

**PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE ÉXITO, Y PLANES DE MARKETING EN LA  
CONFORMACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS DE CONSULTORÍA DE INGENIERÍA**



**JAVIER ALEJANDRO FAJARDO NIÑO**

**Ensayo presentado como requisito para optar al título de  
Especialista En Alta Gerencia**

**Asesor:**

**JUAN PABLO SÁNCHEZ A.**

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA  
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA  
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA  
BOGOTÁ, D.C., COLOMBIA**

**2017**

# **Propuesta de estrategias de éxito, y planes de marketing en la conformación de nuevas empresas de consultoría de ingeniería.**

**Javier Alejandro Fajardo Niño, Universidad Militar Nueva Granada**

## **RESUMEN**

Conformar una nueva organización es un duro proceso de múltiples trámites, costos, riesgos, decisiones, compromisos y trabajo duro, pero con el deseo y el objetivo constante de alcanzar el éxito así como la permanencia en el mercado de la organización. Si bien no todos los casos de éxito son iguales, si hay factores comunes en las estrategias empresariales y planes de marketing implementados, que pueden dar a nuevas organizaciones mejores condiciones de inicio, bases más sólidas, fundamentos, y estrategias de marketing que maximicen las posibilidades de alcanzar los objetivos planteados.

Los mercados se dinamizan se ajustan y cambian acorde a las necesidades propias del mundo globalizado, condiciones que los líderes de nuevas y de existentes organizaciones deben considerar para el sostenimiento de la organización, sin embargo conceptos y necesidades de los clientes y mercados son casi invariantes no solo como exigencias a empresas de consultoría en ingeniería, sino a casi todo tipo de organización, siempre buscar fidelizar al cliente y este exigirá la calidad, el buen servicio al cliente, la responsabilidad y el cumplimiento de los servicios contratados en el caso de la consultoría en ingeniera.

**Palabras Claves:** Creación de empresas, Estrategias gerenciales, Marketing, liderazgo, éxito.

# Proposal of success strategies, and marketing plans in the conformation of new engineering consulting companies

## Abstract

Setting up a new organization is a hard process plagued with paperwork, costs, risks, decisions, commitments and hard work, but with the desire and constant goal of achieving success as well as remaining in the market of the organization. While not all success stories are the same, if there are common factors in business strategies and marketing plans implemented, they can give new organizations better starting conditions, more solid foundations, fundamentals, and marketing strategies that maximize the possibilities To achieve the objectives set.

Markets are dynamized adjust and change according to the needs of the globalized world, conditions that the leaders of new and existing organizations must consider for the sustainability of the organization, however concepts and needs of customers and markets are almost invariant Only as requirements to engineering consulting companies, but to almost every type of organization, find seek customer loyalty and this will require the quality, customer service, responsibility and compliance of services contracted in the case of consultancy in engineering .

**Key Works:** Creation of companies, Management strategies, Marketing, leadership, success.

## Introducción

Colombia en los últimos años se ha establecido como uno de los principales países innovadores de América Latina, la revista Portafolio (Portafolio.com, 2016) resalta un informe del Foro económico mundial que evaluó las condiciones para generar nuevas empresas y que escalafona a Colombia como el cuarto país del mundo en el ranking de innovación para el año 2016 por encima de países como Francia o Suiza, esto podría asociarse a la creatividad y deseo

de emprendimiento, a un nuevo auge en la sociedad para que las personas generen su propio negocio y políticas de estado que buscan estimular justamente la creación de nuevas empresas con beneficios fiscales como de inscripción y renovación de cámara de comercio entre otros programas de gobierno que buscan también favorecer tales iniciativas.

Las empresas de consultoría en ingeniería son una excelente opción de nuevas empresas en el gremio de la infraestructura y construcción, esto porque requieren de menor inversión financiera costos y recursos que los que necesita por ejemplo una empresa dedicada a la construcción que va a requerir de equipos, materiales, maquinaria, un staff administrativo y recursos económicos en mayores cantidades; la empresa de consultoría necesita mayor cantidad de personal capacitado y conocedor del área en la que se desarrolle, en algunos casos implementos y equipos menores, por lo que es un mercado atractivo para jóvenes profesionales como ingenieros civiles, mecánicos, ambientales, eléctricos entre otros que recién se vinculan a la vida laboral profesional.

Como se ha expuesto antes la consultoría es un proceso que se lleva a cabo por personal idóneo y preparado para dar solución a las necesidades del cliente, y cabe entre la categoría actividades profesionales / científicas que según el informe de Confecamaras y la (Revista dinero, 2017) para el año 2016 “De las 299.632 unidades económicas creadas en este periodo” el 8% correspondió a este tipo



Figura 1. Creación de empresas por sector para el año 2016  
Fuente Fuente: Confecámaras/Elaboración Dinero

En este punto es donde se plantea la pregunta ¿y triunfan?, Estas empresas nacientes ¿sobreviven? ¿Permanecen en el mercado? Según (Confecamaras, 2016) 26.010 empresas se inscribieron en cámaras de comercio entre el 2011 y 2015 y se retiraron 15.897 empresas para proveer servicios de Actividades profesionales, científicas y técnicas es decir correspondientes a actividades de Consultoría.

Si bien no se cuenta con una cifra detallada de cuantas de estas empresas que entraron y salieron del mercado correspondían a actividades de consultoría en ingeniería específicamente, las cifras si sustentan el objetivo de realizar una recopilación de información relacionada a la conformación de empresas de este tipo, recopilación de estrategias gerenciales y estrategias de marketing que favorezcan la creación de nuevas empresas dedicadas a la consultoría en ingeniería a partir de la recolección de datos bibliográficos, de casos de éxito en organizaciones similares o incluso en sectores económicos diferentes, que tengan estrategias y demás aplicables al caso de análisis.

## **Metodología**

Se realizara una investigación documental y recopilación de la misma enfocándose en 3 subtemas el primero los fundamentos básicos para la conformación de organizaciones empresariales cuyo fin es la consultoría en las áreas de ingeniería, el segundo subtema hace referencia a la compilación de estrategias gerenciales en casos de éxito que permitan establecer unas pautas simples de estrategia gerencial, buscando principalmente temas como fidelización del cliente, mejoramiento de la productividad, trabajo en equipo, responsabilidad social, sostenimiento de la empresa a largo plazo, valor agregado, y por ultimo un tercer subtema que hace referencia a actividades de marketing que susciten el desarrollo de la nueva empresa.

## **Propuesta de estrategias de éxito, y planes de marketing en la conformación de nuevas empresas de consultoría de ingeniería.**

El concepto de consultoría hace referencia a la actividad misma de asesorar empresas, es prestar el servicio de proponer posibles soluciones a las necesidades que tiene un cliente a partir de unos conocimientos, formación y experiencia relacionada a la necesidad de dicho cliente, las empresas de consultoría en ingeniería pueden desarrollarse en diferentes áreas, como son la consultoría en ingeniería civil, ingeniería eléctrica, ingeniería ambiental, hidrocarburos , energías limpias, proyectos de construcción, administración o financieros en proyectos relacionados con el área de ingeniería, entre muchas otras.

Las características o lineamientos de un servicio de consultoría, Según Garzón (2005) quien define, de manera general la consultoría como

Un servicio independiente, (...). Se caracteriza por la imparcialidad del consultor, (...), Es, esencialmente, un servicio consultivo, (...), Proporciona conocimientos y capacidades profesionales para resolver problemas prácticos, (...) No proporciona soluciones milagrosas (p. 141).

Son entonces las funciones del consultor asesorar procurando la participación del cliente, proveer la información necesaria para que el cliente tome o no las recomendaciones del consultor. Así mismo son exigencias al consultor tener la capacidad y conocimientos específicos en el área en la que ha sido contratado, así como mantenerse actualizado en los métodos y técnicas de su área y finalmente proponer posibles alternativas y soluciones que permitan satisfacer las necesidades del cliente, siendo responsable y cumplido con las propuestas en cuanto a calidad, servicio y tiempo.

(Global Entrepreneurship Monitor, 2017) Ha estimado que el 72.3% de los colombianos considera que ser emprendedor, que crear empresa es una buena opción es decir el iniciar un nuevo proyecto es una iniciativa viable con muy buena aceptación cultural, esta intención, esta idea inicial surge como lo indica (ipime.org/es, 2017) portal de la pequeña y mediana empresa de España principalmente de querer “repetir experiencias ajenas, (...),nuevas oportunidades de

negocio en mercados poco abastecidos, (...) Conocimientos técnicos sobre mercados, sectores o negocios concretos, La experiencia del futuro empresario, tener un producto innovador, (...) cuando se trata de negocios o actividades de escasa complejidad” por cómo se configura el campo de una empresa de consultoría en ingeniería se consideran válidos estos preceptos de la idea original principalmente en lo referente a nuevas oportunidades de negocio y conocimientos técnicos del mercado, el consultor como se ha descrito debe conocer y estar capacitado en las áreas necesarias para satisfacer las necesidades del cliente, puede que el consultor no necesariamente deba conocer todas las áreas de ingeniería pero sí debe ser consciente de las necesidades del proyecto, de su capacidad para resolverlas o de encontrar el modo a través del personal o empresa idónea para cumplir con las expectativas del cliente.

Previo a la conformación es importante que el emprendedor conozca los tipos de organizaciones que se pueden constituir en el país, los costos de constitución de cada uno y las responsabilidades jurídicas y patrimoniales que cada tipo conlleva, por ejemplo la (persona natural comerciante) figura comercial de tipo individual que permite realizar labores comerciales pero esta misma persona deberá responder sus obligaciones que se deriven de actuar con el patrimonio personal y familiar, otra de las organizaciones es la empresa unipersonal que independientemente de la persona que la crea tiene responsabilidad jurídica, y las sociedades por acciones simplificadas comúnmente denominadas SAS que según Mendoza & Cornejo, (2017) las principales ventajas de una sociedad por acciones simplificadas S.A.S son:

- Se protege el patrimonio personal en caso de problemas económicos.
- Se separa el patrimonio personal del empresarial facilitando la gestión del negocio, así como su control económico. Con la contabilidad de la sociedad independiente de la personal, se puede obtener más fiablemente la rentabilidad real del negocio, detectar desviaciones en los gastos, realizar previsiones de tesorería, etc.
- Se facilita el acceso a financiación bancaria tanto de la sociedad como del empresario que pediría los préstamos como trabajador por cuenta ajena, pudiendo acceder a préstamos al consumo, nómina, etc. Más fácilmente que un empresario individual.
- Se facilita el acceso a subvenciones, ya que en muchas de ellas uno de los requisitos es estar constituido como Sociedad Mercantil.

- Se estudia disminuir aún más el tipo impositivo para las Sociedades, por lo que el ahorro será aún mayor.

Las S.A.S. (sociedad por acciones simplificadas) parecen no tener punto malo y son posiblemente la mejor alternativa para la creación de empresas no familiares en Colombia.

Existen otros tipos de sociedades comerciales particularmente cuando se constituyen compañías con dos o más socios, como las sociedades colectivas, las sociedades anónimas, las sociedades de responsabilidad limitada, sociedades en comandita simple, y las sociedades en comanditas por acciones, todas las mencionadas anteriormente son tipos de empresas que pueden constituirse para ejercer trabajos de Consultoría De Ingeniería, pero como se referencio anteriormente las S.A.S. (sociedad por acciones simplificadas) tiene mayores ventajas desde poder ser constituida por un socio, no ser necesario contar con un revisor fiscal, no estar obligada a tener una fecha límite de terminación de actividades y su constitución es relativamente más simple.

Si el emprendedor es menor de 35 años de edad puede aplicar a los beneficios de la ley conocida como projovent (ley 1780 del 2 de mayo de 2016) donde se da exoneración mercantil para las nuevas empresas, si no está en el rango de edad igual es importante que el emprendedor formalice su organización esto a razón que le facilitara el acceso a subvenciones, préstamos bancarios, formalización de la actividad además de aportar al país en materia fiscal, laboral, etc.

Entidades como la cámara de comercio de Bogotá y las de cada ciudad en Colombia, definen los pasos para crear empresa, entre los que se encuentran: el tomar la decisión, definir su idea de negocio, diseñar un modelo de negocio, y finalmente poner en operación la empresa.

Por su parte Arteaga, (2013) recopila 5 “pasos” para emprender y no fracasar en el intento entre los que se encuentran:

Haz un plan de negocios: El simple deseo de iniciar un negocio no es un argumento suficiente para emprender. Cada proyecto empresarial requiere una ruta que lo lleve a un puerto seguro.” Es decir se debe analizar el mercado, definir los objetivos, las capacidades para ingresar en él, los recursos disponibles, clientes potenciales y muy importante la competencia en el sector.



El segundo paso según Arteaga, (2013) es “Emprender innovando, es decir hacer del producto en este caso servicio algo más atractivo, que diferencie el servicio actual de la competencia, en este paso es bueno definir un plan de marketing”.

El tercer paso es “Convertirse en un emprendedor competitivo” definir estrategias y políticas que permitan competir, es importante evaluar la competencia e identificar, ventajas aprovechables.

El cuarto paso es “Asume el liderazgo” una vez que se decide iniciar un proyecto se debe reflejar la capacidad y compromiso de llevarlo a feliz término, esto se consigue con responsabilidad, compromiso, trabajo duro y entrega al proyecto.

El quinto paso es “(...) perseverancia”, todo proyecto exige sacrificio, dedicación y tiempo, es importante tener los objetivos claros, trazados y no desfallecer, confiar en la capacidad de ejecutar el proyecto.

Un punto adicional muy importante Moraleda, (2016) enuncia:

Crea los clientes antes de comenzar usando **metodología Customer Development**.,(...), consta de dos etapas, llamadas búsqueda y ejecución, y se desarrolla en cuatro fases, llamadas de descubrimiento de clientes, validación de clientes, creación de clientes y creación de la empresa. Este paso te permite definir tu mercado y una proyección de negocio, volúmenes de trabajo entre otros.

## **Estrategias gerenciales**

Una vez constituida la organización y acoplado al plan de negocios, es importante considerar definir estrategias gerenciales que permitan garantizar la permanencia en el mercado, la consecución de nuevos clientes, el crecimiento y el éxito de la organización así como la mejora continua. Sera necesario definir estrategias gerenciales que consideren factores como buscar y promover la Fidelización del cliente, Larrotta, (2016) concluye:

Para comprender las necesidades y las preferencias de los clientes que constituyen el objetivo de una empresa, los administradores deben llevar a cabo una investigación cualitativa y luego cuantitativa, así mismo deberán inventar, desarrollar, impulsar y ejecutar innovadoras estrategias que permitan fundamentar nuevas orientaciones y usos que deben darle a un producto o servicio con objetivos en beneficio de una empresa, para lo cual se analizan o entrevistan a posibles clientes y examinan sus patrones de comportamiento y necesidades. Armados con Armados con la información y con la intuición acerca de los deseos del mercado, los ejecutivos emprenden la tarea de diseñar el concepto de un producto (p. 6).

Otra de las estrategias gerenciales puede ser enfocada al Mejoramiento de la productividad, en si a identificar que mejora la productividad y que la disminuye, es decir la estrategia gerencial se puede enfocar en potencializar lo bueno y reforzar las debilidades para hacer la organización más competitiva Naime, Nuñez Botini, & Rodríguez Monroy, (2010) definió:

Existen muchos factores que pueden afectar la productividad de una organización, en relación a esto, lo fundamental es identificarlos y ver en qué medida la organización puede contrarrestar sus efectos negativos así como también reforzar los de incidencia positiva, al diseñar o adoptar estrategias que impacten en los resultados.

Hay factores sobre los cuales las empresas no tienen control y que se conocen como factores externos, en este sentido, se hace necesario diseñar estrategias que permitan enfrentar las situaciones adversas y aprovechar las oportunidades, lo cual requiere de un permanente monitoreo y análisis de los cambios en el entorno, entre los factores externos se mencionan: las regulaciones gubernamentales, administración pública, infraestructura social, estabilidad política y la sociedad como un todo. Otros tipos de factores que afectan la productividad son los llamados factores internos y que son controlables por la empresa, entre los cuales se encuentran: ausentismo, rotación de personal, accidentes de trabajo, tiempo ocioso de los equipos, falta de materia prima, desperdicio de materia prima, obsolescencia de los equipos, calidad de la materia prima, diseño del producto, condición de las instalaciones, orden y limpieza del área de trabajo, capacitación del personal, distribución y asignación del personal, influencia sindical, planificación del trabajo, disponibilidad de capital y crédito y salario, entre otros (p. 3).

Si bien existen los factores externos donde la empresa no tiene control, la estrategia gerencial deberá estar enfocada siempre en responder, manejar y afrontar cualquier situación externa, en pro del beneficio de la organización, potenciando aquellos factores internos sobre los que si tiene

influencia para enfrentar y/o aprovechar las condiciones externas de las organizaciones tanto buenas como malas.

Otra de las estrategias gerencial puede ser enfocada al Trabajo en equipo evaluando en detalle los stakeholder de su organización, los stakeholder es una forma de referirse a todos los actores internos y externos que intervienen o son afectados por el desarrollo de las actividades en la organización, incluye clientes, proveedores, trabajadores, socios, gobierno, etc en la figura 2 se detallan algunos de los stakeholders de una organización:

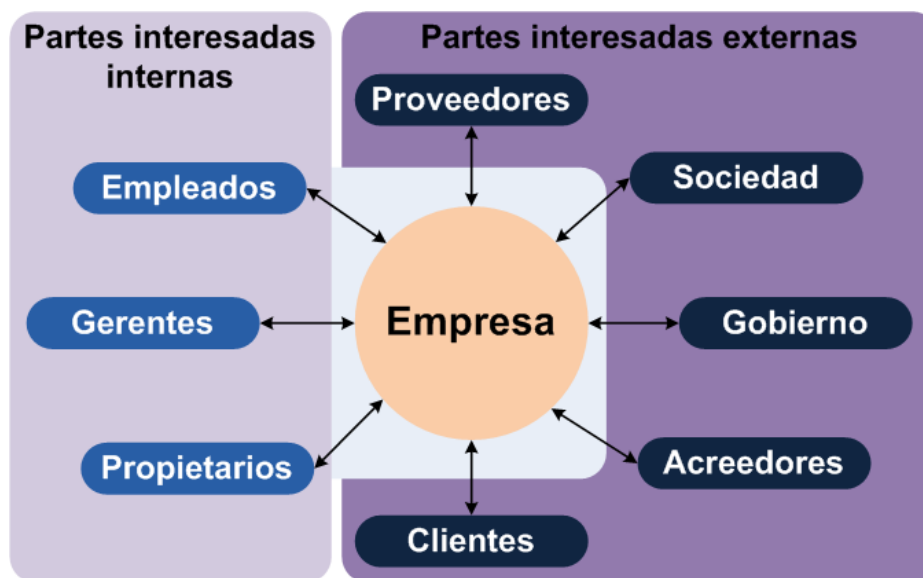


Figura 2. Stakeholders en una organización  
Fuente: Tomado de Wikipedia.org (definición Stakeholder

Otra de las estrategias gerenciales puede enfocarse a la Responsabilidad social empresarial directamente relacionada con los stakeholder de la organización, la responsabilidad social empresarial analiza cómo influye el proceder de la organización en todas las personas relacionadas con ella, Corrales, (2016) resumió el concepto de responsabilidad social empresarial como:

La Responsabilidad Social Empresarial, concepto e implicaciones La responsabilidad social es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona (stakeholders o grupos de

interés). De esta forma las empresas son socialmente responsables cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de la sociedad y de quienes se benefician de su actividad comercial, así como también, al cuidado y preservación del entorno, como lo plantea el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE) de la Universidad Icesi, 2012.

A todos estos factores y entre otros el emprendedor debe diseñar una estrategia gerencial, acorde a las proyecciones y necesidades de la organización, detallada, no quiere decir que estos sean las únicas consideraciones, por el contrario entre más detallado el análisis mayores son las probabilidades de éxito y de garantizar la permanencia en el mercado.

Desde un enfoque más compacto (Segurado, Palacios Fernandez, & Roux Martinez, S.N) definieron algunas estrategias para la captación de clientes como son en primer lugar la creación de relaciones personales y profesionales con los clientes, manteniendo la comunicación, procurándola y reforzándola permanentemente, es decir apegar al cliente a los servicios que se prestan, en un segundo punto (Segurado et. al.), apalancar las relaciones con los clientes mediante la “venta de consultoría en elementos ya afianzados y de éxito, como es la venta de bienes producidos (...), la venta de otros servicios (...), la unión a productos tecnológicos desarrollados y la incorporación de gerentes especialistas”.

Un tercera grupo de estrategias corresponde según (Segurado et. al.), a la retroalimentación de los proyectos, reforzar la experiencia y aprovechar lo aprendido para futuros proyectos, y por último el cuarto grupo de estrategias debe estar enfocado según (Segurado et. al.), “al enganche, que se focalizan en hacer cuerpo de continuidad con el cliente. Además de procurar el éxito de los proyectos para este fin, se plantean encontrar y aflorar problemas que el cliente no ha detectado para ponerlo en alerta y plantearle soluciones”.

No siendo estas las únicas estrategias gerenciales promotoras de éxito aplicables al contexto de las empresas de consultoría, incluso casi a cualquier tipo de empresa, estas estrategias descritas anteriormente hacen parte de lo que se conoce como estrategias modernas gerenciales, según (Revista Portafolio, 2008)” Jack Wells (...) aconseja a quien va a gerenciar o gerencia una empresa, dirigirla considerando lo siguiente:

- a) Una visión global con actuación local;
- b) el empoderamiento para los ejecutivos que tienen poder decisorio;
- c) el outsourcing, para aprovechar adecuadamente los conocimientos y las experiencias de quienes tienen buen éxito en sus gestiones;
- d) el liderazgo, como una cualidad inherente y fundamental para gerenciar una empresa, y
- e) darle a la empresa una estructura administrativa plana, para cambiarle su antigua estructura piramidal, que tiende a resaltar la connotación jerárquica, más que las responsabilidades.

Y como aplicar estas recomendaciones a una empresa naciente, es posible que no todas puedan ser aplicadas de inmediato pero si en el desarrollo de la empresa, una cualidad en la empresa naciente es el liderazgo, que como se definió es una cualidad inherente, pero una cualidad que puede reforzarse con formación continua, capacitación, de forma que la preparación aporte en las acciones, decisiones y estrategias que el gerente implemente en la organización naciente y en la permanencia de esta en el mercado.

Otra recomendación aplicable a empresas nacientes es considerar el outsourcing, como una oportunidad de ampliar un mercado, es difícil ser el mejor en todas las áreas de consultoría en las áreas de ingeniería, si bien el gerente no está obligado a conocer todas las disciplinas existentes si debe asesorarse de la mejor manera y en ocasiones contratar personal en esta modalidad para ejecutar trabajos puntuales que al realizarse bajo la modalidad outsourcing no cargan la administración de la organización generando mayores costos dado que son profesionales o empresas que trabajaran en aspectos y áreas puntuales del proyecto, es decir no son actividades permanentes.

Aprenda a competir en el mercado, si bien no todos los mercados son iguales es importante que como gerente de la nueva organización tenga claro cómo ser competitivo, si el enfoque competitivo de su organización, de su estrategia estará en el precio, en el servicio, en la calidad o en la innovación, siendo el ideal y lo mejor para la nueva organización plantear estrategias que le permitan ser competitivos en todas las áreas.

Ahora bien si se ha logrado incursionar con éxito en el mercado es necesaria la retroalimentación de los procesos en la organización, evalúe sus fortalezas, debilidades etc, es

decir evalué constantemente el estado de su organización, utilice análisis como matrices DOFA, analice su organización a partir del enfoque de las cinco fuerzas de Porter, y de ser necesario realice los ajustes a sus estrategias de crecimiento, y su estrategia competitiva.

Establezca estrategia gerencial para el componente financiero de su organización Núñez, (2014) definió:

Hoy en día las PYMES no toman adecuadas decisiones, no basta el ofertar un buen producto o servicio, si no existe una adecuada administración de los recursos en la entidad y que la persona responsable de las decisiones financieras en la PYME, este capacitada y cuenta con la experiencia para poder tomar adecuadas estrategias financieras y un correcto manejo de los recursos, apegados a los objetivos de la entidad.

Siendo esta una de las principales estrategias que la gerencia de la nueva organización debe tener clara desde el inicio de la organización, el cómo se administraran los recursos, cuáles serán sus estrategias y políticas para el manejo financiero de la organización, realizar la estimación de costos, ingresos esperados, proyecciones, objetivos y metas, así como el análisis de sus balances, ingresos y costos, por que como se dijo no es solo ofrecer un excelente servicio en el caso de las empresas de consultoría, sino que el manejo de los recursos y disposición de estos sea el adecuado acorde a los objetivos de la organización o empresa naciente.

## **Estrategias de Marketing**

Es importante definir estrategias que faciliten y promuevan la venta del producto, que impacten y atraigan nuevos clientes, que afiancen la confianza de los clientes actuales, el marketing tiene como objetivos mejorar las relación clientes, establecer canales de comunicación, proponer la realización de presentaciones directas al mercado objetivo, realizar actividades como publicaciones a través de la página web, revistas o periódicos donde no solo se expondrá el servicio si no también reportes de investigaciones y hallazgos realizados en la ejecución de los proyectos de la compañía, mostrar las propuestas de valor, comunicar las actividades claves que realice la compañía, definir y compartir los recursos claves, mantener los

lazos de comunicación permanentes con los socios claves, definir la estructura y proyecciones de costos e ingresos.

Entre los objetivos del Marketing está el aumentar las ventas, siendo tal vez la condición principal para garantizar la permanencia en el mercado, y promover el crecimiento organizacional, claramente sin descuidar el funcionamiento interno de la organización con las estrategias gerenciales como se mencionó anteriormente, para esto es necesario implementar varios tipos de estrategias para que el producto de la organización se ofrezca a los potenciales clientes.

Existen varios tipos de estrategias y enfoques, como las referentes al producto, donde se ofrezcan atributos al producto que lo hagan más llamativos al consumidor, por ejemplo en procesos de consultoría ofrecer acompañamiento permanente, durante la fase de factibilidad, y planeación sino también en la ejecución y posventa, buscando la satisfacción del cliente, ampliar las líneas de producto procurando ofrecer nuevos servicios en áreas nuevas o en mercados no explorados, no restringirse a un tema, es decir a medida que la organización crece ofrecer nuevos servicios en nuevas áreas, como por ejemplo las empresas que ofrecen consultoría en áreas específicas como redes eléctricas, al desarrollarse y crecer como organización amplían a mercados como las comunicaciones, seguridad, patología y evaluación de sistemas existentes, incluso ofrecer al cliente nuevas y mejores garantías, convertirse en un referente de calidad y compromiso.

También están las estrategias de precio, sin embargo la intención en si es cobrar lo justo acorde al trabajo, que el cliente sienta satisfacción con la tarifa así como la organización una remuneración acorde a su trabajo, a las garantías propuestas y a los resultados logrados, sin embargo entre las estrategias de costo es viable evaluar estrategias como precios o tarifas para clientes especiales.

Implementar estrategias de comunicación, técnicas para realizar marketing empresarial aprovechando el uso de la tecnología en un mundo globalizado, es importante reconocer que no solo es tener un buen producto o servicio, hay que hacer conocer la calidad a los clientes actuales y potenciales, en el inicio de un proyecto el marketing será una tarea ardua, recurriendo a técnicas como ir puerta a puerta ofreciendo los servicio, envió de correos a clientes especializados, personalizar la oferta, aprovechar los amigos, realizar reuniones promocionales,

recurrir a regalos publicitarios, descuentos especiales, conferencias y seguimiento a la satisfacción del cliente, aceptar las migajas de empresas de mayor tamaño, marketing en red entre otros.

Es importante para el emprendedor conocer técnicas de marketing de bajo costo y efectivas, (Skaf, s.f.) Define 15 estrategias de marketing de bajo costo que el emprendedor puede considerar en el momento de realizar el marketing inicial de su empresa, (Skaf, s.f.):

- 1- Refuerza tu presencia en Google
- 2- Participa en las conversaciones de los blogs más importantes de tu sector
- 3- Consigue tantas direcciones de correo electrónico como puedas
- 4- Realiza concursos en Facebook para difundir tu marca y sumar nuevos seguidores
- 5- Aprovecha el poder de Twitter
- 6- Asóciate con otros comerciantes y realiza “promociones cruzadas”
- 7- Busca menciones de tu marca en Internet y solicita el añadido de enlaces hacia tu sitio
- 8- Crea un programa de afiliados
- 9- Solicita a tus proveedores que añadan enlaces a tu sitio
- 10- Publica automáticamente en las Redes Sociales
- 11- Ofrece Webinars auspiciados por tu marca
- 12- Crea un blog y escribe acerca de tópicos relevantes para tu industria
- 13- Estimula a los usuarios a generar contenidos por ti
- 14- Promociona tu sitio y Redes Sociales en todas las plataformas
- 15- Saca provecho al Guest Blogging

Y que tan efectivas pueden ser estas estrategias, tanto como el gerente las haga llegar al público de interés, aplicando las estrategias anteriores de buena manera, la organización naciente lograra conectarse con los posibles clientes, ahora es importante el mensaje que se va a transmitir por estos medios, que sus acciones de marketing reflejen sus estrategias para establecer su organización en el mercado.

Como se puede evidenciar la gran mayoría de las estrategias son aprovechando medios online que son cada vez más importantes, por lo cual es importante que la publicidad de la organización tenga algunas condiciones básicas que los mensajes que se transmiten sean claros,



ajustados a el enfoque de la organización atractivos al ojo del usuario, que cautive al cliente en potencia, sin llegar a saturaciones, sea puntual de al cliente la información que necesita, que se ofrece, las ventajas de contratar el servicio con la organización y como adquirir el servicio o iniciar contacto.

Defina en sus actividades de marketing su propuesta de valor, es decir que se ofrece y como el servicio ofrecido satisface las necesidades del cliente.

Dado que la intención es captar al cliente en potencia, es importante procurar que los mensajes transmitidos en el marketing realizado de un plan simple que el cliente siga para llegar al contacto con la organización, dado el enfoque de la consultoría, se enfocaría el plan en que este manifieste que es lo que necesita, la organización ofrece un diagnostico general proponiendo un análisis más detallado, una definición de costo y muy importante un objetivo claro y acorde a satisfacer las necesidades del cliente.

Es recomendable a la organización siempre ponerse en el papel del cliente, piense en lo que este valorara más en la información que reciba recalque en ella.

## **Conclusiones**

Estudios de la Cámara de Comercio de Bogotá, determinó que la tasa de mortalidad en las empresas en el país es muy alta, es decir las empresas que fracasan o desaparecen en el tiempo es así que según las estadísticas el 45% de las empresas de Colombia fracasan el primer año, y para el cuarto o quinto año solo el 29% de las empresas sobreviven, es decir que la cantidad de empresas no logran sostenerse en el mercado, es muy alta, si bien las razones para esto pueden ser muchas, es importante darle un panorama claro y algunas estrategias que considerar al emprendedor que ha optado por desarrollar un modelo de negocio basado en la consultoría relacionada a proyectos de ingeniería, con la firme intención de disminuir las probabilidades del fracaso.

El objetivo del presente artículo ha sido justamente ese, inicialmente conocer las condiciones y mercados en los que pueden incursionar las empresas de consultorías, las ventajas

y desventajas en la creación de la mismas, consideraciones que el emprendedor debe tener en el momento de decidir conformar y constituir un modelo de negocio.

Se logra cumplir el objetivo informar al emprendedor de todas aquellas consideraciones que el emprendedor posiblemente aún no ha estimado y que es necesario que analice y detalle en pro del éxito de la organización, las empresas de consultoría son excelentes opciones de nuevos negocios para profesionales jóvenes, con iniciativa y emprendimiento como apoyo a estos emprendedores es que se han definido algunos parámetros básicos que den bases sólidas en la consolidación del modelo de negocio de la nueva organización, que maximicen las posibilidad de consolidación y permanencia de la organización en el mercado.

Acorde a lo planteado es importante recalcar que efectivamente no existe una única estrategia que sea 100% efectiva, ni gerencial ni de marketing, no necesariamente lo que le funciona a determinada empresa funciona para todas las demás organizaciones igual, pero si hay bases ya definidas puntos o estrategias mínimas como políticas de calidad, servicio al cliente entre otras que son factores comunes decisivos en la permanencia de las organizaciones del mercado, la intención de recopilar algunas de estas estrategias ha sido el enfoque que se ha llevado en el presente artículo, habiendo abordado varias de estas.

El mundo es competitivo, e interconectado lo cual puede ser una ventaja siempre que se sepa aprovechar, el uso de medios de comunicación masivo, redes sociales, buscadores de internet entre otros, es una forma que toma mercado en el área del márketing, que es de bajo costo, y de amplia difusión que puede ser muy aprovechada para propiciar el éxito de la organización, siempre y cuando lo más importante el mensaje sea acorde a las estrategias de la organización y las necesidades del cliente, no es solo el llegar al cliente potencial lo importante es atraer al cliente y hacerlo cliente fiel con la empresa.

Siendo importante el conseguir el cliente, fundamental para la organización naciente garantizar la satisfacción del cliente, y la fidelización de este, que el servicio prestado sea el mejor referente de la organización.

Factores como calidad, perseverancia, formación, trabajo duro, retroalimentación y perspectiva, son la recopilación de las acciones a seguir cuando se busca iniciar una organización o empresa como modelo de iniciativa.

Si bien las estrategias se definieron para empresas nacientes, la verdadera intención es que estas organizaciones permanezcan en el mercado, por lo mismo las autoevaluación, la mejora continua, la retroalimentación de los procesos, el análisis de los balances y parte financiera de la organización, las encuestas de satisfacción de los clientes, y demás estrategias que permitan evaluar la condición en todas las áreas de la organización son muy importantes que el gerente las evalúe constantemente tome las medidas correctivas de ser necesario o plantee nuevas estrategias que garanticen el objetivo fundamental de la organización su permanencia en el mercado y su éxito económico.

## Referencias

- Arteaga, J. R. (01 de Septiembre de 2013). 5 pasos para emprender y no fracasar en el intento. Obtenido de Forbes Mexico: <https://www.forbes.com.mx/5-pasos-para-emprender-y-no-fracasar-en-el-intento/>
- Confecamaras. (2016). NACIMIENTOY SUPERVIVENCIA DE LAS EMPRESAS EN COLOMBIA. Bogota: Confecamaras - Red de Camaras de Comercio.
- Corrales, f. M. (2016). Análisis de la responsabilidad social empresarial en la zona franca bogotá s.a. . Facultad de estudios a distancia - universidad militar nueva granada, 4.
- Garzón, M. (2005). El desarrollo organizacional y el cambio planeado. Universidad del Rosario.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2017). Reporte Gem Colombia 2015/2016. Cali-Colombia: Universidad Javeriana Cali.
- ipime.org/es. (15 de Junio de 2017). Portal Pyme (España). Obtenido de Portal Pyme (España): <http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/Paginas/DecisionCrearEmpresa.aspx>
- Larrotta, c. m. (2016). Captar y fidelizar clientes por medio del marketing relacional desde el ámbito de la alta gerencia empresarial. Universidad militar nueva granada - facultad de estudios a distancia (faedis), 6.
- Mendoza & Cornejo (asesores legales y financieros). (18 de Enero de 2017). Mendoza & Cornejo (asesores legales y financieros). Obtenido de Mendoza & Cornejo (asesores legales y financieros): <http://mendozacornejo.com/2017/01/18/beneficios-de-crear-empresa/>
- Moraleda, J. D. (29 de Agosto de 2016). ITM Platform (project - program - potafolio). Obtenido de ITM Platform (project - program - potafolio): <http://www.itmplatform.com/es/blog/como-lanzar-tu-propia-empresa-y-no-perecer-en-el-intento/>

Naime, Y. V., Nuñez Botini, M., & Rodríguez Monroy, C. (1 de Junio de 2010). Estrategias Para el Mejoramiento de la Productividad. Eighth LACCEI Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology (LACCEI'2010), 2.

Núñez Gamas Jesús Arturo. (2014, Noviembre 5). *Estrategia financiera para la pequeña y mediana empresa Pyme*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/estrategia-financiera-para-la-pequena-y-mediana-empresa-pyme/>

Portafolio.com. (11 de Febrero de 2016). Revista portafolio. Obtenido de <http://www.portafolio.co/innovacion/emprendimiento-colombiano-cifras-155078>

Revista dinero. (25 de Enero de 2017). ¿Cuánto crece la creación de empresas en el país y qué tan fácil es? Obtenido de Revista Dinero.com: <http://www.dinero.com/empresas/articulo/empresas-creadas-en-colombia-en-2016-y-tramites-necesarios/241333>

Segurado, S. E., Palacios Fernandez, M., & Roux Martinez, F. (S.N). Estudio sobre las estrategias comerciales de las empresas consultoras para la captación de clientes. ^pto. de Ingeniería de Organización, Administración de Empresas y Estadística. Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales de Madrid, S:N.

Skaf, E. (s.f.). socialtools.me. Obtenido de socialtools.me: <https://www.socialtools.me/blog/15-tecnicas-de-marketing-economicas-y-efectivas/>

## **Biografía**

Javier Alejandro Fajardo Niño es Ingeniero en Transporte y Vías de la Universidad Pedagógica Y Tecnológica De Colombia, Especialista en estructuras de la Universidad Pedagógica Y Tecnológica De Colombia. Actualmente se desempeña como gerente de la empresa AF consultoría y construcción, en el correo electrónico [ingjavierf@gmail.com](mailto:ingjavierf@gmail.com)