



Propuesta del diseño de los aspectos organizacionales estratégicos para la Mensajería FALCON, ubicada en la Ciudad de Bucaramanga.

Fortalecimiento Empresarial

Zulay Tatiana Delgado Daza

C.C: 1.098.781.178

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER

Facultad de Ciencias Naturales e Ingeniería

Tecnología en Producción Industrial

Bucaramanga 15/04/2023



Propuesta del diseño de los aspectos organizacionales estratégicos para la Mensajería FALCON, ubicada en la Ciudad de Bucaramanga.

Fortalecimiento Empresarial

Zulay Tatiana Delgado Daza

C.C: 1.098.781.178

Trabajo de Grado para optar al título de Tecnóloga en Producción Industrial

DIRECTOR

Juan Gabriel Castañeda

Grupo de investigación – SOLYDO

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER

Facultad de Ciencias Naturales e Ingeniería

Tecnología en Producción Industrial

Bucaramanga 15/04/2023

Nota de Aceptación

Aprobado en cumplimiento de los requisitos exigidos
por las Unidades Tecnológicas de Santander,
para optar al título de Tecnólogo en Producción Industrial,
según el acta de Comité de trabajo de grado No. 137-01-11
del 28 de Abril del 2023.
Evaluador: Sebastián García Méndez



Firma del Evaluador



Firma del Director

DEDICATORIA

Hoy estoy a un paso de mi tan anhelada meta y todo esto es producto del esfuerzo y sacrificio tanto propio como familiar, por esta razón hoy este logro es de ustedes; gracias por creer en este sueño, gracias por creer en mí, en FALCON y en esta meta que poco a poco se convierte en realidad.

A mi familia (padres, abuelos, hermano) porque sin su ayuda este gran paso no hubiese sido posible, a Dios le debo las fuerzas y la persistencia, las ganas de lucha y el permanecer firme ante la adversidad. A mí familia lo incondicional y amorosos, hoy la semilla de confianza que plantaron en mí está dando fruto y me alegra compartir este gran logro con ustedes. A mis amigas que me animaron con sus palabras y me daban impulso para continuar en este camino. Y a ti que me impulsaste a culminar este trabajo con la ilusión de graduarnos, poco a poco lo cumplimos y los frutos del esfuerzo se darán.

A todas infinitas gracias, hoy el sueño se hace cada vez más real...

AGRADECIMIENTOS

Hoy mis palabras son de gratitud hacia Dios, mi familia y las personas que hicieron posible este fortalecimiento Empresarial. Al grupo de CAFÉ UTS dirigido por German Granados quien nos apoyó con sus consultorías y al CDE del IMEBU por sus orientaciones, formatos y fortalecimientos para lograr el objetivo de hacer crecer este emprendimiento y trabajo de Grado, a todo el grupo de trabajo de FALCON quienes dedicaron horas para desarrollar cada formato y compartir ideas, a la Gerente Administrativa Olga Daza quien me brindó sus conocimientos para que este trabajo se desarrollara con éxito.

TABLA DE CONTENIDO

<u>RESUMEN EJECUTIVO.....</u>	<u>7</u>
<u>INTRODUCCIÓN.....</u>	<u>8</u>
<u>1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....</u>	<u>10</u>
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	12
1.3. OBJETIVOS.....	14
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	14
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
<u>2. MARCO REFERENCIAL</u>	<u>16</u>
<u>3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....</u>	<u>26</u>
<u>4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO.....</u>	<u>28</u>
<u>5. RESULTADOS.....</u>	<u>34</u>
<u>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....</u>	<u>36</u>
<u>RESULTADOS A NIVEL ESTADÍSTICO.....</u>	<u>64</u>
<u>6. CONCLUSIONES.....</u>	<u>68</u>
<u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</u>	<u>72</u>
<u>ANEXOS.....</u>	<u>74</u>

RESUMEN EJECUTIVO

En el fortalecimiento empresarial se evidenció la importancia de tener una organización empresarial definida y el papel fundamental de la estructura jerárquica lo cual conlleva a tener una armonía entre los colaboradores y facilita las tareas, pues al tener claras las funciones estas se desarrollan de manera eficaz y no quedan tareas pendientes. También se analizó la propuesta de valor y el plus de la organización para potenciarlo y utilizarlo como objetivo diferenciador para apoyar el departamento de marketing a la empresa.

El proceso que se llevó a cabo fue un diagnóstico inicial donde se conocieron las problemáticas y posteriormente se inició con un análisis y desarrollo del fortalecimiento realizando reuniones con los gerentes y colaboradores, realizando encuestas y un lienzo canvas para así darle un enfoque a la organización y encontrar el Bayer cliente o público objetivo que permita el crecimiento empresarial.

Al definir cada cargo y sus funciones correspondientes se logró una mayor productividad pues las funciones claras agilizaban el proceso, los canales de comunicación internos fueron más efectivos y esto se vio reflejado en el servicio que se le entregaba al cliente. Un efecto colateral generado en este fortalecimiento es que al momento de aportar en la organización y potenciar la propuesta de valor generó resultados positivos en el reconocimiento de la empresa y esto conllevó aumentar los clientes pues se descubrió el cliente ideal.

PALABRAS CLAVE.

- ✓ Organización
- ✓ Propuestas de Valor
- ✓ Estructuras organizacionales
- ✓ Políticas empresariales

INTRODUCCIÓN

Con la realización de este trabajo se logró un orden Organizacional para la empresa Falcon mensajería Femenina la cual no contaba con una estructura jerárquica y poseía complicaciones al desarrollar sus actividades pues al no tener funciones definidas y puestos de trabajo documentados, las instrucciones no eran claras y por ende había desinformación.

La estructura en una empresa va muy ligada a su desarrollo y progreso, es por esto que tener claras las directrices, funciones y puestos de trabajo ayudará directamente a que la organización sea más productiva. Adicional definir el orden jerárquico ayudará en la cadena de mando y en la toma de decisiones al momento de realizar las distintas actividades y al definir las funciones de cada puesto de trabajo limitará o establecerá las responsabilidades de cada colaborador. Aun cuando hay muchas maneras de crear una estructura organizacional fue importante documentar y realizar un análisis de la empresa, pues para cada organización la estructura debe personalizarse para adaptarse a los procesos y actividades según su actividad comercial.

Fue importante conocer primero sobre la Organización y como muchos expertos la definen para así entender como su estructura puede impulsarla y hacerla crecer o por el contrario una carencia de está puede limitarla.

Según Sheldon (1985), La organización es “la acción y el efecto de articular, disponer y hacer operativos un conjunto de medios, factores o elementos para la consecución de un fin concreto” (Andrade, 2005, p. 248) (González, 2019, pág. 7) 1. Dicho de otro modo, la organización es la unión de todas las directrices, puestos de trabajo, organización jerárquica, fuerza laboral y los diversos departamentos que la componen para articularlos y llevar a la empresa a cumplir sus objetivos.

Teniendo como base las definiciones de organización en el desarrollo del trabajo se conoció lo que significa una estructura organizacional y como esta debe ir de la mano con la estrategia de la empresa para generar mayor productividad y así evidenciar el crecimiento de la misma.

La información obtenida fue muy experimental eso conlleva a que los resultados son muy acertados pues se recopiló directamente de la fuente verificando el progreso y como las mejoras realizadas generaban cambios positivos. Para solucionar la problemática evidenciada fue necesario un análisis inicial y diagnóstico de la empresa y posteriormente se procedió a realizar una estructura organizacional, una definición de sus puestos de trabajo, un lean canvas y un organigrama. Toda la información se obtuvo bajo experiencias y a base de reuniones con los jefes a cargo y el gerente, de esta manera se conoció de primera mano lo que sucedía en la organización y se propusieron soluciones para mejorar cada problemática encontrada.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Como es común en las empresas es importante contar con una cultura organizacional definida para generar enfoque y visualizar resultados, adicional a esto las políticas internas ayudaran a lograr objetivos, delegar funciones, generar ambientes laborales sanos y orientar la organización para complementarse con su estructura organizacional, otorgándole una visión más consciente y humana a la empresa donde no solo se trabaje por el desarrollo de la organización sino con políticas orientadas a cubrir la necesidad de sus colaboradores y evitar grandes inconvenientes laborales como es el ausentismo, disminución de productividad, lineamientos poco claros, confusiones al momento de delegar funciones, mal ambiente laboral, incumplimiento de las responsabilidades y por ende afectaciones a clientes.

FALCON al tener su registro de actividad principalmente en el transporte de mercancías y pedidos sus Colaboradores se ven afectados por infinitos riesgos y al no tener una política o estructura organizacional definida como misión, visión, políticas de calidad, propuestas de valor, cargos jerárquicos definidos con funciones y responsabilidades, entre otras; afecta drásticamente a su área administrativa organizacional pues no se tiene claro cuáles son los lineamientos a seguir , los posibles

riesgos a los cuales los trabajadores se enfrentan , como solucionar problemas o actuar a tiempo de forma efectiva.

Al analizar su estructura y al percatarse que no contaba con una establecida ,se encontró que esto ocurría porque al ser una PYME no se llevaba un Control administrativo, tampoco tenían puestos de trabajo con funciones y responsabilidades porque al momento de su consolidación no las evidenciaron como importantes o fundamentales para la empresa y al ser una empresa familiar relativamente nueva se enfocaron en generar ingresos y la parte administrativa se relegó, al iniciar como emprendimiento no se había dado importancia a este tipo de directrices que debe tener una empresa para que su funcionamiento sea más efectivo y productivo. De no generar cambios en su estructura o definir lineamientos jerárquicos es muy posible que la mensajería se estanque, no brinde un buen servicio a sus clientes, se retrase en sus envíos y finalmente no continúe en funcionamiento o en el mercado pues la desorganización genera pérdida de credibilidad y por ende que sus clientes prefieran la competencia.

¿Qué efectos administrativos generaría contribuir en el enfoque organizacional de la empresa FALCON?

1.2. JUSTIFICACIÓN

Según Ivancevich “La estructura de la organización es el entramado de puestos de trabajo y de departamentos, que orientan la conducta de individuos y grupos hacia la consecución de los objetivos de la organización. *Ivancevich et al., 1997*”. (González, 2019, pág. 7)

La estructura organizacional y políticas de calidad facilita la dirección y administración de la empresa, contribuye a fijar roles entre sus colaboradores, a poseer responsabilidades y crear objetivos para mejorar. Adicional a esto aporta orden y cumplimiento de la función a realizar y una productividad aumentada pues al tener claros los lineamientos, las tareas son más concretas y precisas al momento de ejecutarlas para así minimizar los riesgos o accidentes que están inherentes en la realización de la actividad comercial. Una buena comunicación ayuda a una recepción e intercambio de información, lo cual apoyaría e impactaría de forma importante al área administrativa , productiva y seguridad laboral, pues al tener definida un orden organizacional y políticas claras estaríamos contribuyendo en gran medida a cuidar a los colaboradores y a poseer mecanismos de acción para ayudar a que las tareas sean más sencillas, menos riesgosas y esta forma que la productividad, ambiente laboral y enfoque organizacional se vea impactada positivamente.

Para FALCON su recurso humano es muy importante por esto al recibir nuestra consultoría u apoyo para generar o crear políticas de desarrollo empresarial, personal, laboral o que faciliten la realización de cada tarea, se vuelve fundamental pues al

implementar nuevos lineamientos la empresa crece y directamente los colaboradores progresan. Adicional a esto se estaría aportando a que las mujeres santandereanas tengan más oportunidades laborales y se reduzca la brecha laboral existente por estigmatización de género ya que su propuesta de valor es la fuerza laboral femenina presente en la mensajería.

La importancia del respectivo trabajo es ayudar al crecimiento, organización, orden, producción, enfoque y Cuidado de los Colaboradores de la empresa FALCON Mensajería y adicional a esto aportará a las Unidades Tecnológicas de Santander en la tecnología en producción Industrial al grupo SOLYDO fortaleciendo las líneas de investigación para tomarlo como referente y así generar nuevos aportes o Cambios a las PYMES.

Este trabajo ayudará no sólo al fortalecimiento de FALCON sino a encaminar a la creación de empresa y contribuir con los emprendimientos de los estudiantes pues será una guía para la implementación y orden de estas futuras empresas.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

- Proponer el Diseño de los aspectos organizacionales estratégicos para la empresa mensajería FALCON, que abarque desde el diseño de la estructura jerárquica, definición de políticas y descripción de la propuesta de valor, a través de la recopilación de información primaria y herramientas existentes en la literatura con el propósito de contribuir con el fortalecimiento de la organización empresarial y su enfoque.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Diseñar una estructura organizacional junto con la descripción de cargos a través de información de fuentes primarias y la selección adecuada de su organigrama con el propósito de generar claridad respecto a las funciones y responsabilidades de sus colaboradores.

- ✓ Definir políticas internas a través de la identificación de las características propias de la empresa, así como de sus necesidades para enfocar la organización hacia su crecimiento empresarial.

- ✓ Establecer la propuesta de valor a través de un lienzo canvas para definir estrategias de enfoque organizacional, que le permita a la empresa llegar al mercado objetivo.

2. MARCO REFERENCIAL

Una estructura organizacional es fundamental para cada empresa pues contribuye a definir las características y elementos de la misma, adicional contribuye al buen orden pues parte importante se debe a su cadena de mando con jerarquías debidamente establecidas y funciones con responsabilidades que le otorgan a la organización una orientación para su crecimiento. Es importante tener claro que según el tipo empresa de igual manera será su estructura organizacional, pues cada sector económico y comercial requiere de lineamientos estratégicos para crecer y avanzar.

Existen objetivos internos y externos y de esta manera evaluarlos para que no interfieran con el desarrollo de la organización. Es de saber que el termino ORGANIZACIÓN posee diversos significados entre los que encontramos.

Terry (1973), “la organización es el arreglo de las funciones que se estiman necesarias para lograr un objetivo, y una indicación de la autoridad y la responsabilidad asignada a las personas que tienen a su cargo la ejecución de las funciones respectivas.” (González, 2019, pág. 7).

Sheldon (1985), La organización es “la acción y el efecto de articular, disponer y hacer operativos un conjunto de medios, factores o elementos para la consecución de un fin concreto” (Andrade, 2005, p. 248). (González, 2019, pág. 7).

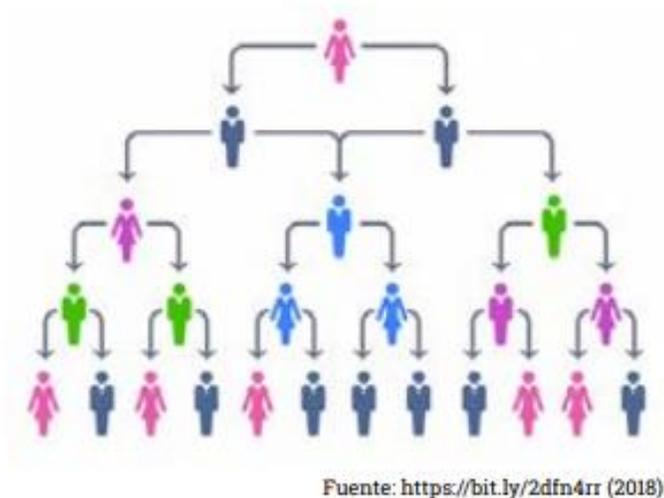
De este modo la organización es el conjunto de directrices necesarias para cumplir los diversos objetivos que la empresa se plantea, y por esto cada una debe poseer un modelo propio para que articule con cada departamento y colaborador implicado en los procesos para desarrollar la actividad económica.

Una vez se definió organización es importante tener claro que es jerarquía y como cada aspecto se vuelve importante a la hora de tener un orden en la organización. La jerarquía es identificar cada puesto del colaborador, función y departamento con sus respectivas responsabilidades del cargo para así lograr un crecimiento de la empresa y lograr objetivos a futuro, posteriormente se procede a plasmar toda esta información en un organigrama o tabla organizacional que básicamente es un resumen de manera didáctica para que su comprensión sea más clara y directa.

Kast & Rosenzweig (1974), definen a la estructura como “el patrón establecido de relaciones entre los componentes o partes de la organización” (González, 2019, pág. 8). Expresando de esta manera que una estructura organizacional es un conjunto de directrices con el fin de generar orden y así contribuir al desarrollo empresarial.

Debido a la diversidad de empresas y sector económico estas tienen unas clasificaciones especiales que nos ayudara a determinar la empresa en cual sector se encuentra y así que su organización jerárquica sea más completa para dirigirse a su crecimiento y cumplir objetivos propuestos.

Figura #1: organización



ORGANIZACIONES SEGÚN SUS FINES

Estas organizaciones se clasifican según su principal actividad Comercial en organizaciones con ánimo de lucro y sin ánimo de lucro.

- Organizaciones con ánimo de lucro: Empresas con el objetivo de generar dinero, ganancias o utilidad para los accionistas o propietarios de la organización.
- Organización Sin fines de lucro: Su característica principal es desempeñar un rol o función en las sociedades sin la pretensión de generar utilidades o ganancias por estas actividades.

ORGANIZACIONES SEGÚN SU FORMALIDAD

Este tipo de organizaciones se clasifican según el tipo de estructuras que poseen para tomar decisiones, jerarquización, control y medios de comunicación, Se dividen en:

- Organizaciones formales: Organizaciones con sistemas ya determinados y claros para su toma de decisiones, control y comunicaciones. En este tipo de organizaciones se facilitan los procedimientos a realizar pues al estar ya definidos los parámetros, perfiles, deberes de los colaboradores y funciones genera una armonía en los grupos de trabajo y así los diversos objetivos se cumplen a cabalidad al tener un orden en su organización tal como lo expresa Idalberto Chiavenato, “la organización formal comprende estructura organizacional, directrices, normas y reglamentos de la organización, rutinas y procedimientos” (González, 2019, pág. 10)

En las organizaciones formales tenemos:

- ✓ Lineal: Su Estructura jerárquica es la más antigua y simple pues se remonta a la manera de organizar los ejércitos eclesiásticos en tiempo medievales. Este tipo de organización es lineal pues el poder o responsabilidad se lleva en línea directas de autoridad y responsabilidad con el jefe y colaborador. Este es la clase de organización más utilizada en empresas pequeñas por su forma jerárquica de pirámide donde los canales de comunicación son jefes – colaborador.

- ✓ Funcional: Como su nombre lo indica su principio es la especialización en las determinadas funciones las cuales divide y especializa cada actividad a desarrollar.
- ✓ Línea-Staff: Este tipo de organización es la unión entre la organización línea y la funcional para así fortalecer cada tipo de organización y reduciendo sus limitaciones o desventajas. Un ejemplo es que se fortalece la autoridad piramidal y los las asesorías o servicios especializados en cada área o departamento de trabajo.
- ✓ Comités: Esta clasificación es un poco confusa, lo que es realmente importante es que tratan temas con relevancia menor pero que se vuelven fundamentales para la ejecución de cada función.
- Organizaciones Informales: Este tipo de organizaciones se basa en una comunicación no directa pero que si tiene un gran impacto en las decisiones de la organización.
 - ✓ Centralizada: La autoridad se encuentra en la parte superior del organigrama (jefe o Gerente), en los niveles inferiores poco se delega.
 - ✓ Descentralizadas: La toma de decisiones se desplazada a la cadena de mando para que en todos los niveles se puedan tomar decisiones así ser más eficaces

Es importante que todas las organizaciones utilicen y diseñen su organigrama respecto a las funciones de cada colaborador para que de esta manera planteen un diseño o estructura ordenada que como empresa no solo cumpla y satisfaga las necesidades del cliente, sino que contribuya a que sus empleados se desarrollen y sean más productivos.

Algo importante en la estructura organizacional es la cultura que se plantea y como esta se divide en visible y desarticulada dependiendo de cada situación. La cultura Visible son los elementos observables que se pueden distinguir como las creencias, los valores, el slogan, la marca, todo aquello que le da sentido de pertenencia a la empresa. Y los elementos desarticulados son aquellos que no se pueden observar a simple vista, y hace parte de los colaboradores como es su manera de pensar, miedos, aspiraciones y los cuales impactan en gran medida a la organización de manera inconsciente.

El diseño organizacional siempre ha estado pensado para que las empresas funcionen de la mejor manera, tiene 4 características importantes:

- Enfoque Clásico: Los planteamientos de Max Weber, Frederick Taylor y Henri Fayol quienes son los primeros expositores de este enfoque para las organizaciones y los cuales pensaban que las empresas se debían dirigir siempre con reglas y obligaciones racionales para así plantear los diversos perfiles y responsabilidades de los colaboradores generando una armonía como empresa.

- Enfoque Tecnológico de Tareas: En los años 60 se pudo dictaminar que la tecnología empleada en las diversas actividades de la empresa aseguraría el éxito o el fracaso del mismo
- Enfoque Ambiental: Iniciado en los 70 y se basa en una interacción de hombre y ambiente para llegar a un desarrollo organizacional y así generar un cambio significativo a las empresas y los colaboradores pues trabajar en un ambiente cómodo genera una mayor productividad para los empleados.
- Enfoque Reducción de tamaño: Como su nombre lo indica este enfoque se basa en reestructurar la organización definiendo los puestos de trabajo necesarios y eliminando los perfiles poco productivos para que así la organización sea más competitiva comercialmente y reduzca gastos innecesarios.

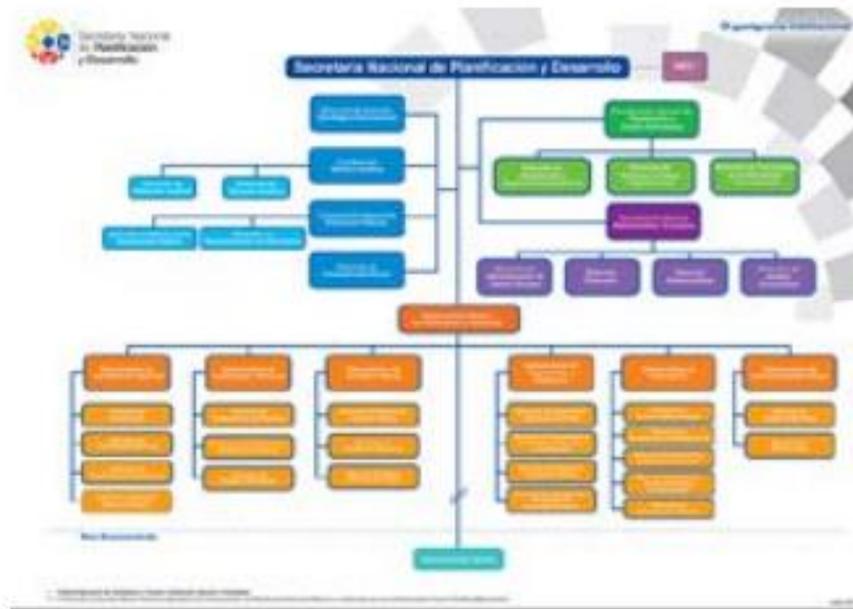
ORGANIGRAMAS

Luego de una estructura organizacional definida es importante plantearla de una manera amena a los empleados, de tal manera que sea fácil de comprender y seguir, para así exponer los perfiles de los colaboradores, sus funciones y la distribución de responsabilidades por los diversos departamentos de una manera gráfica.

Franklin & Gómez (2002), lo definen como “la gráfica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa, sus relaciones, sus niveles de jerarquía y las principales funciones que se desarrollan.” (González, 2019, pág. 42)

Los objetivos de los organigramas son exponer los niveles de la jerarquía de la empresa, los puestos de trabajo, la autoridad y los canales de comunicación.

Figura #2: Organigramas



Fuente: <https://bit.ly/2P4EYPF> (2018)

PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor es un elemento importante en el marketing para generar en el cliente una chispa de necesidad e intriga y de esta manera nos asocie como una empresa con contenido importante referente para resolver alguna problemática que presente o disfrutar del servicio brindado. En este punto el cliente encontrará los productos ofrecidos con el plus que caracteriza a la empresa, o sea se debe exaltar el componente diferenciador que la compañía otorga a sus clientes para satisfacer o brindar solución.

Algo importante en esta era digital es la facilidad que los clientes encuentren la empresa y la propuesta de valor juega un papel importante pues es una puerta de entrada para que los clientes nos busquen de una manera más sencilla y accedan a nuestros servicios más rápidamente.

La propuesta debe ser centrada en el cliente para que este comprenda porque debe preferirnos y el plus que tiene la empresa para desarrollar su producto o servicio de manera amena a las necesidades del consumidor. La propuesta de valor posee unas características para que al llegar al cliente sea más objetiva y fácil de comprender como por ejemplo el lenguaje a usar dependiendo la industria y que así el cliente entienda que debe preferir el producto/servicio por encima de la competencia, la transparencia fundamental pues al tener claridad y un lenguaje adecuado no se entraría en exageraciones que el producto posee o elevar sus cualidades, eso puede ser contraproducente es mejor describir el producto tal cual es.

Para crearla lo primero a redactar es el título donde exprese información de la empresa, deberá ser algo corto pero puntual. Luego el subtítulo será algo más detallado respecto a lo que la empresa realiza o el servicio que presta, deberá llevar imágenes para captar atención de manera rápida y de esta forma se tendrá una propuesta de valor contundente, que atrape y sea eficaz para atraer a nuestros clientes.

POLÍTICAS ORGANIZACIONES

Las políticas en una organización son fundamentales para dirigir la toma de decisiones y orientar el rumbo de la Empresa, son un protocolo para la junta directiva y así tener mejor claridad respecto a lo que se puede realizar para lograr objetivos en base a sus directrices.

Existen dos tipos de políticas, unas generales y otras específicas las cuales corresponden al nivel general a reglas básicas para el funcionamiento correcto de la empresa y a nivel específico a ciertos procesos puntuales de la empresa donde se necesitan directrices para realizar un trabajo óptimo. Es un aporte organizacional para dirigir la organización.

Las políticas no solo dirigen comportamiento y las funciones a realizar sino también motivan y muestran la visión de la empresa, es una guía de funcionamiento, un manual para orientar la organización y facilitar con directrices los deberes y derechos a los cuales el trabajador goza por ser parte de la compañía, son una orientación de la conducta a la cual la empresa debe adherirse según sus directrices políticas, morales, éticas para su funcionamiento.

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación realizada en este proyecto fue de forma experiencial o exploratoria donde se vivió de cerca cada etapa y se evidenció cada mejora o análisis realizado generaba un cambio positivo. A raíz de esta investigación se encontró la importancia de tener un Bayer persona o un cliente ideal con una personalidad definida, unos gustos determinados y un estilo de vida especial para llegar a él, como esto ayudaba al reconocimiento o crecimiento de la empresa aún sin que este paso estuviese dentro de los objetivos planteados , pero se encontró que para llegar al cumplimiento de estos era necesario descubrirlo y crear un plan para llegar al cliente ideal, ponerle nombre y atribuirle características en pro de conocerlo a tal punto que llegar a él fuese más sencillo y no que FALCON fuese tras él, sino que es él quien ahora los encuentra porque aparece en sus gustos y actividades cotidianas, para crear este tipo de estrategias se realizaron reuniones con los gerentes, fue necesario investigar en la literatura como encontrábamos ese personaje, solicitar y basarse de plantillas ya definidas de los distintos entes que apoyan el emprendimiento en Santander y orientan a las PYME en su labor de crecimiento.

Al atribuirle cualidades y gustos al cliente ideal y proporcionarle un nombre este obtuvo forma y se pudo interpretar mejor hacía donde quería la compañía dirigirse, ya contando con el cliente perfecto se inició el proceso de direccionamiento estratégico donde se creó y se diseñó la misión, visión y política de calidad acorde al servicio que se quiere prestar teniendo como referencia el cliente ideal y partiendo de la observación, análisis y ejecución de cada punto se pudo consolidar y llegar a una dirección acorde al plan de trabajo.

Luego de descubrir el cliente ideal y fortalecer el direccionamiento de la empresa se creó la propuesta de valor con ayuda de plantillas suministradas por el IMEBU y el CDE quienes apoyan el emprendimiento y fortalecen las pequeñas empresas brindando

consultorías a sus gerentes y obteniendo información de cada reunión con recomendaciones de primera mano.

La propuesta de valor se creó a partir de la plantilla de Bayer persona , conociendo las preferencias del cliente y sus necesidades, se continuo con el proceso y se realizaban reuniones con los gerentes tanto administrativo como el general para conocer a fondo la empresa y así el trabajo fuese más acertado. Para crear la estructura organizacional fue primordial que se documentara en información referente a cuál sería la estructura más adecuada para la empresa, conocer los diversos tipos que existen y sus características para correlacionarlas con lo ya diseñado en el direccionamiento estratégico y darle solidez con su estructura jerárquica. Una vez se identificaron los puestos de trabajo, sus responsabilidades y la jerarquía que la empresa quería llevar se diseñó el cronograma para que los colaboradores conocieran el nuevo modelo jerárquico y sus funciones a cada cargo.

Para finalizar se realizó una DOFA y el objetivo fue realizar el diseño CANVAS con ayuda de la estructura y diseño anteriormente. Las plantillas utilizadas fueron las de CAFÉ UTS suministradas para fortalecer la empresa y con apoyo de consultorías por el CDE por medio del IMEBU para conectar mejor las ideas y estructurar una propuesta canvas que reuniera una perspectiva de negocio adecuada y acertada. Se realizó un muestreo de aproximadamente 50 personas, donde intervinieron clientes y personas de la localidad para conocer las necesidades y requerimientos que estos tenían, lo que opinaban respecto al plus de la empresa, versus el servicio brindado, para analizar el mercado y así cada propuesta de diseño o mejora fuese perfecta para la PYME y su crecimiento. Por último, se diseñó las políticas de la mensajería para que sus colaboradores tuviesen mayor claridad al momento de desarrollar las actividades y hubiese parámetros internos y externos para el buen funcionamiento. Las políticas se diseñaron en compañía de la gerente General y Gerente administrativa donde se expuso observaciones y requerimientos a cada punto de las directrices.

4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

Al iniciar con este proyecto los gerentes informaron que la empresa estaba en una transición pues querían darle un giro a la mensajería, e incursionar y ser la primera mensajería en tener en su fuerza laboral en las mujeres y querer reducir la brecha laboral existente por estigma de género en este sector del mercado donde no es muy común la presencia femenina. El reto era enorme pues al apoyar y proponer el fortalecimiento empresarial se debía modificar algunas cuestiones administrativas, pero sin perder el orden o el estilo de la mensajería ya existente; esta premisa fue una de las peticiones de los gerentes pues al ser una mensajería familiar y una PYME en proceso no contaban con muchos conocimientos en el área de dirección estratégica o fortalecimiento.

Así que lo primero que se realizó fue una investigación y análisis de la conveniencia del proyecto en curso pues estaban en el mercado aproximadamente año y medio pero aun así no se tenían claros algunos parámetros, gustos, características, responsabilidades de los cargos, organización jerárquica, necesidades del cliente, preferencias, cuáles eran los clientes potenciales, a donde se iban a dirigir, que medios tecnológicos que iban a utilizar para llegar al cliente Bayer, que tanto los clientes estaban dispuestos al cambio, si se debían conseguir nuevos o potenciar los que tenían, frecuencias al utilizar el servicio de mensajería, que les parecía la iniciativa de contar con mujeres al momento de realizar los envíos o recibirlos, comentarios del servicio recibido por parte sus clientes actuales. Para esto se utilizó una muestra de aproximadamente 50 personas aleatoriamente entre clientes, conocidos y amigos para así entender lo que

pensaban de la empresa actual, conocer lo que generaba el cambio o transición y de esta manera quienes no conocían la empresa tuvieran un acercamiento a ella. La encuesta realizada fue a próximamente durante 1 semana y su distribución fue digital por medios masivos como las redes de la empresa (Instagram y Facebook) y WhatsApp en estados y envíos por chats personalizados.

Los datos obtenidos fueron muy satisfactorios pues al conocer de primera mano las necesidades y gustos del cliente, la reacción al cambio y el apoyo se evidencio que la idea era viable y fue acogida de manera efectiva con un 67.4 % de agrado. El tema de inclusión femenino fue un plus importante para hacerse conocer y que las personas quisieran contactar a la empresa para obtener servicios con un 48.8% elegirían la mensajería simplemente por apoyar la mujer y tenerla como referente en los procesos operativos.

La encuesta también mostró que con este cambio la empresa debía buscar nuevos clientes pues la transición había ampliado el mercado y era aconsejable buscar nuevas estrategias para atraer a estos clientes. Con el análisis de las preferencias de los clientes se encontró que era más importante la confianza y seguridad de sus pedidos con un 82% que el orden y limpieza con un 27.9%, se debe tener claro que no porque el porcentaje haya sido menor se debía descuidar ese parámetro sino todo lo contrario potenciar el porcentaje mayor y trabajar para incentivar el menor.

Al conocer la información anterior y analizarla se logró identificar muchas cosas importantes y ver la viabilidad de la transición junto con una descripción detallada del cliente ideal para encontrar el Bayer Persona.

Como se explicó recientemente y con el fin de cumplir los objetivos propuestos se inició con el proceso de crear la estructura organizacional, para esto fue importante la información documentada y transmitir esta información a los gerentes. Luego de realizar las encuestas, se evidenció que para diseñar la estructura primero se debía tener claro la estrategia para así dirigir o definir funciones de cada trabajador y a su vez la jerarquía para cumplir con estas estrategias o direccionamiento empresarial, así que se inició realizando un estudio referente al Bayer persona o cliente ideal de la empresa pues no se contaba con esta información.

Las plantillas utilizadas en este proceso fueron suministradas por el Centro de Desarrollo Empresarial (CDE), que es el departamento de apoyo y fortalecimiento del IMEBU y se realizaron consultorías con Alejandra Moreno quien fue la persona encargada del proceso y acompañamiento del fortalecimiento para dirigir de manera clara y eficiente y de esta manera descubrir el cliente ideal. La plantilla utilizada en este primer proceso se realizó en acompañamiento con los gerentes luego de tener la consultoría con el CDE y así por medio de ideas y siguiendo el paso a paso se logró desarrollar el contenido y encontrar el Bayer persona.

Lo primero que se realizó fue atribuirle un nombre al personaje creado, algo que indicara fuerza pero que fuese en sintonía con la empresa; para esto las ideas que

surgieron fueron las siguientes: cliente platino, cliente Premium y cliente estelar. Al final se decidió que el cliente PLATINO sería el nombre del cliente Bayer y partiendo de esto se procedió a otorgarle características como qué tipo de perfil se quería según el enfoque socializado del fortalecimiento, la información demográfica para conocer donde está ubicado y como se podía acceder a él para que conociera la empresa; la edad en la que oscilaba también era importante para conocer sus gustos y así apuntar los recursos de marketing a sitios de interés o preferencias para incursionar en sus deseos y necesidades con el fin de convertirse en su demanda, la idea era no buscar al cliente como antes se realizaba en el marketing tradicional, sino con ayuda del marketing digital y esta nueva ola de tecnología hacer que quien encontrara a FALCON fuese él, apareciendo en sus actividades diarias o estilo de vida para que la información fuese más sutil y recepcionada como algo del diario vivir para que tuviese como referente a la mensajería cuando necesitara enviar, recoger o realizar algún tipo de diligencia.

Una vez se tenía claro el estilo y algunas características del personaje se apuntaba a los objetivos y retos que el cliente poseía para así darle solución y ayudar en su proceso ayudando a satisfacer la necesidad presente. Por último, se analizó lo que el cliente actual pensaba de la empresa y como se podía mejorar o incentivarlo a que eligiera a FALCON siempre que tuviese una necesidad referente a los envíos con un mensaje contundente e inspirador.

Una vez se identificó y creó el Bayer persona, se inició con la propuesta de valor la cual fue en acompañamiento y consultorías con el departamento de la Unidades

Tecnológicas de Santander CAFÉ UTS que es el Centro Académico para el Fomento del emprendimiento direccionado por su módulo de incubación, allí brindan asesoría respecto a diversos temas entre esos propuesta de valor , la plantilla utilizada fue suministrada por el CDE del IMEBU quienes guían para conocer la propuesta de valor de cada empresa. En la plantilla encontramos los beneficios que ofrece la empresa como es el transporte de mensajería, envíos y paquetería en el área metropolitana de Bucaramanga acortando distancias y ahorrando tiempo, la experiencia que brinda en la satisfacción al cliente por recibir sus pedidos en perfecto estado, el servicio al cliente personalizado que la empresa brinda y la satisfacción que le genera a los clientes contribuir con el empleo a las mujeres, al igual que las características que tiene la empresa como prestadora del servicio. En la plantilla el tema del cliente y la percepción se veía desde el punto de vista de sus necesidades solicitando que el pedido llegara a tiempo y en perfecto estado o que sea recogido en el tiempo esperado, también validamos sus miedos en cuanto al transporte del pedido, retrasos, altos costos, pedidos rotos o averiados o falta de responsabilidad y sus requerimientos como agilizar entregas y sentir confianza al momento de recoger, recibir o entregar sus pedidos. Para finalizar se encontró que la propuesta de valor es la siguiente:

Servicio de entrega/recogida de paquetería y mensajería en el área metropolitana de Bucaramanga de manera personalizada y confiable con ayuda de su fuerza laboral más importante, las mujeres.

Ya creado y diseñado el cliente ideal o Bayer persona y con la propuesta de valor definida se realizó el direccionamiento estratégico para conocer a donde se quería llegar, la política de calidad empresarial y su misión y visión para darle un enfoque acertado a la empresa y así utilizar los recursos de manera estratégica para llegar y lograr lo deseado por sus gerentes y dueños.

5. RESULTADOS

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Al momento de diseñar la parte estratégica y organizacional fue necesario el acompañamiento del gerente general y administrativo por su visión amplia de la empresa y así el diseño de la misión, visión y políticas fuese más acertado, fueron necesarias 3 reuniones de 45 minutos aproximadamente cada una, para consolidar ideas en donde cada parte expresaba su opinión y se iba formando hasta culminarlas. La misión y Visión fueron muy enfáticas en evidenciar el tema de inclusión femenino en el área de la mensajería, las ventajas que esto genera y hacía donde la empresa desea dirigirse para su crecimiento.

Fue necesario una vez diseñada la Misión y Visión comunicarla con las colaboradoras para conocer el punto de vista y así socializar cada mejora efectuada. Las políticas se desarrollaron de la misma manera, estas tomaron 2 reuniones más junto con la gerente general y la administrativa y posteriormente se socializó con las colaboradoras para que todo el equipo tuviese una misma dirección y un mismo fin para realizar sus funciones.

La función del equipo de fortalecimiento era la de tomar nota en cada reunión de las mejoras y de los avances realizados para así articular toda la información y guiar por medio de conceptos a los gerentes con el fin de diseñar la Misión, Visión y políticas de

la mejor manera para que fuese recibida de forma clara y precisa. Se llevaba nota de cada reunión y al final se comunicaba lo realizado a los asistentes de la reunión.

MISIÓN

FALCON Brinda el servicio de transporte de mensajería, compras, pagos, tramites, envíos de paquetería y diligencias empresariales dando solución a las necesidades de nuestros clientes de manera eficiente, segura, confiable y rápida acortando distancias y ahorrando tiempo con ayuda de nuestra fuerza laboral más importante, las mujeres.

VISIÓN

Queremos ser el aliado logístico empresarial de los Santandereanos y la primera mensajería con inclusión social femenina segura y confiable con innovación y diferenciación en la prestación del servicio.

POLÍTICA DE CALIDAD

En **FALCON MENSAJERÍA** estamos comprometidos con la satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros clientes, realizando la labor con calidad, personalización, mejora continua y garantía del servicio, cumpliendo con los requisitos legales y normas vigentes con el fin de aportar en la satisfacción del cliente y en el desarrollo de nuestras colaboradoras.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

En **FALCON DELIVERY** se encuentra conformada por el proceso administrativo y el operativo, a continuación, se describe que actividades y cargos se desarrollan en cada uno de los procesos.

PROCESO ADMINISTRATIVO

Es el proceso encargado de los lineamientos, orden y directrices de la organización, en este proceso se encuentran las Gerentes Generales y Administrativas, se evalúa el área contable, la Organización y orden de la empresa, también se encuentra el área encargada del Servicio al cliente, recepción, ingreso de servicios, supervisión de labores, diseño de páginas webs, actualización de redes y marketing digital.

Gerente general: Horario laboral: 8 am-6pm

Requisitos: Tecnóloga o Ingeniera con estudios dirigidos a la administración industrial o a fines, con diplomados en sistemas de Gestión, marketing digital, con habilidades blandas como comunicación asertiva, manejo de emociones, Resolución de problemas, Carismática, conocimientos en talento humano, manejo de clientes y manejo de paquetes office.

Responsabilidades: Encargada del buen funcionamiento de la empresa, con responsabilidad para administrar recursos y manejar costos de la compañía. Las funciones son en mercadeo y marketing para atraer clientes, ganar reconocimiento y

crear posicionamiento de marca., estar presente en reuniones importantes, cerrar negocios, supervisar el buen funcionamiento de los colaboradores, liderar los procesos y operaciones de la empresa, manejo de personal y estrategias para crecimiento de la compañía. Adicional a esto supervisa el área administrativa y el operativo para delegar funciones

Condiciones de trabajo: Ambiente de trabajo tranquilo, oficina para desarrollar sus actividades cotidianas en orden y con pulcritud absoluta, es la imagen de la empresa.

Actividades y funciones:

- ✓ Cierre de negocios
- ✓ Selección del personal operativo
- ✓ Manejo de Redes y marketing
- ✓ Evaluar el servicio de las colaboradoras (mensajeras)
- ✓ Verificar el trabajo de los gerentes, supervisores y colaboradoras
- ✓ Asistir a reuniones importantes
- ✓ Búsqueda de clientes
- ✓ Analizar información de los procesos para mejorarlos
- ✓ Dirigir y liderar las estrategias de marketing
- ✓ Estar al tanto de inscripciones académicas o cursos para crecimiento empresarial y personal de los colaboradores

Gerente administrativo: Horario laboral: 8 am-6pm

Requisitos: Tecnóloga en Sistemas, administrativo o afines con estudios en contabilidad y comercio, con diplomados en sistemas de Gestión, habilidades blandas como comunicación asertiva, manejo de emociones, Resolución de problemas, Carismática, Tolerante y líder con conocimientos en talento humano, manejo de clientes y manejo de paquetes office.

Responsabilidades: Encargada del área administrativa de la empresa, con responsabilidad para administrar y excelente manejo de finanzas. Desempeñará funciones en contabilidad, manejo de patrocinio, caja y efectivo, con conocimientos y experiencia mínima de 1 año administrando negocios u empresas. En sus funciones estará el manejo y disposición de dineros, manejo de personal y conocimientos en Talento humano para llevar a cabo procesos de selección, contratación del personal y el bienestar laboral. Deberá conocer sobre Sistemas de Gestión para contribuir a mejoras continuas y crecimiento de la empresa, deberá recepcionar llamadas y programar servicios de clientes, en el área contable se encarga de todo lo relacionado con la distribución financiera, control de gastos, realización de facturas y verificación de pagos.

Condiciones de trabajo: Ambiente de trabajo tranquilo, oficina para desarrollar sus actividades cotidianas en orden y con pulcritud absoluta, con sitio de trabajo cerca al gerente general pues trabajaran muy unidos para desarrollar procesos y apoyarsen en tareas diarias.

Actividades y funciones:

- ✓ Manejo de Dinero

- ✓ Selección del personal Administrativo
- ✓ Control de Gastos
- ✓ Evaluar procesos administrativos de los colaboradores
- ✓ Trabajar en colaboración con el Gerente General
- ✓ Asistir a reuniones importantes
- ✓ Realización de Facturas
- ✓ Mejorar procesos
- ✓ Dirigir y liderar las estrategias de crecimiento y mejora
- ✓ Recepción de llamadas
- ✓ Organizar rutas
- ✓ Dirigir colaboradoras a funciones específicas
- ✓ Recibir llamadas y gestionar solicitudes de clientes
- ✓ Atender servicios y seleccionar personal para cumplir tareas
- ✓ Verificar pago de clientes
- ✓ Agendar pedidos y servicios

Diseño y Páginas Web:

- **Diseñadora y Encargada de Edición:** Horario laboral: 8 am-6pm

Su función es la realización de post para las diversas redes sociales y apoyar en el área de marketing acompañada de Gerencia General para potenciar la marca y darle viralidad

Requisitos: Tecnóloga en Sistemas, Comunicación, Diseño o afines con estudios en Marketing digital, fotografía, edición, psicología del color, entre otros. Con habilidades blandas como comunicación asertiva, manejo de emociones, Resolución de problemas, Carismática, Tolerante, Trabajo en equipo, con manejo de herramientas para diseño y creación para comunicar a través de imágenes y textos y con capacidad para edición digital, composición y color.

Responsabilidades: Encargada de apoyar las estrategias de marketing junto con gerencia general, utilizar software de diseño, edición y diseño digital para potenciar proyectos en la empresa, creación semanal de post, reels, carrusel entre otros medios audiovisuales para darle viralidad y reconocimiento a la marca, generar contenido de valor a redes con su respectiva tipográfica, imágenes, colores. No será necesaria experiencia, pero si evaluar pasión y compromiso por el crecimiento de la empresa.

Condiciones de trabajo: Ambiente de trabajo tranquilo, oficina para desarrollar sus actividades diarias, con sitio de trabajo cerca al gerente general pues trabajaran muy unidos para apoyarse en estrategias de mercadeo y marketing.

Actividades y funciones:

- ✓ Apoyar estrategias de marketing
- ✓ Creación de logos, tipografía
- ✓ Diseño de post, reels y carrusel
- ✓ Edición de fotografías de la marca
- ✓ Posicionar y actualizar las redes sociales

- ✓ Creación de propuesta de marketing digital
- ✓ Edición de videos
- ✓ Manejo de software para edición
- ✓ Estar sujeto a cambios y proposiciones

Programador o Desarrollador Web: Horario laboral: 8 am-6pm

Su labor es Diseñar, crear y alimentar las páginas web, programar los diversos anuncios de la empresa desde la página oficial, adicional se encarga de correos y realizar post para mantener activas las redes en trabajo conjunto con la Diseñadora.

Requisitos: Tecnóloga en Sistemas, Programación o afines con habilidades blandas como comunicación asertiva, Resolución de problemas, trabajo en equipo, paciente con manejo de herramientas para programación, diseño y creación para comunicar al cliente las estrategias de forma clara y precisa. Manejo de aplicaciones con experiencia en HTML, JavaScript, npm, procesos de compilación y despliegues en la nube.

Responsabilidades: Encargada de apoyar las estrategias de marketing y programación junto con gerencia general y Diseño para potenciar proyectos en la empresa. Será importante la interpretación de la visión para que al plasmarlo en la página el cliente comprenda el mensaje. Deberá comprender los principios de optimización de los motores de búsqueda.

Condiciones de trabajo: Ambiente de trabajo tranquilo, oficina para desarrollar sus actividades cotidianas con una maquina fuerte para ejecutar programas de la mejor manera y esto facilite cada actividad con sitio de trabajo cerca al gerente general y diseñadora pues trabajaran muy unidos para apoyarse en tareas diarias.

Actividades y funciones:

- ✓ Apoyar proceso de diseño
- ✓ Crear codificación que generará vida a la página de la empresa
- ✓ Programar funcionamiento de la página web
- ✓ Responsabilizarse de funciones de la página web cuando llega el usuario
- ✓ Utilizar herramientas y aplicaciones para correr los programas
- ✓ Innovar en sitios para atraer al cliente
- ✓ Corregir errores de las páginas webs de la empresa
- ✓ Dominio de herramientas actualizadas de programación
- ✓ Comprensión de la visión del cliente
- ✓ Comunicación e intervención oportuna
- ✓ Enfoque metódico y analítico
- ✓ Solucionar problemas de programación

PROCESO OPERATIVO

Proceso encargado de cumplir con el propósito de la empresa, entrega de pedidos y recolección de los mismos es el con el contacto directo con el cliente.

- **Mensajeras (Colaboradoras):** Horario laboral 6am- 6 pm (por turno, por horas, jornada completa) depende de la disponibilidad de la colaboradora.

Son las colaboradoras quienes se encargan de cumplir con el servicio de los clientes, recoger y entregar los pedidos enviados por el área de asistencia administrativa

Requisitos: Bachiller académico con habilidades blandas como comunicación asertiva, Resolución de problemas, trabajo en equipo, localización espacial, habilidades de conducción, paciente y diligente.

Responsabilidades: Encargada de apoyar el área de mensajería, repartiendo y transportando pedidos o encomiendas para cumplir con la entrega inmediata de las mismas dependiendo de las directrices administrativas.

Condiciones de trabajo: será importante contar con motocicleta para desarrollar la función de entrega, mantener siempre elementos de protección personal, y medio de comunicación para interactuar cuando sea necesario con la central administrativa.

Actividades y funciones:

- ✓ Recoger o entregar los envíos

- ✓ Dirigirse a las direcciones asignadas
- ✓ Tener comunicación constante con central
- ✓ Indicar cuando se entrega o recoge los pedidos
- ✓ Realizar las diligencias empresariales asignadas
- ✓ Cumplir con la presentación personal estipulada
- ✓ Atender las solicitudes del área administrativa
- ✓ Apoyar con las actividades logísticas de la empresa
- ✓ Cumplir con los requisitos de la empresa demostrando lealtad y confianza
- ✓ Conducir con precaución
- ✓ Respetar señales de tránsito

➤ **Supervisora:**

Encargado de la gestión y buen funcionamiento del proceso de mensajería, análisis y comunicación con los clientes para verificar el servicio prestado y realiza el checklist de mantenimiento semanal, monitorea el buen funcionamiento del departamento de mensajería.

Requisitos: Tecnóloga industrial o logístico con estudios en manejo de personal o jefe de operaciones, con implementación de mejora en procesos con habilidades blandas como comunicación asertiva, Resolución de problemas, trabajo en equipo, localización espacial, habilidades de conducción, paciente, diligente y gestión de

proyectos. Deberá contar con habilidades organizativas y análisis de procesos con liderazgo de equipo.

Responsabilidades: Encargada de supervisar el área de mensajería y demás procesos operativos, participar en planificaciones estratégicas comerciales , analizar requisitos del cliente, mejorar procesos y reducir costos , informar del desempeño de los departamentos operativos, ser apoyo en el área de mensajería al momento de entrega o recogida de productos, colaborar con las mensajeras para facilitar el trabajo, inspeccionar los vehículos y realizar un checklist semanal para mantener la continua operación de las máquinas de manera eficaz

Condiciones de trabajo: será importante contar con motocicleta para desarrollar la función de entrega, mantener siempre elementos de protección personal, y medio de comunicación para interactuar cuando sea necesario con la central administrativa o con las mensajeras.

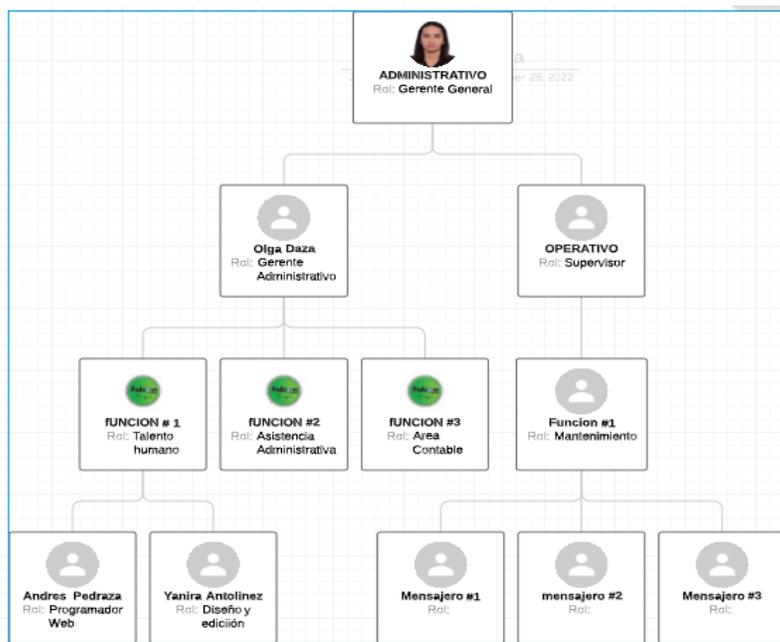
Actividades y funciones:

- ✓ Supervisar procesos operativos
- ✓ Participar en planeaciones estratégicas de proyectos
- ✓ Realizar soporte al cliente
- ✓ Contribuir con la ubicación de las mensajeras (direcciones)
- ✓ Analizar necesidades del cliente
- ✓ Mejorar operaciones y reducir costos
- ✓ Informar sobre el desempeño por departamentos

- ✓ Capacitar empleados
- ✓ Brindar apoyo administrativo y a las colaboradoras
- ✓ Garantizar el cumplimiento de políticas
- ✓ Solucionar problemas
- ✓ Analizar situaciones y solucionarlas
- ✓ Realizará mejoras a los procesos

El diseño organizacional es elegir la mejor estructura para cumplir con las diversas actividades que la empresa desarrolle de manera responsable y designando autoridad para cumplir con objetivos. Por esta razón se desarrolló un Organigrama que es la manera más sencilla de entender el orden jerárquico de la empresa de una manera muy gráfica y clara, para analizar como los diversos departamentos se relacionan y aportan para llegar a un fin común en donde se evidencien los cargos antes mencionados para una mejor comprensión de roles y responsabilidades dentro de la empresa.

Figura #3: Organigrama FALCON



Fuente: Archivos Falcon

ESTUDIO SECTORIAL y ESTRATÉGICO

CIFRAS ESTRATÉGICAS DEL CONTEXTO PARA IDENTIFICAR CABIDA EN EL SECTOR

Se realizaron las encuestas correspondientes para conocer la acogida de la nueva propuesta respecto a la inclusión laboral femenina y como los clientes percibían este cambio frente a las mensajerías comunes.

La encuesta se realizó con una población de aproximadamente 50 personas entre los que estaban clientes, conocidos, allegados y posibles prospectos para conocer su opinión y de esta manera tener claras algunas consideraciones importantes. Su

aplicación fue por medio digital y el requisito principal era identificarse y expresar sus preferencias, se pudo conocer que es importante seguir en la búsqueda de clientes y re direccionar el marketing pues al modificar la propuesta de valor y el plus de la empresa, su cliente ideal cambio y de este modo se pudo identificar que se necesita mostrar la propuesta de negocio a nuevas personas para así aumentar ventas.

La encuesta tenía el fin de darle peso y rumbo a los diseños de estructura organizacional y todo lo relacionado a Canvas, Bayer persona y propuesta de valor, pues se quería enfatizar en lo que el cliente necesitaba para que así cada planteamiento fuese más acertado.

Se presentarán los resultados de la encuesta y sus gráficos para un mejor entendimiento de las preferencias de los clientes junto con gráficos.

Figura #4: Encabezado Encuesta



FALCON
MENSAJERÍA

**Fortalecimiento Empresarial e Innovación con
Inclusión (Falcon Mensajería Femenina)**

FALCON es una empresa de servicio de mensajería femenina, transporte de paquetes y soluciones logísticas en toda el área metropolitana de Bucaramanga, está ubicada en Pablo sexto. Los valores que nos caracteriza son la honestidad, responsabilidad social, Agilidad, Eficiencia, Responsabilidad, Confianza, Pasión y Respeto.

FALCON nació con el fin de aportar en el desarrollo laboral de las mujeres Santandereanas y reducir la brecha salarial existente a raíz de la estigmatización de genero en el campo de la mensajería.
Por esta razón nos gustaría conocer su opinión, comentario o sugerencia sobre la forma en que podemos

mejorar su experiencia con nosotros y nuestro servicio prestado.

los datos obtenidos serán netamente confidenciales y para fines académicos en pro de mejoramiento de FALCON MENSAJERIA FEMENINA.

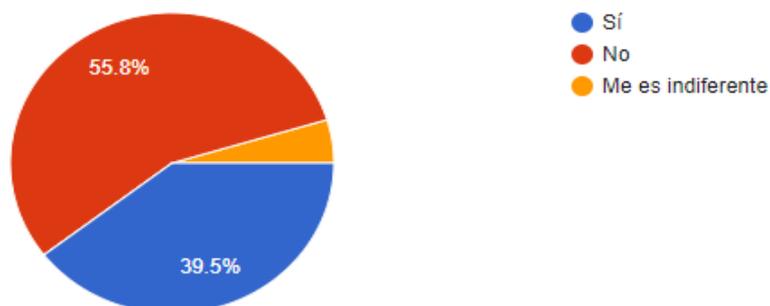
Fuente: Encuesta FALCON mensajería

Una de las preguntas era respecto a la experiencia que han tenido al momento de recibir o enviar sus pedidos con mujeres y las cifras fueron contundentes pues el 55.6% no ha tenido esta vivencia por ende les atraería esta nueva propuesta con un 64.7%, pues por lo general quienes laboran son hombres.

tabla # 1: Prestación servicio mujeresPreguntas Respuestas **43** Configuración

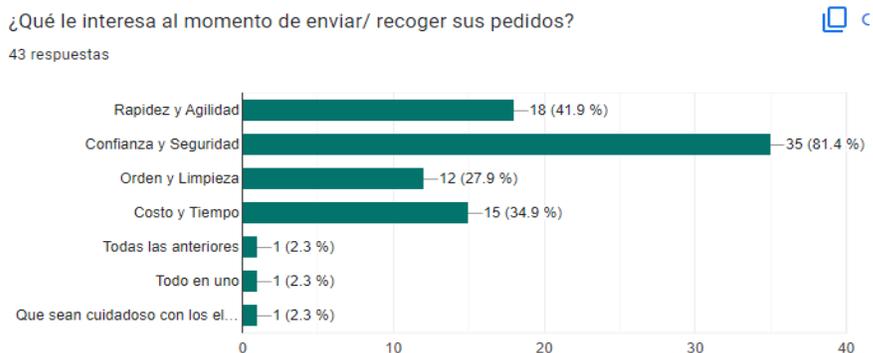
¿En la empresa de mensajería que usted utiliza, la han atendido mujeres?

43 respuestas



Fuente: Encuesta FALCON mensajería

En la encuesta le preguntamos a los clientes, conocidos y posibles compradores que identificara por orden de preferencia que era importante a la hora de enviar o recibir sus pedidos y sus respuestas son sorprendentes pues confianza y seguridad fue quien tuvo mayor puntuación y evidentemente un servicio donde su fuerza laboral son mujeres posee esto que los clientes están solicitando

Tabla #2: Preferencias de envíos

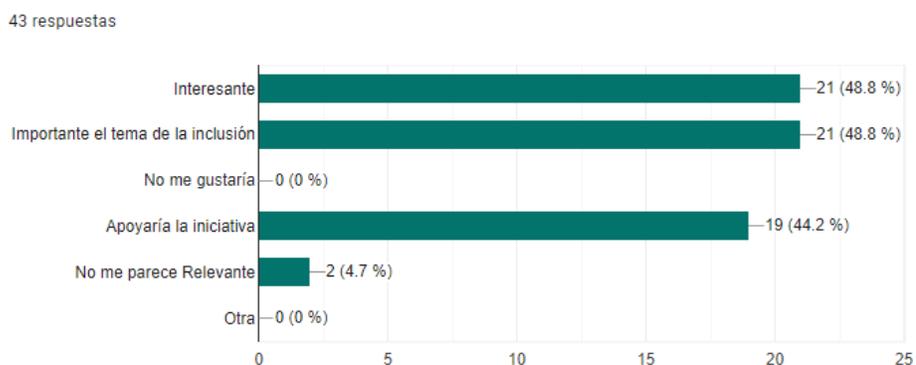
Fuente: Encuesta FALCON mensajería

Posterior a esto se preguntó que les parecía la iniciativa de inclusión y si apoyarían la idea, a lo cual al 48% les pareció interesante esta estrategia y al 48.8% apoyaría solo por el hecho de tener mujeres laborando en un sector que se supone solo es para hombres.

Tabla #3: Clientes potenciales

¿Qué le parece la idea de ser cliente de una mensajería donde la mujer es prioridad y ser atendido por una de ellas?

43 respuestas



Fuente: Encuesta FALCON mensajería

Luego de obtener esta información y conocer de primera mano las exigencias, gustos, requerimientos y necesidades de los clientes se procedió a crear la plantilla Bayer

que aun cuando no era parte de los objetivos fue necesaria para crear la propuesta de valor y el canvas, pues todo va entrelazado para potenciar la estructura organizacional.

La Propuesta de valor se creó en base a la plantilla de Bayer persona para conocer las características que el cliente tenia, los beneficios que se le otorgaba y la experiencia brindada para analizar lo que el cliente necesitaba, lo que quería y ayudar a su elección para que prefiriera la empresa por encima de sus miedos atacando a sus deseos y requerimientos para que fuese su mejor opción o su demanda inconscientemente.

Aunque el Bayer persona y la propuesta de valor no entran en los objetivos del fortalecimiento se vio la necesidad de diseñarla para desarrollar el canvas por pasos y su interpretación fuese más sencilla y clara.

Figura #5 Plantilla Bayer Persona:

NOMBRE DEL BUYER PERSONA	[PLATINO]	PARTE 1: QUIÉN
<p>PERFIL GENERAL Trabajo, historia laboral, familia</p> <p>INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA Edad, salario, ubicación, sexo, redes sociales que utiliza</p> <p>IDENTIFICADORES Trato, personalidad, como prefiere comunicar (mensaje directo, respuesta en comentario asesoría por <u>whatsapp</u>, etc..)</p>		<ul style="list-style-type: none"> • [empresarios o emprendedores con la necesidad de enviar pedidos] • [mayores de 25 años en el área metropolitana de Bucaramanga, con redes sociales como Facebook, Instagram , <u>whatsapp</u> y <u>LinkedIn</u>] • [trato formal, comunicación verbal <u>adecuada, elocuente</u>, responsable, visionario, prefiere la comunicación por medio de <u>whatsapp</u>, pero el acercamiento inicial se realiza por otras redes sociales] 

Fuente: Plantilla Bayer CDE

Figura #6 Plantilla Bayer Persona:

NOMBRE DEL BUYER PERSONA	[PLATINO]	PARTE 2: QUÉ
<p>OBJETIVOS Objetivos primarios y secundarios de nuestro cliente</p> <p>RETOS Retos primarios y secundarios de nuestro cliente</p> <p>CÓMO PODEMOS AYUDAR ...para que obtenga los objetivos deseados. ...para que pueda superar los retos</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Primario: Entrega o recogida de sus pedidos de manera confiable • Secundario: Agilizar entregas y disminuir costos <ul style="list-style-type: none"> • El pedido llegue a tiempo • Seguridad en el transporte del pedido <ul style="list-style-type: none"> • Llegar a tiempo • Colaboradores Confiables • Cuidado en el transporte al recoger/ entregar el pedido • Seguimiento e informacion de ruta de pedido 

Fuente: Plantilla Bayer CDE

Figura #7 Plantilla Bayer Persona

NOMBRE DEL BUYER PERSONA	[PLATINO]	PARTE 3: POR QUÉ
<p>COMENTARIOS Ejemplos de comentarios reales sobre sus retos y objetivos.</p> <p>QUEJAS COMUNES Razones por qué no comprarían nuestro producto o servicio.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Servicio Personalizado • Buena atención • Dinámicos • Las mujeres realizan un trabajo mas dedicado • Inclusión laboral <ul style="list-style-type: none"> • Impuntualidad • Mala recepción de llamadas • Comunicación lenta y poco oportuna 

Fuente: Plantilla Bayer CDE

Figura #8 Plantilla Bayer Persona

NOMBRE DEL BUYER PERSONA	[PLATINO]	PARTE 4: CÓMO
<p>MENSAJE DE MARKETING</p> <p>Cómo describirías la solución de tu empresa a este <u>buyer</u> persona.</p> <p>MENSAJE DE VENTAS</p> <p>Cómo venderías las solución a tu <u>buyer</u> persona</p>	<p>FALCON Brinda el servicio de transporte de mensajería, envíos de paquetería y demás diligencias solicitadas por los clientes, dando solución a las necesidades de manera rápida, eficiente, segura y confiable.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acortando distancias y ahorrando tiempo con ayuda de nuestra fuerza laboral más importante, las mujeres • Recogemos y entregamos • Nos llamas y nosotros lo entregamos • Nos llamas y nosotros lo hacemos por tí. 	

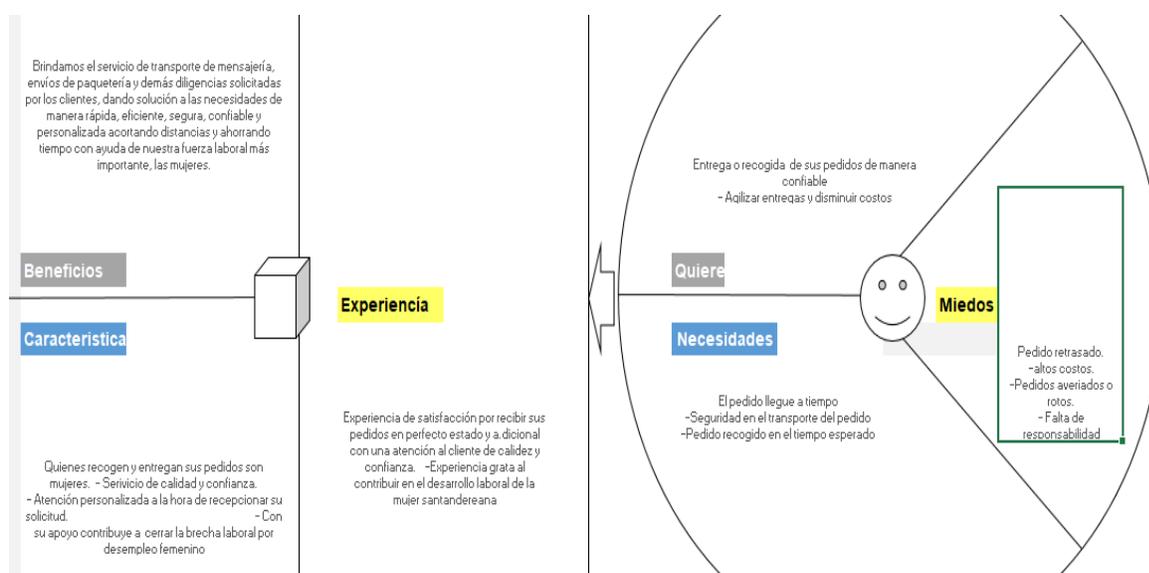
Fuente: Plantilla Bayer CDE

Con la propuesta de valor se ratificó la definición del servicio que la empresa presta y a su vez trabajar para mejorar y contribuir con el desarrollo de la PYME. Se encontró que se Brinda un servicio de transporte de mensajería, envíos de paquetería y demás diligencias solicitadas por los clientes, con beneficios como dar solución a las necesidades de manera rápida, eficiente, segura, confiable y personalizada acortando distancias y ahorrando tiempo con ayuda de nuestra fuerza laboral más importante, las mujeres. Con características significativas como quienes recogen y entregan sus pedidos son mujeres, manejan un Servicio de calidad y confianza con atención personalizada a la hora de recepcionar su solicitud y con un plus social que es contribuir a cerrar la brecha laboral por desempleo femenino en Bucaramanga y su área metropolitana. El cliente tendrá experiencias gratas y satisfactorias por recibir sus pedidos en perfecto estado y adicional con una atención al cliente de calidez y confianza. Se abordará lo que el cliente desea como Entrega o recogida de sus pedidos de manera confiable, agilizar entregas y disminuir costos, pedidos a tiempo de manera Segura y en perfecto estado, dirigiéndose

directamente a los miedos del cliente reduciendo tiempos de retraso, altos costos, pedidos averiados o rotos, falta de responsabilidad entre otros.

De esta manera la propuesta de valor queda identificada y será fundamental para desarrollar cada actividad que conlleve a la prestación del servicio y se realizará de manera precisa y perfecta pues al tener una guía diferenciadora de las demás empresas orientan hacia el crecimiento y desarrollo laboral. La propuesta de valor es lo que hace única a la empresa, el plus que la diferencia de las otras mensajerías, eso que solo tiene FALCON y que debe trabajar día a día para potenciar este componente que genera a sus clientes el deseo de elección y fidelización.

Figura #9: Propuesta de Valor



Fuente: Archivos Falcon

Al tener identificada la propuesta de valor se procedió a realizar el modelo de negocio o bien llamado CANVAS el cual se realizó con ayuda de plantillas de CDE y orientaciones de CAFÉ UTS con acompañamiento de sus gerentes y consultores. Fue necesario basar el canvas en el Bayer persona, en su propuesta de valor, en las necesidades del cliente y en los beneficios que les otorgaba la empresa a sus clientes.

Este formato cuenta con 9 pasos importantes para lograr un CANVAS efectivo como modelo de negocio que contribuya al desarrollo y posicionamiento de la empresa:

➤ **Segmento de clientes:**

Lo primero que se realizó fue una reunión con sus gerentes para identificar el segmento o el público objetivo basándose del Bayer persona y conociendo quienes serían los beneficiarios de la propuesta de valor y cuáles eran sus clientes más importantes, para así dirigir todos los esfuerzos a un marketing adecuado que llegase a las personas interesadas.

➤ **Propuesta de Valor:**

En este punto se debatió cual era el servicio prestado y como se ayudaba a las empresas del sector con el servicio de mensajería, los problemas a resolver como entregar a tiempo, agilizar entregas y servicio de calidad.

➤ **Relación con los clientes:**

En este punto se evaluó como sería una comunicación acertada con los clientes, cuales canales de comunicación serían los más apropiados para llegar al cliente ideal, el tipo de atención que se presta en medios digitales y la forma para atraer clientes.

➤ **Canales de Comunicación:**

La interacción con los clientes es por medio de redes sociales y páginas web, la atención personalizada se realiza por WhatsApp de manera más cercana con el cliente, mientras que los medios digitales son para hacerlos conocer. Otro medio para tener visibilidad es visitar los establecimientos comerciales o los emprendimientos locales para incursionar en este sector y así que conocieran el servicio que la empresa presta y como puede ayudarlos en sus actividades diarias.

➤ **Fuentes de Ingresos:**

Se realizó un análisis con parámetros para conocer el precio de los servicios y cuanto los clientes estarían dispuestos a pagar, y cuales medios de pagos o transacciones estarían habilitados.

➤ **Actividades Claves:**

Se conoció que algo importante es contar con el equipo de trabajo y colaboradoras para desarrollar un servicio óptimo, al igual que tener un cronograma para redes sociales y mantenerlas activas pues esta es la puerta o la primera entrada de los clientes.

➤ **Recursos Claves:**

Una exhaustiva búsqueda por conocer aquellas cosas importantes para funcionar, como el personal, el talento humano e intelectual, recurso financiero, recurso locativo, recurso físico y tecnológico, entre otros.

➤ **Estructura de costos:**

Con la junta se evaluaron cuáles eran los costos de la empresa para su funcionamiento, lo importante como el recurso tecnológico y planes de datos, actualización de marketing, sueldos de empleados y gasto por servicios y arrendamiento locativo.

➤ **Aliados Claves:**

Algo importante para que una empresa crezca son sus aliados o esos entes que ayudan a crecer en varios campos o departamentos de la organización, por esta razón los gerentes actualmente se apoyan y hacen parte de programas para emprendedores, como es el departamento CAFÉ UTS que se encarga de brindar consultorías a emprendedores y estudiantes de las unidades tecnológicas de Santander, guiándolos en su proceso de creación de empresa para contribuir y apoyar en su carrera profesional. Los gerentes hacen parte de CDE de la alcaldía de Bucaramanga que son el departamento encargado del fortalecimiento empresarial de la región, donde prestan

asesorías y orientaciones a PYMES para crecer en aspectos donde tienen falencias y que con ayuda de profesionales nutren esta área para contribuir con el progreso y desarrollo empresarial.

Figura #10: Modelo Canvas

<p>Aliados clave 9</p> <p>¿Quiénes son nuestros socios clave? Acompañamiento del CDE, Café UTS, IMEBU, clientes</p> <p>¿Quiénes son nuestros proveedores clave? Redes de telefonía, estaciones de servicio, talleres de mecánica</p> <p>¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios? Conocimientos, financiero, estudios</p> <p>¿Qué actividades clave realizan los socios? Capacitaciones, consultorías</p> <p>MOTIVACIONES PARA LAS ALIANZAS Optimización y economía Reducción de riesgo e incertidumbre Adquisición de recursos y actividades particulares CDE</p>	<p>Actividades Clave 6</p> <p>¿Qué actividades clave requieren nuestras propuestas de valor? Contar con el personal femenino capacitado y capacitado para prestar un servicio optimo, estar muy al tanto de las redes sociales para tener atención personalizada y a tiempo.</p> <p>¿Nuestros canales de distribución? El principal canal de comunicación son las redes y el medio móvil como llamadas o mensajes de whatsapp, se recepciona la solicitud y se le asigna a una persona el servicio del cliente para que lo realice a cabalidad</p> <p>¿Relaciones del cliente? De manera virtual para crear conexión y de manera personal al momento de tomar el servicio, con publicaciones amena al cliente donde sienta empatía</p> <p>¿Flujos de ingresos? El dinero se recibe en efectivo al momento de terminar el servicio o en su defecto por transferencia cuando al cliente se le facilita el servicio realizado la mensajería obtiene el 20% y el mensajero el 80%</p>	<p>Propuesta de valor 2</p> <p>¿Qué valor entregamos al cliente? Brindamos el servicio de transporte de mensajería, envíos de paquetería y demás diligencias solicitadas por los clientes, dando solución a las necesidades de manera rápida, eficiente, segura, confiable y personalizada acortando distancias y ahorrando tiempo con ayuda de nuestra fuerza laboral más importante, las mujeres.</p> <p>¿Cuál de los problemas de nuestros clientes estamos ayudando a resolver? +Entregar o recoger sus pedidos de manera confiable. +Agilizar sus entregas y disminuir costos. +Seguridad en el transporte del pedido +Pedido a tiempo</p> <p>¿Qué paquetes de productos y servicios ofrecemos a cada segmento de clientes? +Emprendedores con ofertas generando reducción de costos por cantidad de envíos. +Creditos a clientes frecuentes para promover su fidelidad. +Obsequios a clientes fieles para que nos prefieran siempre</p> <p>¿Qué necesidades del cliente estamos satisfaciendo? Entrega o recogida de sus pedidos de manera confiable. +Agilizar entregas y disminuir costos. +Seguimiento y seguridad en la ruta de pedido. +Pedido con llegada estimada. +Atención personalizada</p> <p>CARACTERÍSTICAS Novedad, Rendimiento Personalización, "Terminando el trabajo" Diseño, Marca / Estado, Precio Reducción de costo La reducción de riesgos Accesibilidad Conveniencia / usabilidad</p>	<p>Relación con los clientes. 3</p> <p>¿Qué tipo de relación espera cada uno de nuestros segmentos de clientes que establezcamos y mantengamos con ellos? La interacción con nuestros clientes ha sido muy personalizada y con respuesta rápida.</p> <p>¿Cuáles hemos establecido? Atención personalizada, por medios digitales, paginas web, al igual que redes sociales, whatsapp, instagram y facebook.</p> <p>¿Cómo se integran con el resto de nuestro modelo de negocio? Las redes sociales son efectivas para captar clientes pero en whatsapp la atención es mas personalizada y los clientes la prefieren.</p> <p>¿Cuán costosos son? La pagina web con el dominio y el hosting 180.000 anual, las otras plataformas son gratis pero se necesita de nutrir y tener orden en las publicaciones</p> <p>EJEMPLOS Asistente personal Asistencia personal dedicada Autoservicio Servicios automatizados Comunidades</p> <p>Canales 4</p> <p>¿A través de qué canales quieren llegar nuestros segmentos de clientes? para realizar el acercamiento inicial se realiza por medio de redes sociales y pagina web y para una relación mas personalizada por medio de whatsapp</p> <p>¿Cómo los estamos alcanzando ahora? el mercado realizado se está haciendo por medios digitales y de manera personal presentando la empresa a los negocios locales y de esta manera se comunican con nosotros.</p> <p>¿Cómo se integran nuestros canales? La forma para captar los clientes ha sido de manera personal y presentando la empresa a los negocios locales, el voz a voz y las redes sociales como las paginas web, redes sociales como Instagram y Facebook para</p>	<p>Segmento de clientes 1</p> <p>¿Para quién estamos creando valor?: Empresarios o emprendedores con la necesidad de enviar pedidos desde sus negocios a sus clientes, nuestros clientes deben ser mayores de 25 años y estar ubicados en el área metropolitana de Bucaramanga, con redes sociales como Facebook, Instagram, whatsapp y LinkedIn</p> <p>¿Quiénes son nuestros clientes más importantes? Emprendedores y dueños de negocios del area metropolitana de Bucaramanga. Detalles Tatta, Xabi empanadas Transporte (Neila, Johana, Erika)</p>
<p>Estructura de costos 8</p> <p>¿Cuáles son los costos más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio? Plan de datos, recibos, sueldo de los empleados administrativos, marketing</p> <p>¿Qué recursos clave son más caros? Mantener al Personal satisfecho, celular en buen estado, invertir en redes</p> <p>¿Qué actividades clave son las más caras? Recepción de llamadas y marketing digital</p> <p>Costos fijos (salarios, alquileres, servicios públicos), Costos variables, Economías de escala, Economías de alcance</p>		<p>Fuentes de ingresos 5</p> <p>¿Por qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes? El valor a pagar es por darle solución a las necesidades que el cliente tiene y varía dependiendo el lugar de envío desde los 3000 pesos</p> <p>¿Por qué pagan actualmente? Pagan por lo que ellos no pueden o no quieren hacer y nosotros lo hacemos acortando distancias y ahorrándole tiempo que en la actualidad es tan escaso e importante.</p> <p>¿Cómo están pagando actualmente? Los medios de pago que tenemos es en efectivo o por transacciones bancarias por medio de billeteras virtuales como Nequi y Daviplata.</p> <p>¿Cómo preferirían pagar? En efectivo cuando el servicio se ha realizado.</p>		

Fuente: plantilla Falcon IMEBU

Al realizar y encontrar el Bayer persona, hallar y descubrir la propuesta de valor de la empresa y diseñar el CANVAS como propuesta de negocio para tener un mercado más segmentado y así tener clara la visión de la empresa para su crecimiento, se procedió a crear las políticas de la empresa para darle un sentido y empoderamiento a sus trabajadores y a la misma organización. Las políticas son basadas en las necesidades de la empresa, para establecer guías a sus colaboradores y así redirigir sus esfuerzos con orientaciones que permitan el crecimiento y desarrollo de la organización. Las políticas no solo son importantes para que esta funcione correctamente sino para que los empleados tengan directrices respecto al funcionamiento y requerimientos de la organización para su óptimo funcionamiento. Existen políticas internas y externas que nos ayudan a facilitar algunas tareas.

POLÍTICAS EN LA ORGANIZACIÓN

Políticas internas:

En las políticas internas tenemos las generales y las específicas que son propias de cada actividad o departamento.

Generales:

- El uniforme de la Organización siempre se deberá portar de manera pulcra y con los EPP correspondientes.
- Siempre se deberá realizar una inducción a las colaboradoras nuevas.
- Las habilidades blandas serán explotadas y reforzadas como mecanismo de crecimiento y empoderamiento femenino

- En los planes de carrera harán parte solo los colaboradores de la empresa para otorgar sentido de pertenencia de la organización.
- La atención al cliente siempre será de manera amena y respetuosa, no está permitido pedir datos personales o de contacto a los clientes.
- -Manejaremos precios accesibles para Emprendedores y medios de fidelización para clientes antiguos.
- - Se intentará empoderar a la mujer Santandereana para contribuir a su desempeño laboral, económico y profesional con horarios flexibles para su crecimiento.
- Los datos suministrados por los clientes son confidenciales y no se divulgarán
- La gerente general estará encargada de velar por el cumplimiento de las políticas generales con ayuda de una ruta de seguimiento mensual.

Especificas:

✓ Departamento administrativo

- Se debe capacitar al personal en labores administrativas correspondientes al cargo para contribuir en su desarrollo profesional.
- Se prohíbe hackear información de la empresa correspondiente a clientes.
- Él envío de paquetes siempre será confidencial, igual que la información de cada cliente
- El gerente administrativo velará por el cumplimiento de las políticas de este departamento.

✓ Departamento Operativo

- Se deberá brindar una capacitación de ubicación espacial, direcciones y manejo defensivo a las colaboradoras.

--Se realizará inclusión femenina en la organización (su fuerza laboral son mujeres), pero sin incurrir en exclusión de Género masculino pues contamos con aliados Hombres los cuales nos apoyan en servicios que superen los 12 kg permitidos para mujeres; siempre y cuando el cliente lo requiera y lo acepte.

-Los elementos de la empresa necesarios para desarrollar las actividades laborales (canastas, ponchos, impermeables, sogas, etc.) se deberán devolver en perfecto estado una vez terminado el turno.

- Cada colaborador tendrá una ganancia por servicio realizado del 80% y el 20% restante será para la mensajería.

- Se revisará y se premiará por buen manejo o conducción óptima.

-El transporte de paquetes siempre será de manera cuidadosa y delicada, importante que los paquetes lleguen en perfecto estado a su destino.

-La supervisora será la responsable de cumplir las políticas y hará seguimiento a sus colaboradoras(mensajeras) mensualmente donde enviará reporte a sus directivos.

Política de calidad:

En FALCON estamos comprometidos con la satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros clientes, realizando cada labor con calidad y mejora continua de manera personalizada y garantizada, cumpliendo con requisitos legales y normas vigentes con el fin de mejorar y crecer en procesos de la organización y en el desarrollo de nuestras colaboradoras.

Políticas externas:

-Es importante tener conocimiento respecto al contenido del envío, pero respetando la privacidad del cliente.

-Los envíos nunca deberán sobrepasar el peso correspondiente a la carga permitida por colaboradora (12kg), no se admitirán cargas sobredimensionadas

-los tiempos de entrega son estimados y relativos, pero siempre se tendrá conocimiento del envío de manera personalizada y a tiempo real.

-los costos de envío se verán reflejados en la planilla general de precios por servicios o envíos y se le informará al cliente al momento de tomar el servicio con nosotros.

- el área de Servicio al cliente será la encargada de velar por el cumplimiento de estas políticas y se revisará mensualmente su progreso.

Política de Ambiente y Sostenibilidad:

- Para contribuir con el medio ambiente y mitigar la contaminación ocasionada por las motocicletas, disponemos de jornadas de siembra de árboles por cada 50 servicios solicitados por nuestros clientes.
- Se dispondrán recipientes con colores para desechar y seleccionar la basura
- Se reciclará dentro de la empresa
- Se utilizará papel de reciclaje para actividades cotidianas
- Se aconsejará a los clientes embalar sus productos con productos no contaminantes.
- Se mitigará la huella de carbono con siembra de árboles y plantas nativas.
- El encargado de HSEQ velará por su cumplimiento y presentará informe mensual.
- Reemplazar todas las bombillas por las de bajo consumo (led)

Resultados a nivel estadístico

- Al realizar el fortalecimiento se evidencio que al tener una estructura Jerárquica organizada y definida las tareas se ejecutaban de manera más sencilla pues ya se tenía claras las funciones

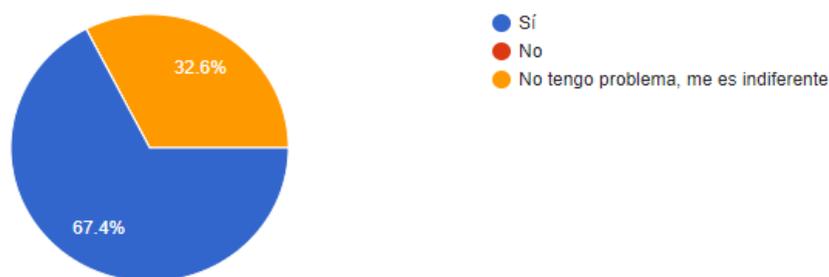
Al introducir el plus femenino la acogida fue efectiva y los clientes se comunicaban solo por tener la experiencia de recibir o enviar sus pedidos con mujeres(Evidencia)

tabla #4: Servicio prestado por mujeres

¿Le gustaría que quién entregue/recoja su envío sea una mujer?

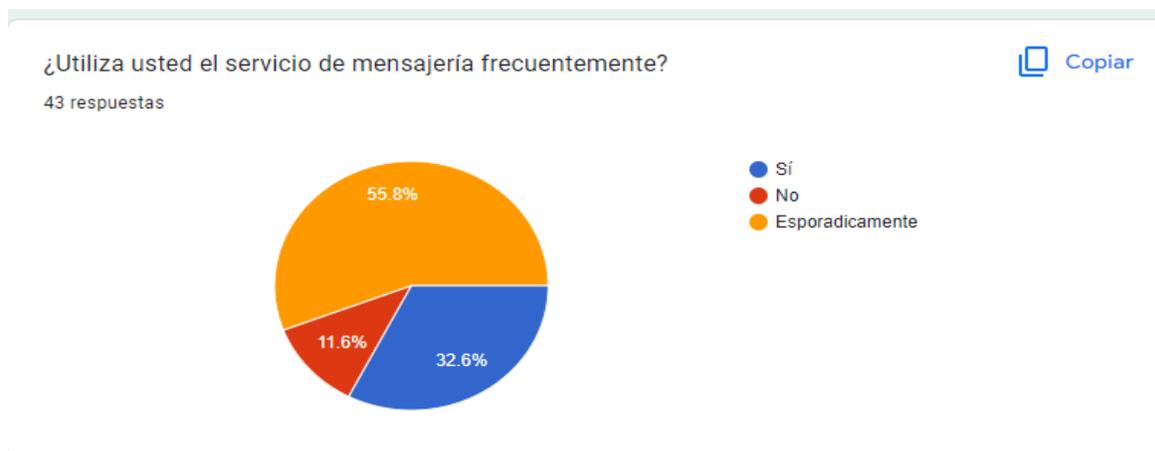
 Copiar

43 respuestas



Fuente: Encuesta FALCON mensajería

- La encuesta arrojó que se debían buscar nuevos clientes pues los existentes no estaban tan comprometidos con la propuesta de valor.

Tabla #5: Frecuencia del servicio

Fuente: Encuesta FALCON

mensajería

- Se pudo conocer que es importante seguir en la búsqueda de clientes y re direccionar el marketing pues al modificar la propuesta de valor y el plus de la empresa, su cliente ideal cambio y de este modo se pudo identificar que se necesitaba mostrar la propuesta de negocio a nuevas personas para así aumentar ventas.
- Al iniciar el proceso la mensajería estaba con un promedio de 2 colaboradores en el proceso de envío y finalizando el fortalecimiento se vieron en la necesidad de introducir 2 más pues la acogida fue mayor y los clientes llegaron a la empresa gracias a la buena gestión de fortalecerla de manera organizacional y darle un orden con la orientación deseada.

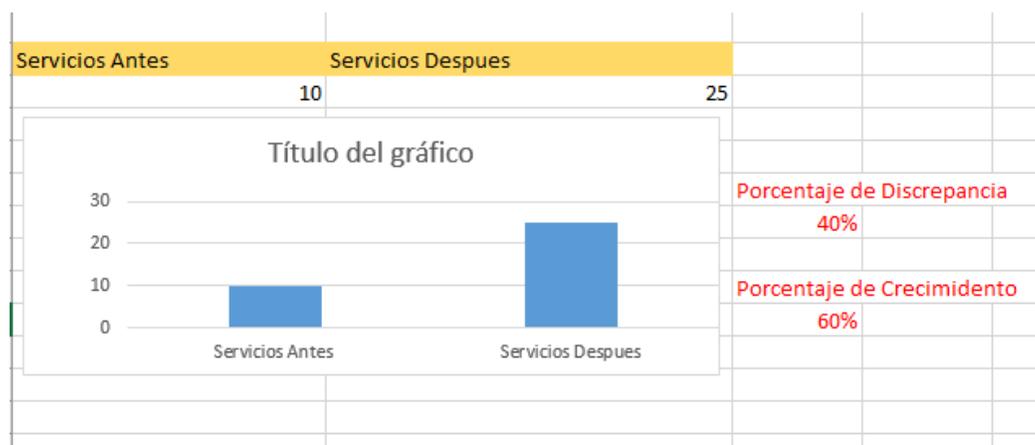
Tabla #6: Colaboradores



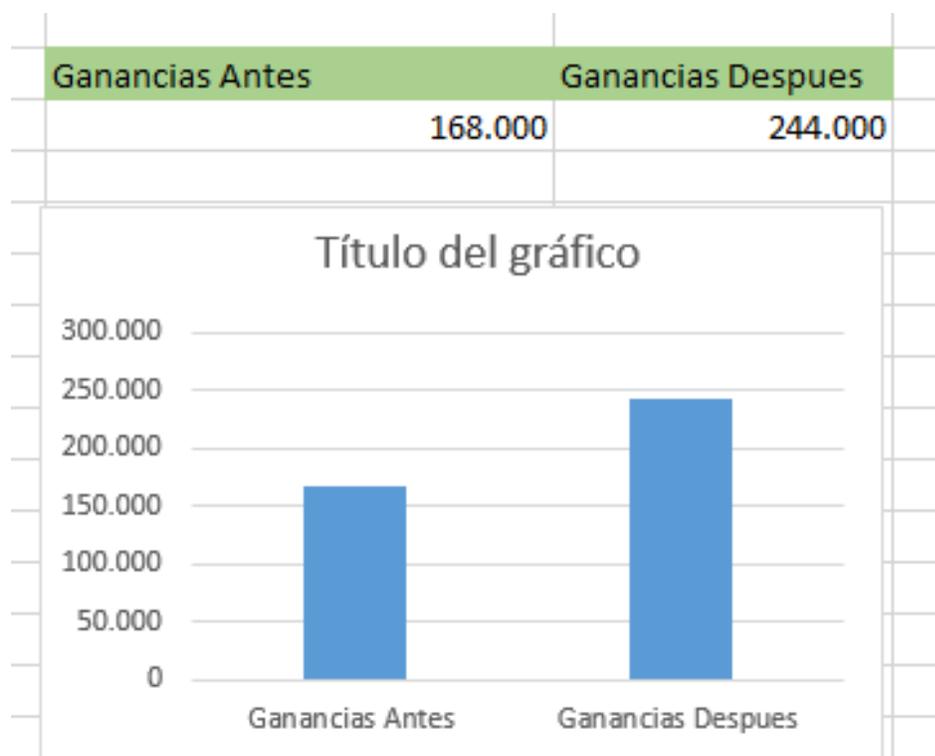
Fuente: Encuesta FALCON mensajería

- Los márgenes de ganancia subieron al igual que la interacción con los clientes y las llamadas para solicitar servicios.

Tabla #7: Análisis de Llamadas



Fuente: Encuesta FALCON mensajería

Tabla #8: Análisis de Llamadas

Fuente: Encuesta FALCON mensajería

6. CONCLUSIONES

- Se pudo concluir que para realizar el plan de negocio Canvas fue indispensable la creación del Bayer persona, la propuesta de valor y los beneficios otorgados con nuestro servicio, como las necesidades del cliente. Sin que éstas al inicio hayan sido requisito para desarrollar la propuesta.
- Al segmentar y conocer el Bayer persona, los recursos y esfuerzos de marketing se redirigirían, lo que generaba que fueses los clientes quienes buscaban la empresa y no al contrario.
- Las personas o clientes apoyarían la idea de negocio simplemente por el componente social que posee
- Los ingresos subieron a raíz de la identificación y exposición de la propuesta de valor
- Las políticas le dieron directrices de comportamiento y desempeño del trabajo a cada uno de los colaboradores

- La función específica de cada cargo generó orden y mayor responsabilidad a cada trabajador.

7. RECOMENDACIONES

Se vuelve fundamental al momento de realizar un fortalecimiento empresarial el Conocimiento profundo de la empresa para así poder contribuir de manera óptima en todos los procesos y que la información que se obtenga por parte de los gerentes o colaboradores sea lo más precisa y clara de esta forma el trabajo como consultor o fortalecedor empresarial se tornara más sencilla.

Se recomienda que en cada reunión realizada se tome nota y al inicio del fortalecimiento se evidencie como su posicionamiento, las posibles falencias y lo que se desea lograr para que así se tenga un horizonte al cual llegar y al final se pueda construir un paralelo del antes y el después del fortalecimiento para conocer objetivos alcanzados y crecimiento empresarial gracias al aporte realizado.

Otra recomendación es que cada aporte suministrado por parte de los fortalecedores sea claro, conciso y alcanzable por los miembros de la organización. Es importante que toda la información o procesos nuevos en la empresa para fortalecer departamentos se socialice con los Colaboradores y con cada miembro de la empresa para que así todos los aportes sean efectivos, valiosos y aplicados.

Se debe llevar un seguimiento de las recomendaciones por parte del consultor para que así todos los aportes sean productivos y se pongan en marcha para buscar el crecimiento empresarial y que cada actor sienta inclusión laboral y reconociendo que su

trabajo es fundamental para la empresa y hace parte del eslabón para desempeñar cada tarea.

Se vuelve necesario empoderar a la colaboradora para que sienta su importancia para la organización y así su desempeño sea mayor, una recomendación es adecuación de una zona especial para el mensajero donde este pueda descansar o esperar cómodo al momento de recibir su turno o los pedidos, de esta forma se sentirá más a gusto y dispuesto a desempeñar sus labores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Concepto Editorial. (05 de 08 de 2021). *Concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/politicas-de-una-empresa/#:~:text=Ejemplos%20de%20pol%C3%ADticas%20de%20una%20empresa,-Las%20pol%C3%ADticas%20de&text=Aportar%20soluciones%20a%20las%20necesidades,precios%20siempre%20accesibles%20al%20consumidor>
- Marín, D. (06 de 2012). *ScienceDirect*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592312702048>
- González, M. J. (2019). *Estructura organizacional*. Barranquilla: Institución Universitaria Itsa.
- HseTools . (s.f.). *Problemas de seguridad y salud laboral que se suelen pasar por alto*. Obtenido de <https://hse.software/2021/05/31/7-problemas-de-seguridad-y-salud-laboral-que-se-suelen-pasar-por-alto/>
- Licenciatura en RR.HH. Universidad de Champagnat. (16 de 08 de 2020). *Estructura organizacional, qué es, cómo se diseña y su importancia*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-estructura-organizacional/>
- Quiroa, M. (20 de 05 de 2020). *Estructura Organizacoinal*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estructura-organizacional.html>
- Ramirez, P. (s.f.). *Pymas*. Obtenido de <https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/recursos-humanos/tipos-de-politicas-de-una->

ANEXOS

Los anexos hacen parte de información suministrada por mensajería FALCON con fines académicos y para un mejor entendimiento y conocimiento de la estructura de la mensajería. Las plantillas utilizadas se ayudaron a formular y diseñar con la Gerente General y administrativa pues la mensajería no contaba con estas y la organización nos solicitó ayuda para su creación.

Figura #10 Plantilla Análisis Pestel



Fuente: Plantilla Pestel CDE

Figura #11 Matriz DOFA



Fuente: Plantilla DOFA CAFE