

Universidad del Rosario



Transformación empresarial: Software Eleodora

Trabajo de Grado en Emprendimiento

Melanie Alejandra Contreras Castellanos

Bogotá, D.C.

2022

Universidad del Rosario



Transformación empresarial: Software Eleodora

Trabajo de Grado en Emprendimiento

Melanie Alejandra Contreras Castellanos

Tutor: Ángela Pulido

Administración de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2022

Tabla de contenido

Lista de figuras.....	5
Lista de tablas	6
Glosario.....	7
Resumen ejecutivo	8
Abstract.....	10
1. Modelo de negocio ampliado.....	12
1.1 La verbalización del modelo.....	12
1.2 Análisis interno del modelo de negocio.....	12
1.3 Análisis del mapa del entorno del modelo de negocio.	19
1.4 Matriz de impacto D.O.F.A.	21
1.5 Visión y Misión	22
1.6 Modelo ampliado	23
1.7 Cascada de proyectos.....	24
2. Legal	27
2.1 Riesgos jurídicos.....	27
2.2 Planeación legal	27
2.3 Plan de trabajo.....	28
3. Comercial.....	28
3.1 Meta de ventas	28
3.1.1 Semanal:.....	28
3.1.2 Mensual:.....	29
3.1.3 Final de consolidación:	29
3.1.4 Número de nuevos clientes y ticket promedio actual:	29
3.2 Arquetipo de clientes	30

3.3	Funnel de ventas	30
3.4	Actividades comerciales	32
3.5	Métricas.....	32
4.	Finanzas	33
4.1	Balance general y estado de resultados.....	33
5.	Mercadeo y comunicación	33
5.1	Objetivo.....	33
5.2	Tiempo	34
5.3	Segmentos	35
5.4	Fortalezas de competidores.....	35
5.5	Debilidades de competidores	36
5.6	Modelo de ventas	36
5.7	Lanzamiento.....	37
5.8	Equipo necesario.....	37
5.9	Presupuesto	37
6.	Referencias bibliográficas.....	41

Lista de figuras

Figura 1. Logo antiguo y nuevo.....	14
Figura 2. Interfaz del software antigua y nueva.....	15
Figura 3. Interfaz página web antigua https://www.eleodora.com/	16
Figura 4. Estadísticas de los últimos 3 meses de la página web actual.	17
Figura 5. Facebook e Instagram anterior de la empresa @softwareleodora.....	18
Figura 6. Cronograma de actividades.	34
Figura 7. Cotización desarrollo de logo y manual de marca.	38
Figura 8. Cotización desarrollo de página web.....	39
Figura 9. Cotización creación de contenido y manejo de redes sociales.	40

Lista de tablas

Tabla 1. Matriz de impacto D.O.F.A.	21
Tabla 2. Modelo ampliado de negocio.....	23
Tabla 3. Cascada de proyectos.....	24
Tabla 4. Funnel de ventas.	30
Tabla 5. Fortalezas de competidores.....	35
Tabla 6. Debilidades de competidores.	36

Glosario

Software administrativo: Es una herramienta digital que permite gestionar y llevar el control de todos los procesos de un negocio o de una empresa de forma fácil, ágil e integrada (Corposuite, 2022).

Sistema POS: Un terminal de venta o sistema POS (Point of Sales) es una agrupación de diferentes software y hardware que, al combinarse, permiten a los clientes finalizar su compra (Sana, 2022).

Branding: El Branding es el proceso de definición y construcción de una marca mediante la gestión planificada de todos los procesos gráficos, comunicacionales y de posicionamiento que se llevan a cabo. Es la gestión global de todos los elementos tangibles e intangibles que rodean a la marca con el fin de construir y transmitir una promesa que será clave (Citysem, 2022).

Resumen ejecutivo

Invertronic es una empresa especializada en tecnología y sistematización de negocios que busca brindar a sus clientes una solución efectiva para la administración y organización de sus establecimientos con el objetivo de incrementar su productividad. La empresa se especializa en la venta de un software administrativo conocido como *Software Eleodora* que funciona para el manejo de cajas, ventas, promociones, inventarios, productos, egresos, costos, utilidades y demás, así mismo, se caracteriza principalmente por su seguridad, fácil manejo y soporte posventa. *Software Eleodora* se encuentra actualmente instalado aproximadamente en 300 negocios alrededor del país dentro de los cuales encontramos bares, restaurantes, supermercados, papelerías, cafeterías, panaderías, parqueaderos, salsamentarias, entre otros, la licencia del software es de uso vitalicio por lo que no es necesario pagar ningún tipo de mensualidad o costo adicional (*Software Eleodora, 2022b*).

Así mismo, la empresa busca que sus clientes encuentren todo lo que necesitan en un solo lugar por lo que también se comercializa el hardware haciendo referencia a todos los equipos como monitores, CPU, básculas, impresoras, lectores, teclados, mouse, entre otros. Siendo las licencias de software y los equipos de hardware los principales productos que se venden, se ofrece otro servicio de soporte técnico que se encuentra incluido dentro del primer año por la compra de la licencia (*M. Contreras, 2022*).

Aunque las ventas de la empresa en este momento son estables, dependen en un 80% de las recomendaciones que los clientes actuales hacen a sus conocidos y un 20% de quienes encuentran nuestra página web en las búsquedas en Google. Por este motivo, el objetivo principal de este proyecto es realizar una transformación a profundidad en la empresa a través de diferentes

metodologías empezando por un rebranding donde se busca adaptar la identidad de marca a las nuevas tendencias, seguido por el desarrollo estratégico de una página web para de esta forma posicionar a la empresa a través de conjuntos de estrategias, técnicas y herramientas publicitarias de SEM y SEO en Google Ads y redes sociales con el objetivo de ser más reconocidos y así a mediano-largo plazo conseguir aumentar las ventas hasta 10 veces más para de esta forma llevar el nombre de la empresa a un nivel más lejos y vender el software de manera masiva alrededor del país.

Palabras clave: Software, software administrativo, software Eleodora, plan de mercadeo, branding, ventas, masivo, atención al cliente, modernización, globalización, tecnología, sistematización, productividad, eficiencia, diseño, interfaz

Abstract

Invertronic is a company specialized in technology and business systematization that seeks to provide its clients with an effective solution for the administration and organization of their establishments with the aim of increasing their productivity. The company specializes in the sale of administrative software known as Software Eleodora that works for managing cash registers, sales, promotions, inventories, products, expenses, costs, profits and others, likewise, it is mainly characterized by its security, easy management and after-sales support. Eleodora software is currently installed in approximately 300 businesses around the country, among which we find clubs, bars, restaurants, supermarkets, coffee shops, bakeries, parking lots, among others. The software license is for lifetime use, so there is not need to pay any monthly payment or additional cost for it (Software Eleodora, 2022b).

Likewise, the company wants its customers to find everything they need in one place, so the company also offers hardware, referring to all equipment such as monitors, CPUs, scales, printers, readers, keyboards, mice, among others. Since software licenses and hardware equipment are the main products sold, another technical support service is offered that is included within the first year of purchasing the license (M. Contreras, 2022).

Although the company's sales are currently stable, they depend 80% on the recommendations that current customers make to their acquaintances and 20% on those who find our website in Google searches. For this reason, the main objective of this project is to carry out an in-depth transformation of the company through different methodologies, starting with a rebranding where the aim is to adapt the brand identity to new trends, followed by the strategic development of a web page in this way to position the company through sets of strategies,

techniques and advertising tools of SEM and SEO in Google Ads and social networks with the aim of being more recognized and thus in the medium-long term to increase sales up to 10 times more in order to take the name of the company to a higher level and sell the software massively around the country.

Keywords: Software, administrative software, Eleodora software, marketing plan, branding, sales, mass, customer service, modernization, globalization, technology, systematization, productivity, efficiency, design, interface

1. Modelo de negocio ampliado

1.1 La verbalización del modelo

Software Eleodora es una empresa especializada en la venta de software y hardware B2B para establecimientos comerciales que están en busca de la organización de sus negocios y busca poder brindarles a los clientes una herramienta que les otorgará mayor facilidad, eficiencia y automatización para la administración de su establecimiento con el objetivo de incrementar su productividad a través de la sistematización de su negocio.

Nuestra empresa busca ayudar a negocios como bares, restaurantes, panaderías, cafeterías, supermercados y demás a facilitar sus procesos a través de un software administrativo que les permitirá llevar el control de su negocio con herramientas para manejar inventarios, costos, gastos, proveedores, recetas y demás. Así mismo, nos caracterizamos por ofrecer a nuestros clientes todo lo que necesitan en un solo lugar.

1.2 Análisis interno del modelo de negocio.

Software Eleodora es una empresa que lleva en el mercado aproximadamente 16 años, nuestra empresa empezó debido a la evidente necesidad de organización de diferentes negocios ya que muchos de ellos manejaban cajas registradoras, archivos de Excel e incluso cuadernos donde llevaban todas las cuentas de su establecimiento, esta situación hacía que las cuentas de los negocios nunca coincidieran con lo que en realidad se vendía, en su mayoría debido a que los

meseros o trabajadores aprovechaban esto para robar a los dueños de los negocios ya que ellos no tenían forma de darse cuenta quien estaba realizando los hurtos, esta era la principal problemática que evidenciamos junto con que era poco eficiente el método que utilizaban, por esta razón creamos Software Eleodora, una solución para todos esos establecimientos que necesitan organización para poder tener control de todas las áreas que conforman su negocio .

Nuestros clientes nos prefieren porque en nosotros encuentran la confianza y seguridad que necesitan. Nos diferenciamos frente a la competencia por la razón de que ofrecemos un software asequible que les brindará todo lo que necesitan además de ser de fácil manejo, confiable, seguro y con un excelente soporte posventa disponible las 24 horas para atender cualquier situación.

Teniendo en cuenta lo anterior, buscamos potencializar todo lo que nuestra empresa tiene para ofrecer con la mejora de algunos procesos que se llevan actualmente como lo es el caso de la identidad visual de la compañía (manual de marca), la interfaz de la página web y del software, el manejo de redes sociales y la publicidad paga a través de Google Ads para de esta forma incrementar las ventas y posicionarnos de mayor forma en el mercado.

Logos

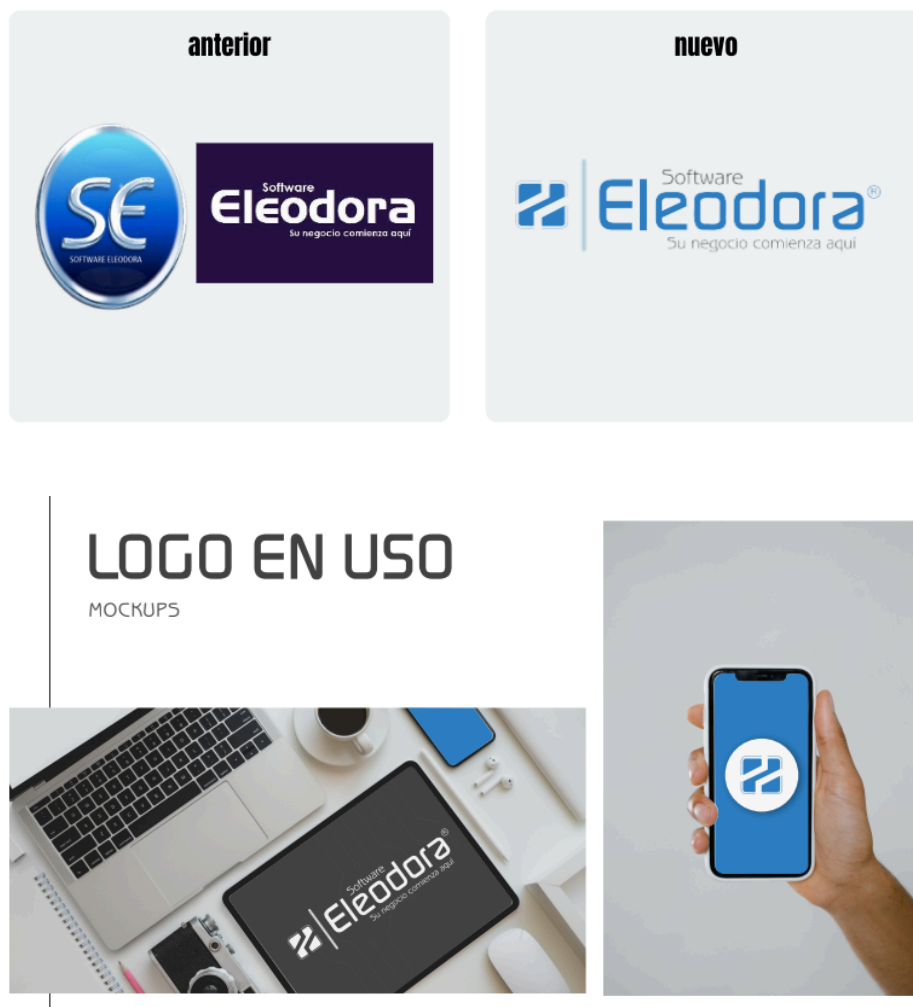


Figura 1. Logo antiguo y nuevo.

El logo anterior se estaba utilizando un formato bastante clásico y poco moderno, en la actualidad vemos un logo mucho más fresco, simple y adecuado para mostrarnos como marca y generar recordación.

Fuente: Logo anterior tomado de www.eleodora.com (Software Eleodora, 2022b), logo nuevo creación propia

Interfaz software



Figura 2. Interfaz del software antigua y nueva.

Es posible puede evidenciar claramente que la interfaz actual se muestra mucho más moderna y más sencilla visualmente

Fuente: Tomado de Software Eleodora (J. Contreras, 2022)

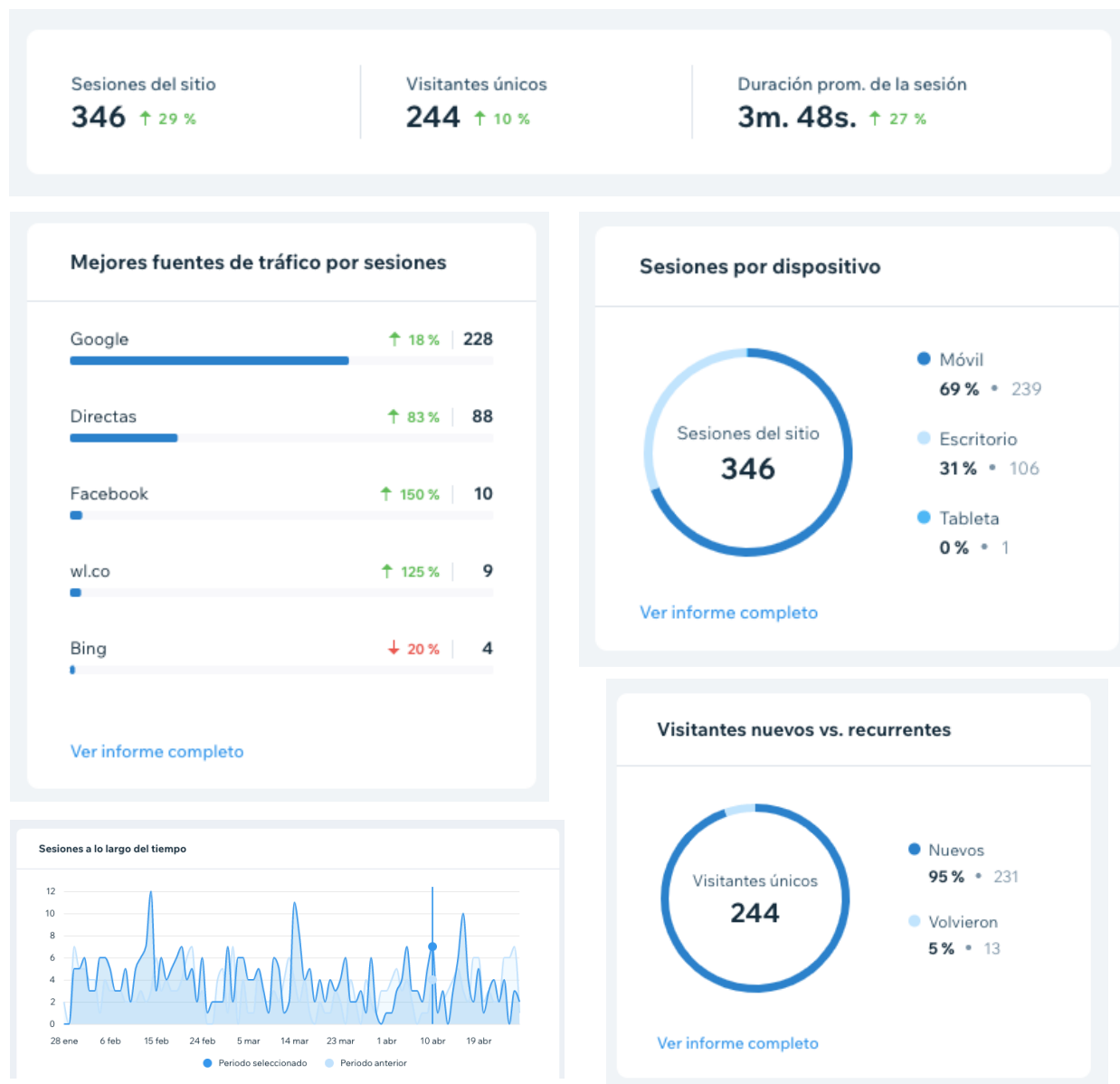
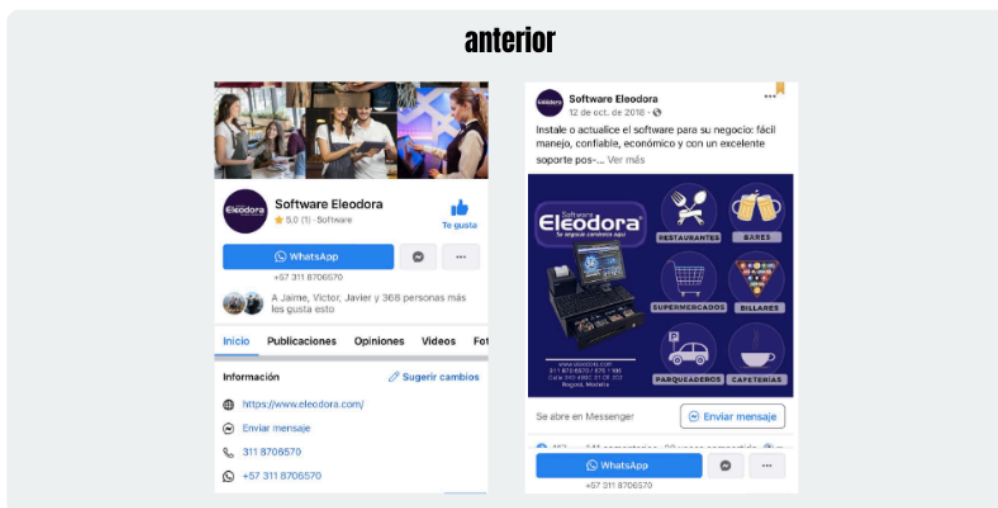


Figura 4. Estadísticas de los últimos 3 meses de la página web actual.

Aunque la página web no esté del todo actualizada y no se vea moderna, existe un número considerable de visitantes que nos encuentran por este medio, en la actualidad aproximadamente un 10% de las ventas se inician por este medio, lo cual es un factor muy importante para tener en cuenta en el desarrollo de la nueva página web.

Fuente: Tomado del administrador de WIX para www.eleodora.com (Wix, 2022)

Facebook



Instagram

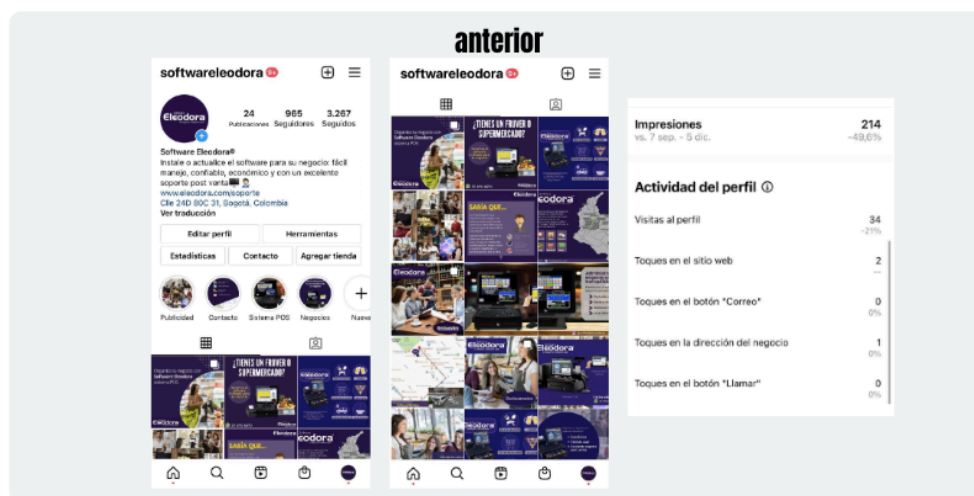


Figura 5. Facebook e Instagram anterior de la empresa @softwareleodora.

Se puede observar que las publicaciones que se realizan son muy estáticas y no generan algún tipo de contenido de valor para los seguidores. Así mismo, no hay una constancia en cuanto a las publicaciones.

Fuente: Tomado de @softwareleodora en Instagram (Software Eleodora, 2022a) y página de Facebook (Software Eleodora, 2021b)

De acuerdo a lo anterior, podemos evidenciar que el branding y la identidad visual del software es bastante anticuado y no se ve moderno ni se adapta a las tendencias actuales de diseño y menos aún de empresas de tecnología. La página web de la empresa está funcionando a través de la herramienta Wix la cual cobra una mensualidad de \$43.000 pesos pero el diseño de la página no es moderno ni sencillo de usar o de entender para el usuario. En cuanto a las redes sociales observamos que aunque no se esté publicando contenido hay algunas personas que nos encuentran por ese medio, pero no hay ningún tipo de organización ni de constancia en las publicaciones.

1.3 Análisis del mapa del entorno del modelo de negocio.

Gracias a la globalización el mundo está avanzando más rápido, podemos observar que cada vez existe una mayor cantidad de herramientas que de una u otra forma nos facilitan la vida y hacen que algunos procesos no sean tan complejos (APD, 2018). En Colombia, aunque cada vez más negocios intentan sistematizarse y adaptarse a las nuevas tecnologías para tener una mayor organización y eficiencia, existe una gran desconfianza, no hay suficiente información disponible, los costos de estos sistemas suelen ser elevados y en realidad los dueños de muchos negocios no son conscientes de la importancia de sistematizar su negocio o incluso muchas veces simplemente prefieren quedarse con las opciones obsoletas como cajas registradoras, archivos en excel o libretas, negando adaptarse a este nuevo tipo de tecnologías.

De acuerdo a lo anterior, también vemos una tendencia por parte de las pymes en invertir en tecnología para aumentar la productividad de sus procesos, así mismo, según la Andi, “después del inicio de la pandemia, el 60 % de las empresas cuenta con una estrategia de transformación digital, mientras que, en el 2016, ese porcentaje se ubicaba en un 25 %” (Portafolio, 2021). Así

mismo, en el año 2021 se mencionó que “debe ser el año de la consolidación de la Transformación Digital. El gran salto en habilidades digitales de los colombianos por cuenta de la pandemia es definitivamente un gran reto y a la vez una gran oportunidad para la educación, el Gobierno y por supuesto para las empresas” (ANDI, 2021).

Haciendo referencia a esto y teniendo en cuenta al análisis del entorno y el surgimiento de nuevas tendencias, Software Eleodora se creó con la iniciativa de poder hacerle la vida más fácil a aquellos que tienen distintos tipos de establecimientos, pasando de métodos tradicionales de administración como lo era Excel o una caja registradora a un software mucho más robusto y productivo. Así mismo como Software Eleodora hace parte del mundo de la tecnología y ha incursionado muy bien en este, los procesos internos, de distribución, de ventas y de publicidad en la empresa han sido débiles y no han sacado provecho de todas las grandes ventajas que tiene su producto principal que es el software.

1.4 Matriz de impacto D.O.F.A.

Tabla 1.

Matriz de impacto D.O.F.A.

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • No existe un enfoque en el área comercial de la empresa • Inexistencia de estrategias adecuadas para el impulso de las ventas • No hay medios de divulgación para hacer conocer el software • Dependencia del voz a voz de los clientes • La redes sociales, página web, piezas gráficas y logos no son modernos si se adaptan a las nuevas tendencias 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto crecimiento de la industria anualmente • La pandemia impulsó la modificación de modelos de negocios y la digitalización • Globalización • Tendencia a automatizar los negocios • Reglamentación por parte del estado hacia los negocios para sistematizarlos • Barreras de entrada del desarrollo de software
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Soporte posventa y soporte técnico a los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Creciente número de sustitutos y competencia en el mercado

<ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada, directa y exclusiva a los clientes • Confiabilidad y seguridad • Software estable, no presenta fallos • Departamento técnico y administrativo altamente eficiente • Fidelidad por parte de los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de factura electrónica por parte del estado • Déficit de talento humano
---	---

Fuente: Creación propia

De acuerdo a la tabla anterior, podemos evidenciar que hay un gran número de debilidades que tiene la empresa en este momento, en específico en el área comercial y de marketing, por lo que de acuerdo a esto se espera desarrollar en este proyecto estas áreas de mejora. Así mismo, vemos que hay una gran cantidad de oportunidades y fortalezas que se deben aprovechar para poder cumplir con el objetivo planteado de ventas. Aunque las amenazas son realmente pocas, se deben tener muy presentes debido a que pueden inestabilizar el negocio.

1.5 Visión y Misión

Misión: “Incrementar la productividad y organización de aquellos clientes que cuenten con un establecimiento comercial a través de la venta de hardware y software administrativo confiable, asequible, de fácil uso y con un excelente soporte posventa”

Visión: “En el 2025 ser una de las empresas con mayor posicionamiento en la industria del software Colombia que brinda a sus clientes herramientas que les permiten administrar eficientemente sus negocios por medio de la sistematización de los mismos”

1.6 Modelo ampliado

Tabla 2.

Modelo ampliado de negocio.

	Objetivo	Inicial	Unidad	Final	Unidad	Periodo
Finanzas	Aumento de la rentabilidad en un 5% para el año 2022	50%	Porcentaje (%)	55%	Porcentaje (%)	1 año
Mercadeo	Aumentar el 50% de ventas del software para el año 2023	180	Unidades de licencias	360	Unidades de licencias	1 año
	Aumentar un 50% el número de clientes que nos encuentran en Google cada mes	48	Búsquedas en Google	72	Búsquedas en Google	1 mes

Fuente: Creación propia

1.7 Cascada de proyectos

Tabla 3.

Cascada de proyectos.

Objetivo	Proyectos, planes o programas	Actividades a desarrollar	Responsable	Inversión	Estado a fecha	Periodo	
						Inicio	Final
Imagen corporativa	Desarrollo de manual de marca	Desarrollo de logo e identidad visual	Khero Marketing	\$ 500.000	Realizado	4- may-22	7- jun-22
Actualización y mejoramiento del canal digital	Desarrollo de página web	Desarrollo de estructura y contenido de la página web	Khero Marketing	\$ 1.300.000	En desarrollo	20- jun-22	20- jul-22
	Desarrollo de estrategia digital	Identificar los objetivos que se buscan alcanzar y las herramientas a utilizar	Melanie Contreras	\$ -	Realizado	20- may-22	20- jun-22

Proyecto de desarrollo de software	Desarrollo de software	Desarrollar un nuevo y moderno software con más características	Javier Contreras	\$ -	En desarrollo	23-oct-21	23-oct-22
Plan lanzamiento y marketing de contenidos	Desarrollo de contenido para redes sociales	Ideación y creación del contenido que se publicará en redes sociales	Khero Marketing	\$ 310.000	Por desarrollar	1-jul-22	1-sept-22
	Publicidad paga en Google Ads	Estrategia de búsqueda y display	Khero Marketing	\$ 400.000	Por desarrollar	1-nov-22	1-dic-22
	Desarrollo de contenido con influencers	Desarrollar contenido para el público afín con personas reconocidas en el sector de interés	Melanie Contreras	\$ 1.000.000	Por desarrollar	1-ene-23	1-ene-23

	Concursos	Concursos dirigidos a personas de interés donde que obsequiaran licencias	Melanie Contreras	\$	Por - desarrollar	1-sept-22	30-sept-22
	Webinar	Webinar dirigido a las personas de interés por medio de una persona reconocida que hable de temas afín con el negocio	Melanie Contreras	\$ 4.000.000	Por desarrollar	1-jun-23	1-jul-23

Fuente: Creación propia

2. Legal

2.1 Riesgos jurídicos

Dentro de algunas de las actividades que más sobresalen en la empresa y puedan llegar a tener algún tipo de riesgo legal está el hecho de que los asesores de la empresa no den la información completa, clara o adecuada al cliente en el momento de la venta del software, esto podría incurrir en insatisfacción y por lo tanto algún tipo de queja ante la superintendencia, así mismo, la empresa se encuentra expuesta a un posible plagio, uso no permitido de la marca o hackeo en el software y puede estar expuesta a riesgos de ciberseguridad en la información que se maneja.

2.2 Planeación legal

Las acciones de orden legal que se han llevado a cabo teniendo en cuenta que es una empresa que ya se creó hace algún tiempo fue inicialmente la identificar el tipo de sociedad, en esta caso se encuentra creada como persona natural, después de esto irían los registros necesarios para constituir la legalmente como el registro en la cámara de comercio y la inscripción en el RUT, luego de esto estuvo la verificar la disponibilidad del nombre de la empresa y realizar el respectivo registro de marca y así mismo, garantizar que todos los empleados cuenten con todo lo requerido legalmente cumpliendo con la normatividad de contratos a término fijo, indefinido y por prestación de servicios.

2.3 Plan de trabajo

Mejoramiento de normatividad en seguridad y salud en el trabajo (Campos, 2020):

Se tiene previsto iniciar con el mejoramiento de esta normatividad a partir del 15 de noviembre de 2022 debido a que se espera dejar todas las cosas que se tienen pendientes en este semestre del año.

3. Comercial

3.1 Meta de ventas

3.1.1 Semanal:

Actualmente se vende un promedio de 15 licencias de software cada mes, lo que se tiene proyectado es duplicar este número por lo que se buscan vender por lo menos 30 licencias de software al mes, lo que significa 7,5 licencias cada semana. Se debe tener en cuenta que en este negocio se tiene un objetivo mensual, por lo que vender software es un proceso que puede iniciar las primeras semanas sin ventas, pero a final de mes puede estarse vendiendo la meta esperada, lo que significa que en realidad estas ventas pueden ser muy variables cada mes y dependiendo también la época del año.

3.1.2 Mensual:

Teniendo en cuenta que se tiene proyectado vender 30 licencias de software al mes, se espera vender aproximadamente 360 licencias de software al año. Este negocio también tiene períodos estacionales, mientras diciembre suele ser un mes en el que casi no hay ventas, enero y febrero suelen ser los más activos y el resto de los meses puede ser algo variable, estos son factores que hay que tener en cuenta.

3.1.3 Final de consolidación:

Teniendo en cuenta lo anterior, se esperan vender aproximadamente 360 licencias por año, dentro de las cuales encontramos las licencia servidor que es la más vendida con un 80% porque es esencial para el funcionamiento de negocio, licencia de pedidos que representa un 18% de las ventas y licencia de tableta que representa un 2%.

3.1.4 Número de nuevos clientes y ticket promedio actual:

La venta promedio de la empresa se calcula de acuerdo al total de las ventas del año teniendo en cuenta solo la venta del software que es de aproximadamente \$250.000.000 y el número de facturas que se generan que son 100 con un ticket promedio actual de \$2.500.000.

3.2 Arquetipo de clientes

Con el proyecto que se piensa realizar para la empresa, esperamos llegar a todas aquellos negocios que tienen la necesidad de organizar su establecimiento por medio de la sistematización del mismo con una marca altamente posicionada que muestra seguridad y confianza en nuevos clientes. Estas empresas suelen ser pequeñas y medianas empresas como bares, restaurantes, supermercados, salsamentarias, parqueaderos, autolavados y demás.

3.3 Funnel de ventas

Tabla 4.

Funnel de ventas.

ATRACCIÓN	<p>Se busca atraer clientes por medio de publicidad y contenido en redes sociales como Instagram y Facebook, también se espera desarrollar una página web con información de valor y publicitar a través de estrategias SEO y SEM, Email Marketing a empresas que puedan estar interesadas.</p> <p>Teniendo en cuenta esto, se piensa también colocar un stand en un evento conocido y organizado por la revista La Barra donde se encuentra todo tipo de proveedor para bares, restaurantes y demás negocios, así mismo, fortalecer y mejorar el área comercial de la empresa.</p>
------------------	---

INTERACCIÓN	Se les hará un seguimiento vía telefónica o por medio de Whatsapp, también se implementará Email Marketing para reforzar aquellos clientes que se mostraron interesados, el contenido utilizado en redes sociales también mostrará información de valor para que esos clientes tomen la decisión. Además, se desarrollara un chat en la página web para clientes que tengan dudas y nos encuentren por este medio junto con un formulario que podrán diligenciar para que nosotros podamos contactarnos con ellos.
CONVERSIÓN	Se realizará un DEMO virtual o presencial para que el cliente conozca más de cerca el programa, se le brindará asesoría personalizada para encontrar el software y hardware adecuado para su negocio, se le brindará soporte gratuito por el primer año desde la compra del software, tendrá soporte y asesoría preferencial 24/7 por la primera semana de implementación de software, se ofrecerá financiación para comprar el software en caso de necesitarlo
FIDELIZACIÓN	Después del primer año de compra, se ofrece la opción de soporte de pago anual lo que les brindará precios preferenciales a la hora de solicitar un soporte, este soporte también incluye actualizaciones y mejoras que se le hacen al software constantemente y demás, también se ofrece comisión del 10% si recomiendan nuestro software a otro negocio y este realiza la compra

Fuente: Creación propia

3.4 Actividades comerciales

Dentro de las actividades comerciales que se van a llevar a cabo tenemos pensado el desarrollo de una página web moderna y actualizada con información de valor para los clientes, publicidad por medio de redes sociales en Facebook e Instagram, publicidad en herramientas como Google Ads y posiblemente Email Marketing, por el momento. Así mismo, para el lanzamiento del canal digital se espera realizar un Webinar con un administrador reconocido de algún negocio, alguna figuras de interés, un foodie, un influencer, un participante de Masterchef, entre otros. También se pretende realizar distintos tipos de concursos ofreciendo nuestros productos.

3.5 Métricas

Teniendo en cuenta lo anterior, se utilizarán diferentes métricas para página web como: tráfico web, alcance e impresiones, CTR, engagement, conversiones y ROI. Para las redes sociales utilizaremos métricas como: alcance, impresiones, datos demográficos, interacciones, etc (Flores, 2017).

4. Finanzas

4.1 Balance general y estado de resultados

Anexo incluido junto con el envío de documento, ver anexo número 1.

5. Mercadeo y comunicación

5.1 Objetivo

Posicionar la empresa como una marca moderna y confiable y garantizar el incremento de la productividad de nuestros clientes para de esta forma lograr tener mayor visibilidad y así poder incrementar ventas el software masivamente alrededor del país.

5.2 Tiempo

Se espera lograr este resultado a mediados del 2023 de acuerdo al siguiente cronograma de actividades:

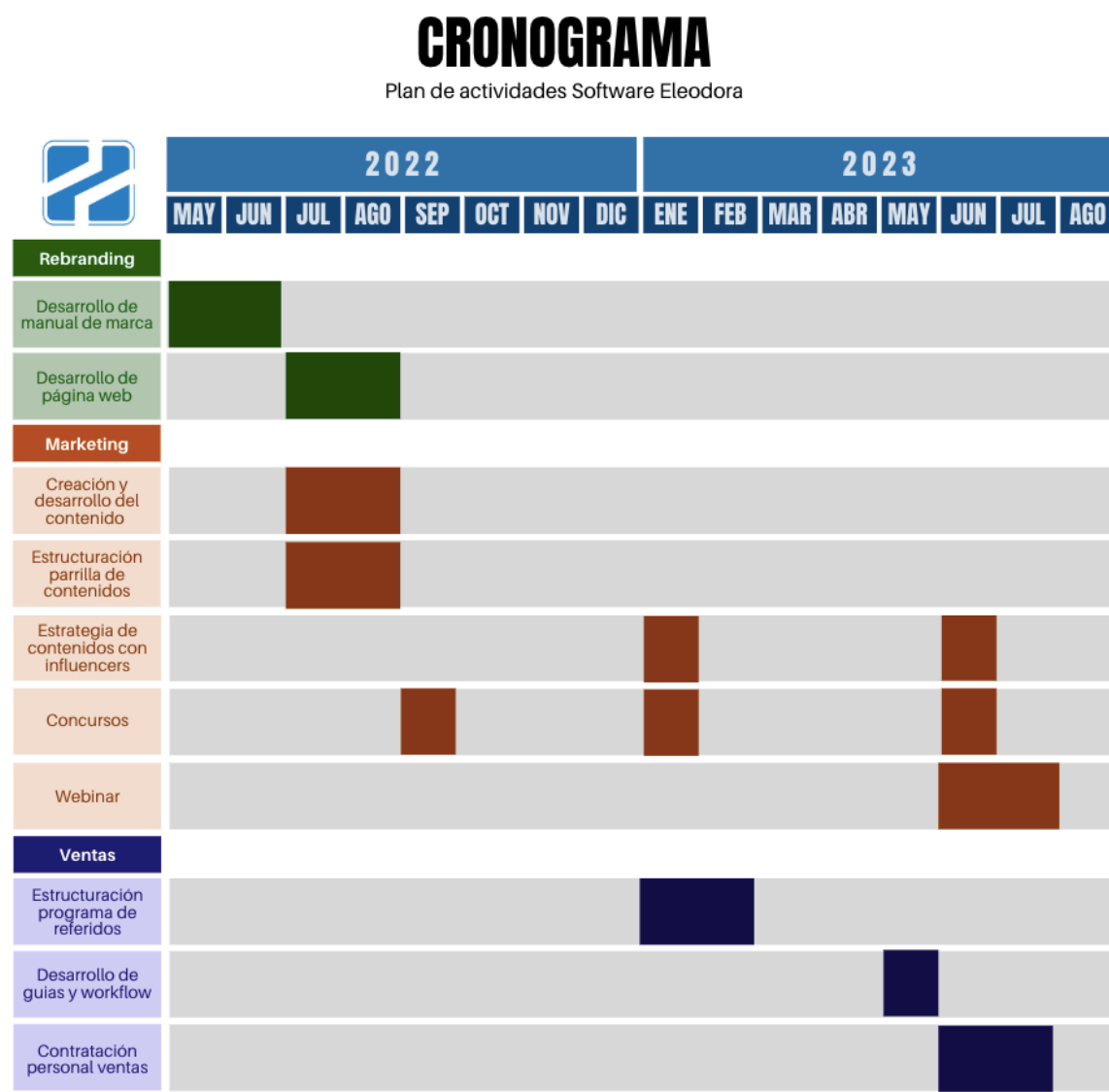


Figura 6. Cronograma de actividades.

Fuente: Creación propia

5.3 Segmentos

Bares, restaurantes, supermercados, minimercados, fruver, panaderías, cafeterías, parqueaderos, billares, etc.

5.4 Fortalezas de competidores

Tabla 5.

Fortalezas de competidores.

Gamasoft	Alcance alto, posicionamiento alto, alta experiencia
Conexión POS	Precios promedio, adaptabilidad media-alta, complejidad media-baja
POS Colombia	Precios medios-altos, adaptabilidad alta

Se evidencia que las empresas que compiten directamente con nosotros se encuentran mayormente posicionados en la industria, venden su software a empresas altamente reconocidas obteniendo mayor visibilidad, tienen un área comercial fuerte y estable, han trabajado en su nombre por bastantes años dándoles mayor experiencia, uso de herramientas de marketing adecuadas.

Fuente: (Gamasoft, 2022), (Conexión POS, 2022), (Software POS, 2022)

5.5 Debilidades de competidores

Tabla 6.

Debilidades de competidores.

Gamasoft	Precios altos, adaptabilidad media, complejidad alta
Conexión POS	Alcance medio, posicionamiento medio-bajo, adaptabilidad media, complejidad media
POS Colombia	Precios medios-altos, alcance medio, posicionamiento medio, adaptabilidad media, complejidad media

Interfaz de software complicada, atención al cliente poco personalizada, deficiencias en servicio posventa.

Fuente: (Gamasoft, 2022), (Conexión POS, 2022), (Software POS, 2022)

5.6 Modelo de ventas

El modelo de ventas es directo y se espera que a partir de este proyecto haya muchos más clientes potenciales, por lo que se tendrá preparado un área comercial lista para brindar información mayormente por vía telefónica, Whatsapp, redes sociales y el chat de la página web.

5.7 Lanzamiento

Inicialmente se está trabajando en el diseño y desarrollo del manual de marca el cual incluye el desarrollo del logo, tarjetas de presentación, paleta de colores y tipografía. Una vez se tenga definido esto, se espera trabajar en el desarrollo de la página web completamente reformada y moderna. Cuando tengamos la página web, empezaremos a trabajar en la publicidad por medio de redes sociales como Facebook e Instagram por medio de la creación de contenido y en Google Ads por medio de herramientas SEO y SEM para el posicionamiento de la página web en el buscador de Google.

5.8 Equipo necesario

Agencia de marketing Khero y equipo comercial de la empresa.

5.9 Presupuesto

2'210.000 pesos inicialmente, después de esto se pensará en una mayor inversión para las demás actividades. Esta inversión se asignará a lo siguiente:



Figura 7. Cotización desarrollo de logo y manual de marca.

Fuente: (Khero Marketing, 2022) Nota: Cotizaciones solicitadas para realización del proyecto

DISEÑO DE PÁGINA WEB

Incluye asesoría iniciando el proceso, selección de plantilla base, asesoría en usabilidad de página web. Luego de la entrega, hay dos oportunidades para realizar cambios y correcciones.

Página Web informativa 1'300.000 COP

*No incluye hosting ni dominio. Los precios son aproximados, cada página tiene necesidades diferentes



Figura 8. Cotización desarrollo de página web.

Fuente: (Khero Marketing, 2022). Nota: Cotizaciones solicitadas para realización del proyecto

REDES SOCIALES

Incluye asesoría iniciando el proceso para crear los objetos en los que se basará la estrategia digital. Creación de línea gráfica basada en el manual de marca. Asignación de copys y hashtags en base al nicho de mercado. Y, por último, la programación del contenido.

OPCIÓN 1 310.000 COP

- Optimización del perfil
- Estrategia digital enfocado al objetivo del cliente
- 6 Post
- 8 Historias
- Copy & hashtags
- Programación del contenido

Figura 9. Cotización creación de contenido y manejo de redes sociales.

Fuente: (Khero Marketing, 2022). Nota: Cotizaciones solicitadas para realización del proyecto

6. Referencias bibliográficas

ANDI. (2021). *ANDI - Noticias*. <https://www.andi.com.co//Home/Noticia/15881-el-2020-fue-el-ano-de-la-aceleracion-de>

APD. (2018). Globalización: Ventajas y desventajas en el mundo actual. *APD España*.
<https://www.apd.es/globalizacion-ventajas-y-desventajas/>

Campos, G. (2020). *Normatividad en seguridad y salud en el trabajo Colombia*.
https://www.seguridad-laboral.es/sl-latam/colombia/normatividad-en-seguridad-y-salud-en-el-trabajo-2019-2020-colombia_20200630.html

Citysem. (2022). *Qué es el Branding, en qué consiste y cómo potenciarlo*. <https://citysem.es/que-es/branding/>

Conexión POS. (2022). *Conexión POS*. Conexión Pos - Syscomp. <https://conexionpos.com/>

Contreras, J. (2022). *Software Eleodora*.

Contreras, M. (2022). *Incremento de posicionamiento y ventas: Software Eleodora*. Universidad del Rosario.

Corposuite. (2022). *Todo lo que necesitas saber sobre un sistema administrativo o software administrativo en la nube*. <https://corposuite.com.mx/2019/05/30/todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-un-software-administrativo-en-la-nube/>

Flores, J. (2017). *Cómo analizar una página web: Las 10 métricas básicas* (Mundo).
<https://www.seoptimizer.com/es/blog/analizar-una-pagina-web-10-metricas/>

Gamasoft. (2022). *Gamasoft*. <https://www.gamasoftcol.com/>

Khero Marketing. (2022). *Cotización*. <https://www.kheromarketing.com/>

Portafolio. (2021). Transformación digital: ¿Cómo van las empresas en Colombia?

www.portafolio.com. <https://www.portafolio.co/innovacion/transformacion-digital-como-van-las-empresas-en-colombia-557823>

Sana. (2022). *Sistema POS (Terminal de venta)*. <https://www.sana-commerce.com/es/conceptos-de-comercio-electronico/que-es-terminal-punto-de-venta/>

Software Eleodora. (2021). *Software Eleodora* | Facebook.

<https://www.facebook.com/softwareleodora/>

Software Eleodora. (2022a). *Software Eleodora® (@softwareleodora)*.

<https://www.instagram.com/softwareleodora/>

Software Eleodora. (2022b). *Software Eleodora*. <https://www.eleodora.com>

Software POS. (2022). *Software POS para Punto de Venta*. Software POS Colombia.

<https://softwarepos.co/>

Wix. (2022). *Resumen del tráfico*. [https://manage.wix.com/dashboard/70ba74ea-a84a-43f0-](https://manage.wix.com/dashboard/70ba74ea-a84a-43f0-9167-0e4102d3b327/analytics/overviews/traffic?referralInfo=sidebar)

[9167-0e4102d3b327/analytics/overviews/traffic?referralInfo=sidebar](https://manage.wix.com/dashboard/70ba74ea-a84a-43f0-9167-0e4102d3b327/analytics/overviews/traffic?referralInfo=sidebar)