<input style="width: 60%;" type="text"/>	<b>CIUDAD</b>	<input style="width: 20%;" type="text"/>
1. ¿La empresa se encuentra registrada en la Cámara de Comercio?			
SI	<input style="width: 100px;" type="text"/>	NO	<input style="width: 100px;" type="text"/>
2. ¿La empresa cuenta con las siguientes herramientas digitales?			
Página web	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
Redes Sociales	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
Email corporativos	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
3. ¿La venta de sus productos y servicios los realiza por cual medio?			
Página web	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
Redes Sociales	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
Mostrador	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
Teléfono	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
Otros	<input style="width: 400px;" type="text"/>		
4. Cuantos metros cuadrados requiere su empresa o modelo de negocio para funcionar?			
10 - 20 mts	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
20 - 40 mts	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
40 - 60 mts	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
60 - 80 mts	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
> 100 mts	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
5. Cual es el número de empleados que tiene su empresa o modelo de negocio?			
1	<input style="width: 100px;" type="text"/>	6	<input style="width: 100px;" type="text"/>
2	<input style="width: 100px;" type="text"/>	7	<input style="width: 100px;" type="text"/>
3	<input style="width: 100px;" type="text"/>	8	<input style="width: 100px;" type="text"/>
4	<input style="width: 100px;" type="text"/>	9	<input style="width: 100px;" type="text"/>
5	<input style="width: 100px;" type="text"/>	10	<input style="width: 100px;" type="text"/>
OTROS <input style="width: 500px;" type="text"/>			
6. ¿El local donde funciona la empresa es propio o en arriendo?			
Propio	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
Arriendo	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
7. ¿Cuánto en el valor por concepto de arrendamiento que usted paga por el local donde funciona?			
\$100.000 - \$500.000	<input style="width: 100px;" type="text"/>	Otro valor	<input style="width: 200px;" type="text"/>
\$500.000 - \$1.000.000	<input style="width: 100px;" type="text"/>		
\$1.000.000 - \$2.000.000	<input style="width: 100px;" type="text"/>		
\$2.000.000 - \$3.000.000	<input style="width: 100px;" type="text"/>		
\$3.000.000 - \$4.000.000	<input style="width: 100px;" type="text"/>		
8. ¿Porque medios promociona sus productos y servicios a sus clientes?			
Radio	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
Televisión	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
Redes Sociales	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
Wsp	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
Página web	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
Otros	<input style="width: 300px;" type="text"/>		
9. ¿Conoce usted que son las oficinas virtuales?			
SI	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
NO	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
10. Despues de conocer el concepto de Oficinas Virtuales, cuanto estaria dispuesto a pagar por este servicio? mes			
\$100,000 - \$300,000	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>
\$300,000 - \$500,000	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>	<input style="width: 100px;" type="text"/>



## Anexo 2 - Proyección de ventas - Año 1

PAQUETE	VALOR	MES 1		MES 2		MES 3	
		N. Clientes	VALOR	N. Clientes	VALOR	N. Clientes	VALOR
SEMILLA	\$ 300.000	3	\$ 900.000	5	\$ 1.500.000	9	\$ 2.700.000
CRECER	\$ 600.000	3	\$ 1.800.000	5	\$ 3.000.000	9	\$ 5.400.000
AVANZADO	\$ 1.200.000	3	\$ 3.600.000	5	\$ 6.000.000	9	\$ 10.800.000
		<b>9</b>	<b>\$ 6.300.000</b>	<b>15</b>	<b>\$ 10.500.000</b>	<b>27</b>	<b>\$ 18.900.000</b>

PAQUETE	VALOR	MES 4		MES 5		MES 6	
		N. Clientes	VALOR	N. Clientes	VALOR	N. Clientes	VALOR
SEMILLA	\$ 300.000	15	\$ 4.500.000	20	\$ 6.000.000	25	\$ 7.500.000
CRECER	\$ 600.000	15	\$ 9.000.000	20	\$ 12.000.000	25	\$ 15.000.000
AVANZADO	\$ 1.200.000	15	\$ 18.000.000	20	\$ 24.000.000	25	\$ 30.000.000
		<b>45</b>	<b>\$ 31.500.000</b>	<b>60</b>	<b>\$ 42.000.000</b>	<b>75</b>	<b>\$ 52.500.000</b>

PAQUETE	VALOR	MES 7		MES 8		MES 9	
		N. Clientes	VALOR	N. Clientes	VALOR	N. Clientes	VALOR
SEMILLA	\$ 300.000	35	\$ 10.500.000	45	\$ 13.500.000	55	\$ 16.500.000
CRECER	\$ 600.000	35	\$ 21.000.000	45	\$ 27.000.000	55	\$ 33.000.000
AVANZADO	\$ 1.200.000	35	\$ 42.000.000	45	\$ 54.000.000	55	\$ 66.000.000
		<b>105</b>	<b>\$ 73.500.000</b>	<b>135</b>	<b>\$ 94.500.000</b>	<b>165</b>	<b>\$ 115.500.000</b>

PAQUETE	VALOR	MES 10		MES 11		MES 12	
		N. Clientes	VALOR	N. Clientes	VALOR	N. Clientes	VALOR
SEMILLA	\$ 300.000	70	\$ 21.000.000	95	\$ 28.500.000	110	\$ 33.000.000
CRECER	\$ 600.000	70	\$ 42.000.000	95	\$ 57.000.000	110	\$ 66.000.000
AVANZADO	\$ 1.200.000	70	\$ 84.000.000	95	\$ 114.000.000	110	\$ 132.000.000
		<b>210</b>	<b>\$ 147.000.000</b>	<b>285</b>	<b>\$ 199.500.000</b>	<b>330</b>	<b>\$ 231.000.000</b>

Fuente: Elaboración propia