

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA CONSULTORA ESPECIALIZADA EN
HUBSPOT PARA OPTIMIZAR PROCESOS EMPRESARIALES EN MEDELLÍN**

AUTOR

ANA MARÍA SÁNCHEZ PALACIO

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO
TECNOLOGÍA EN PRODUCCIÓN INDUSTRIAL
MEDELLÍN**

IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA CONSULTORA ESPECIALIZADA EN HUBSPOT PARA OPTIMIZAR PROCESOS EMPRESARIALES EN MEDELLÍN

Autor

Ana María Sánchez Palacio

Trabajo de grado para optar el título Tecnólogo en Producción Industrial

Asesor

Wlfran Gil Jaramillo

Mg. Dirección y Administración de Empresas – Esp. Logística Integral

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO
FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO
TECNOLOGÍA EN PRODUCCIÓN INDUSTRIAL
MEDELLÍN
2025**

Tabla de contenido

| | |
|-------------------------------------|----|
| GLOSARIO | 7 |
| RESUMEN | 9 |
| INTRODUCCIÓN..... | 8 |
| CAPÍTULO 1 | 7 |
| 1.1 EL PROBLEMA | 7 |
| 1.2 PREGUNTA PROBLEMATIZADORA | 7 |
| CAPÍTULO 2 | 8 |
| JUSTIFICACIÓN..... | 8 |
| CAPÍTULO 3 | 10 |
| 3. OBJETIVOS | 10 |
| 3.1 OBJETIVO GENERAL | 10 |
| 3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 10 |
| CAPÍTULO 4 | 11 |
| REFERENTES TEÓRICOS | 11 |
| CAPÍTULO 5 | 14 |
| METODOLOGÍA | 14 |
| 5.1 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN..... | 14 |
| 5.2 DISEÑO METODOLÓGICO | 14 |

| | |
|---|----|
| 5.3 MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN | 14 |
| 5.3.1 OBSERVACIÓN DIRECTA | 14 |
| 5.3.2 ENCUESTAS | 15 |
| 5.3.3 ESTRATEGIA GENERAL DE INVESTIGACIÓN | 19 |
| 5.3.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS: OBSERVACIÓN DIRECTA | 19 |
| 5.3.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS: ENCUESTA | 23 |
| CAPÍTULO 6 | 41 |
| 6.1 RESULTADOS | 41 |
| 6.1.1 PLANTEAMIENTO Y DESCRIPCIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO | 41 |
| 6.2.1 ESTIMACIÓN DE DEMANDA Y TAMAÑO DEL MERCADO | 43 |
| 6.2.1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO | 43 |
| 6.2.1.2 ANÁLISIS DEMOGRÁFICO | 49 |
| 6.3.1 ESTRUCTURA DEL MERCADO | 50 |
| 6.3.1.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR | 50 |
| 6.3.1.2 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO | 54 |
| 6.4.1 PLAN DE MERCADO | 63 |
| 6.4.1.1 ESTRATEGIAS DE MARKETING | 63 |
| 6.4.1.2 MODELO DE NEGOCIO CANVAS | 67 |
| 6.5.1 MODELADO DE NEGOCIOS | 74 |
| 6.5.1.1 ALIADOS CLAVE | 74 |
| 6.5.1.2 ACTIVIDADES CLAVE | 76 |
| 6.5.1.3 PRODUCTOS/SERVICIOS | 78 |
| 6.5.1.4 RELACIONES CON CLIENTES | 83 |
| 6.5.1.5 NICHOS DE MERCADO | 86 |
| 6.1.6 ANÁLISIS DE SEGMENTOS DE MERCADO | 90 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 6.1.6.1 | SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA..... | 90 |
| 6.1.6.2 | MARKETING PERSONALIZADO..... | 96 |
| 6.1.6.3 | ESTRATEGIAS DE MARKETING PERSONALIZADO POR ETAPA DEL CICLO DE COMPRA..... | 100 |
| 6.1.7 | ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA | 105 |
| 6.1.7.1 | IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES..... | 105 |
| 6.1.7.2 | DIFERENCIACIÓN POR SERVICIOS OFRECIDOS..... | 106 |
| 6.1.8 | ESTRATEGIAS | 112 |
| 6.1.8.1 | MERCADOS..... | 112 |
| 6.1.9 | PROYECCIÓN DE VENTAS..... | 116 |
| 6.1.9.1 | ANÁLISIS DE PROYECCIÓN DE VENTAS..... | 116 |
| 6.2.1 | PLAN OPERATIVO..... | 121 |
| 6.2.1.1 | FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO/SERVICIO..... | 121 |
| 6.2.1.2 | ACTIVIDADES PRIMARIAS..... | 124 |
| 6.2.1.3 | OPERACIONES..... | 125 |
| 6.2.1.4 | SERVICIO POSVENTA..... | 130 |
| 6.2.2 | ANÁLISIS DE REQUERIMIENTOS | 134 |
| 6.2.2.1 | MAQUINARIA (MODELO REMOTO) | 134 |
| 6.2.2.2 | MATERIALES..... | 136 |
| 6.2.2.3 | PERSONAL REQUERIDO (ESTRUCTURA PARA TRABAJO REMOTO) | 138 |
| 6.2.3 | ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN | 141 |
| 6.2.3.1 | UBICACIÓN DE ESPACIOS DE TRABAJO INDIVIDUALES | 141 |
| 6.2.3.2 | PROYECCIÓN DE ESPACIOS PARA EL MODELO HOME OFFICE..... | 143 |
| 6.2.3 | PLAN ORGANIZACIONAL..... | 144 |
| 6.2.3.1 | MISIÓN..... | 144 |
| 6.2.3.2 | VISIÓN..... | 145 |

| | |
|---|-----|
| 6.2.3.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 145 |
| 6.2.4 ANÁLISIS LEGAL Y NORMATIVO | 146 |
| 6.2.4.1 LEGISLACIÓN APLICABLE..... | 146 |
| 6.2.4.2 TIPO DE SOCIEDAD..... | 146 |
| 6.2.5 PLAN FINANCIERO | 147 |
| 6.2.5.1 COSTOS DE OPERACIÓN | 147 |
| 6.2.5.2 PLAN DE INVERSIONES Y FINANCIACIÓN | 148 |
| 6.2.5.3 ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO | 149 |
| 6.2.5.4 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO (3 AÑOS)..... | 150 |
| 6.2.5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO (3 AÑOS)..... | 151 |
| 6.2.5.6 BALANCE GENERAL PROYECTADO | 153 |
| CONCLUSIONES..... | 155 |
| | |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 157 |

GLOSARIO

ADOPCIÓN TECNOLÓGICA: proceso por el cual una organización incorpora y utiliza efectivamente nuevas tecnologías en sus operaciones diarias.

AUTOMATIZACIÓN: proceso de utilizar software para automatizar tareas repetitivas de marketing, ventas y servicio al cliente, para mejorar la eficiencia operativa.

CRM: sistema de gestión que permite administrar y analizar las interacciones con clientes actuales y potenciales.

ESTANDARIZACIÓN: conjunto sistemático y documentado de procesos, prácticas y procedimientos diseñados para garantizar una implementación exitosa y consistente de HubSpot.

GESTIÓN DEL CAMBIO: proceso estructurado para ayudar a las organizaciones y sus empleados a adaptarse a nuevas tecnologías y procesos.

HUBSPOT: sistema integral de CRM y automatización de marketing que permite gestionar las relaciones con los clientes, automatizar procesos de marketing y optimizar las ventas.

IMPLEMENTACIÓN: proceso completo de configuración, adaptación y puesta en marcha de HubSpot en una organización.

KPIS: métricas específicas utilizadas para medir el éxito y la efectividad de la implementación de HubSpot.

PYME: pequeña y mediana empresa, que constituye el mercado objetivo principal de Sky Blue en Medellín.

ROI: métrica que mide la rentabilidad de una inversión comparando la relación entre los costos de implementación de HubSpot y los beneficios obtenidos.

RESUMEN

La consultoría especializada en tecnología se ha convertido en un sector clave para la transformación digital de las empresas. En este contexto, resulta fundamental fomentar modelos de negocio innovadores en las universidades, permitiendo a los estudiantes desarrollar proyectos alineados con las necesidades del mercado. Este documento presenta el diseño y estructuración del modelo de negocio de Sky Blue, una empresa consultora enfocada en la implementación y soporte técnico de HubSpot CRM en Colombia. Dado que muchas empresas invierten en herramientas de gestión de clientes, pero no logran adoptarlas de manera efectiva por falta de conocimiento o capacitación, Sky Blue surge como una solución integral para maximizar el aprovechamiento de HubSpot en las áreas de ventas, marketing y servicio al cliente.

Para la construcción del modelo de negocio, se analizaron referencias de empresas nacionales e internacionales que han desarrollado estrategias exitosas en la implementación de CRM. Además, se tomaron en cuenta metodologías de transformación digital y modelos de adopción tecnológica para garantizar la efectividad de la propuesta. Como resultado, se presenta una estructura operativa y financiera que permite la viabilidad y escalabilidad del negocio, alineada con las tendencias actuales del sector.

Finalmente, se realizará una validación del modelo a través de pruebas piloto y consultas con expertos en tecnología y emprendimiento, asegurando que la propuesta de Sky Blue sea innovadora y aplicable en el contexto empresarial colombiano. Esta iniciativa no solo busca ofrecer un servicio de alto valor, sino también contribuir a la profesionalización del sector, impulsando la digitalización en las empresas y fomentando el desarrollo de talento especializado en herramientas CRM.

INTRODUCCIÓN

Sky Blue, una empresa consultora especializada en la implementación y optimización de HubSpot en el mercado colombiano. Esta surge al identificar que, si bien muchas empresas colombianas adquieren HubSpot como solución tecnológica, enfrentan dificultades para lograr una adopción completa y efectiva dentro de sus organizaciones, principalmente porque su personal no logra aprovechar todo el potencial de la plataforma.

HubSpot, plataforma líder de inbound marketing, CRM y automatización de ventas, ofrece una metodología para atraer clientes de forma orgánica mediante contenido útil y experiencias personalizadas. Sin embargo, su correcta implementación y aprovechamiento requieren conocimientos técnicos especializados, creando así una oportunidad de mercado que Sky Blue busca capitalizar

Este proyecto busca establecer un modelo de negocio viable como una consultora que conecte efectivamente a las empresas colombianas con el potencial completo de HubSpot, ofreciendo servicios de implementación, capacitación, integración y soporte continuo. Para esto, se realizará un análisis exhaustivo del mercado potencial en Medellín y otras ciudades principales, se definirá una propuesta de valor diferenciada, y se desarrollarán las estrategias operativas y financieras necesarias para garantizar la sostenibilidad del negocio.

La relevancia de este trabajo radica en su potencial impacto en la transformación digital de las empresas colombianas, especialmente pequeñas y medianas, que buscan optimizar sus procesos de marketing y ventas en un entorno cada vez más competitivo.

Este documento presenta el recorrido completo desde la conceptualización del emprendimiento hasta su plan de implementación, proporcionando una hoja de ruta detallada para convertir Sky Blue en una consultora de referencia en el ecosistema HubSpot Colombia.

CAPÍTULO 1

1.1 EL PROBLEMA

El mercado colombiano ha experimentado un notable crecimiento en la adopción de herramientas digitales, en particular de soluciones CRM como HubSpot, que se han convertido en pilares fundamentales para optimizar procesos de marketing, ventas y retención de clientes. Según Black & Orange "las soluciones CRM como HubSpot se han consolidado como pilares fundamentales para optimizar procesos de marketing, ventas y retención de clientes." (Valderrano, 2024). Sin embargo, a pesar de estas importantes inversiones, se evidencia una brecha significativa entre la adquisición de la tecnología y su implementación efectiva.

Esta brecha se debe, en gran parte, a la falta de talento especializado local y a la ausencia de proveedores que combinen un profundo conocimiento técnico de la plataforma con un entendimiento del contexto regional. Los desafíos en la implementación de CRM destacan que obstáculos como la resistencia al cambio, la falta de capacitación adecuada y problemas operativos impiden a las empresas aprovechar al máximo sus inversiones en estas herramientas.

En este contexto, Sky Blue se posiciona como la respuesta integral a estos desafíos. La propuesta de valor de Sky Blue no solo se centra en la implementación de HubSpot, sino que también ofrece un acompañamiento especializado, capacitación continua y soporte post-implementación, lo que permite a las empresas cerrar la brecha entre la inversión en tecnología y la adopción plena de la plataforma. Esta estrategia integral garantiza que, una vez implementado el CRM, el personal esté adecuadamente capacitado para utilizarlo y sacar el máximo provecho, fortaleciendo la eficiencia comercial y la competitividad de las empresas en el mercado colombiano.

1.2 PREGUNTA PROBLEMATIZADORA

¿Cómo Sky Blue puede desarrollar un modelo de negocio sostenible y diferenciador para servicios especializados de implementación y soporte de HubSpot que responda efectivamente a las necesidades de transformación digital de las empresas colombianas?

CAPÍTULO 2

JUSTIFICACIÓN

Sky Blue Consultora nace como respuesta a una necesidad creciente en el entorno empresarial colombiano: el bajo aprovechamiento de herramientas tecnológicas como los CRM (Customer Relationship Management), a pesar de su implementación. Aunque muchas organizaciones han invertido en soluciones como HubSpot, los equipos internos no logran usarlas eficazmente por falta de capacitación, acompañamiento o adaptación al contexto local. Este vacío práctico y metodológico justifica la existencia de una empresa especializada en implementación y soporte continuo, que contribuya no solo a mejorar la productividad empresarial, sino también a cerrar la brecha entre tecnología disponible y uso real.

Desde un enfoque práctico, Sky Blue busca facilitar la transformación digital de pequeñas y medianas empresas, con una oferta de valor centrada en la implementación personalizada de HubSpot CRM. Este tipo de soluciones permite organizar y centralizar la información de los clientes, automatizar procesos comerciales y de marketing, y mejorar significativamente la toma de decisiones basada en datos. La correcta adopción de un CRM se traduce en eficiencia operativa, mayor satisfacción del cliente y aumento en las ventas, factores clave para la sostenibilidad de cualquier empresa.

A nivel social, el proyecto aporta al desarrollo del ecosistema empresarial en Medellín y otras regiones del país, a fortalecer a las PYMES (que representan una porción significativa del tejido productivo colombiano), con herramientas que usualmente están mal implementadas o desaprovechadas. Sky Blue no solo impulsa la competitividad empresarial, sino que también genera empleo calificado al requerir consultores, formadores técnicos que acompañen los procesos de implementación y mejora continua.

Teóricamente, el proyecto responde a un vacío entre el conocimiento técnico sobre CRMs y su aplicabilidad en contextos reales. Muchas empresas adoptan estas herramientas sin comprender del todo su funcionamiento ni adaptarlas a sus procesos internos, lo que resulta en baja adopción por parte de los usuarios. Sky Blue propone una metodología clara, basada en experiencias reales y buenas prácticas, que se fundamenta en principios de gestión del cambio, formación progresiva y diseño centrado en el usuario, aportando así al cuerpo de conocimiento práctico sobre implementación de tecnología empresarial.

En el aspecto metodológico, Sky Blue introduce un enfoque de acompañamiento personalizado, con etapas que incluyen diagnóstico, diseño, capacitación, implementación y soporte continuo, lo que la diferencia de otras propuestas más genéricas o estandarizadas. Esta metodología permite adaptar la solución a las particularidades de cada empresa y garantiza una mayor tasa de adopción por parte de los usuarios, lo cual representa una innovación en los modelos de prestación de servicios relacionados con CRMs.

Finalmente, Sky Blue Consultora responde a una necesidad crítica del entorno empresarial: pasar del simple uso superficial de herramientas tecnológicas a una adopción significativa y estratégica. La investigación y desarrollo de este proyecto se justifica por su impacto práctico, social y teórico, y por su potencial para transformar la manera en que las empresas colombianas gestionan sus relaciones con clientes, impulsando su crecimiento sostenible en un mundo cada vez más digital.

CAPÍTULO 3

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un modelo de negocio enfocado en servicios especializados de implementación y soporte de HubSpot CRM, orientado a las necesidades de transformación digital en ventas, marketing y servicio al cliente.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Desarrollar un portafolio de servicios
- ✓ Establecer los clientes objetivos
- ✓ Definir plan de mercado y ventas

CAPÍTULO 4

REFERENTES TEÓRICOS

En un contexto cada vez más competitivo, donde las organizaciones deben adaptarse a los cambios tecnológicos y al comportamiento del consumidor, los sistemas de gestión de relaciones con el cliente (CRM, por sus siglas en inglés) se consolidan como una herramienta clave para fortalecer la interacción entre empresas y usuarios. La implementación de un CRM no solo responde a una necesidad técnica, sino también a una transformación cultural y estratégica dentro de las empresas que buscan optimizar procesos, tomar decisiones basadas en datos, y generar experiencias significativas para sus clientes. Esta dinámica es especialmente relevante para las pequeñas y medianas empresas (PYMES), donde los recursos son limitados y cada acción debe generar impacto directo sobre los resultados.

El fenómeno del uso de CRMs por parte de las PYMES responde, entre otras razones, al abaratamiento y democratización de las tecnologías digitales. Como lo señala el autor Pedro Linares:

Con el abaratamiento de la tecnología (CRM de bajo coste, CRM en la nube y la competencia entre los proveedores) los CRM se han adaptado a pequeños negocios y en sectores donde era impensable hace 10 años. Pymes, empresas de servicios, comercios, profesionales autónomos [...] demandan información objetiva, accesible para los no especialistas y presentada abordando los procesos básicos de forma integrada. (Linares, 2025)

Esta afirmación permite comprender que el acceso a la tecnología ya no es una barrera, sino que el verdadero reto está en su uso estratégico, su personalización según el modelo de negocio, y la formación de los equipos que la utilizarán.

En este sentido, el emprendimiento Sky Blue Consultora surge como una respuesta a un vacío técnico y metodológico en el proceso de adopción de CRMs por parte de las empresas colombianas. Muchas organizaciones invierten en sistemas robustos como HubSpot, Zoho o Salesforce, pero no logran integrarlos adecuadamente a sus procesos internos, ni garantizar que sus colaboradores los utilicen de forma efectiva. Este fenómeno es ampliamente discutido en la literatura sobre gestión del cambio y adopción tecnológica, donde se destaca que el éxito de una herramienta digital

depende en gran medida de su apropiación cultural, su alineación con los objetivos estratégicos, y el acompañamiento durante y después de su implementación.

A la par de la evolución tecnológica, las empresas han transformado su mirada hacia los clientes, lo que ha exigido una gestión más reflexiva de la relación con ellos.

Como lo indica de nuevo autor Pedro Linares:

Las empresas se han centrado, cada vez más, en sus clientes, analizando con rigor y recursos la perspectiva del cliente en su toma de decisiones, ajustando los procesos empresariales y sus organizaciones y, en general, gestionando la información y las relaciones con los clientes de forma más reflexiva y deliberada, con el objetivo final de ofrecer una mejor experiencia al cliente. (Linares, 2025)

Esta afirmación subraya que la orientación al cliente no puede reducirse a un discurso comercial; debe traducirse en estrategias tangibles, plataformas adecuadas, y un compromiso institucional para medir y mejorar cada punto de contacto.

Desde esta perspectiva, Sky Blue no se limita a la implementación técnica de un CRM, sino que propone una consultoría integral que abarca el diagnóstico de procesos, la capacitación de usuarios, el diseño de flujos de trabajo automatizados, y el acompañamiento continuo para lograr una adopción efectiva del sistema. A diferencia de otras consultoras que ofrecen paquetes cerrados, Sky Blue se enfoca en entender el contexto específico de cada cliente, adaptando la solución CRM a las necesidades reales del negocio, su estructura, su madurez digital y su equipo humano. Esta propuesta de valor se basa en un enfoque pedagógico y humano, donde se busca empoderar al cliente en el uso del sistema, y no generar dependencia tecnológica.

La importancia de este emprendimiento radica, además, en el contexto económico y social colombiano. Según estudios recientes, las PYMES representan más del 90% del tejido empresarial del país, y son responsables de más del 65% del empleo. Sin embargo, muchas de estas empresas enfrentan dificultades para crecer y mantenerse competitivas debido a la falta de procesos estandarizados, desconocimiento tecnológico, y baja inversión en herramientas digitales. Sky Blue se posiciona como una solución concreta a estos desafíos, fomentando la transformación digital desde una perspectiva práctica, asequible y centrada en resultados.

Desde el punto de vista teórico, el proyecto se fundamenta en la teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter, la cual señala que “Las empresas pueden diferenciarse a través del liderazgo en costos, la diferenciación de producto o el enfoque en nichos específicos” (Porter, 1980). Sky Blue aplica esta teoría enfocándose en un nicho claro (PYMES colombianas que adquieren HubSpot u otros CRMs) y ofreciendo un servicio diferenciado que combina tecnología, pedagogía empresarial y soporte a largo plazo. Asimismo, se apoya en el modelo de innovación abierta de Henry Chesbrough, que sostiene que “Las empresas deben buscar conocimiento fuera de sus fronteras para acelerar procesos de transformación” (Chesbrough, 2003), lo que refuerza la necesidad de consultorías externas especializadas como Sky Blue.

Es importante resaltar que este emprendimiento no solo busca generar beneficios económicos, sino también un impacto social positivo. Al mejorar la forma en que las PYMES colombianas se relacionan con sus clientes, optimizan sus ventas y fidelizan audiencias, se contribuye al fortalecimiento del ecosistema empresarial local, a la generación de empleo, y a la profesionalización del uso de tecnologías en contextos donde aún persiste una brecha digital. Además, se promueve la cultura del uso inteligente de los datos, de la automatización responsable y del aprendizaje continuo como pilares para el desarrollo empresarial sostenible.

Los referentes teóricos que sustentan a Sky Blue demuestran que el uso de CRMs es hoy una herramienta accesible, necesaria y estratégica para las PYMES. Sin embargo, su implementación requiere acompañamiento experto, formación personalizada y procesos de adopción adaptados al contexto. Sky Blue responde a estos retos con una propuesta de valor diferencial, un enfoque pedagógico y una mirada centrada en el cliente que la posiciona como una consultora innovadora dentro del ecosistema colombiano.

CAPÍTULO 5

METODOLOGÍA

La presente investigación se estructura bajo un enfoque cualitativo-cuantitativo, dado que busca comprender fenómenos sociales relacionados con la adopción de tecnologías CRM por parte de empresas colombianas, así como cuantificar elementos clave que permitan sustentar la viabilidad de la propuesta de valor de la empresa Sky Blue Consultora.

5.1 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

El nivel de profundidad corresponde a una investigación descriptiva y exploratoria. Es descriptiva porque busca caracterizar las necesidades, comportamientos y dificultades de las empresas en la implementación de CRMs; y es exploratoria porque se orienta a comprender un fenómeno emergente en el contexto colombiano: la demanda de consultorías especializadas que ayuden a las empresas a adoptar plenamente sus plataformas tecnológicas.

5.2 DISEÑO METODOLÓGICO

El diseño es no experimental y transversal, ya que no se manipulan variables de forma deliberada y la información será recolectada en un momento determinado para establecer diagnósticos e identificar patrones.

5.3 MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Se utilizarán dos técnicas principales para obtener datos relevantes:

5.3.1 OBSERVACIÓN DIRECTA

A partir de la experiencia acumulada por la investigadora como consultora de HubSpot durante varios meses de trabajo continuo con empresas de distintos sectores en Latinoamérica, se ha evidenciado una problemática recurrente: tras culminar el proceso de implementación, muchos clientes presentan vacíos en el dominio funcional y estratégico de la herramienta. Si bien se logra configurar el sistema y ponerlo en marcha, no siempre se garantiza que los equipos adopten el CRM de manera completa. Esto lleva a que los usuarios, ante la falta de claridad o acompañamiento posterior, retomen prácticas manuales como el uso de Excel, lo

cual frena los beneficios esperados de la transformación digital que implica la adquisición de un CRM como HubSpot.

En algunos casos, existen algunos usuarios proactivos que buscan por su cuenta cómo utilizar mejor la plataforma; sin embargo, HubSpot se caracteriza por sus constantes actualizaciones y nuevas funcionalidades, lo que implica una curva de aprendizaje continua. Esta dinámica, aunque positiva en términos de innovación, representa un desafío para quienes no tienen el tiempo o el conocimiento técnico necesario para adaptarse con agilidad a los cambios.

En este contexto nace Sky Blue, una consultora especializada en HubSpot que propone una solución orientada a brindar soporte estratégico y técnico continuo. Su objetivo es cerrar las brechas que suelen quedar después de la implementación, acompañando a las empresas en el proceso de adopción real del CRM. Para lograrlo, Sky Blue mantiene a sus consultores en formación constante sobre las actualizaciones de la plataforma, asegurando así una orientación oportuna y contextualizada. Esta propuesta permite a las organizaciones externalizar su soporte con confianza, al tiempo que acceden a un equipo experto que les ayuda a obtener el máximo valor de su inversión tecnológica.

5.3.2 ENCUESTAS

Se desarrollará una encuesta estructurada dirigida a líderes de áreas comerciales, de mercadeo y de tecnología en pequeñas y medianas empresas latinoamericanas. Las preguntas buscarán identificar:

- ✓ El nivel de conocimiento sobre herramientas CRM
- ✓ La satisfacción con la implementación actual (en caso de tener un CRM)
- ✓ Las barreras percibidas para el aprovechamiento del software
- ✓ El interés en recibir asesoría personalizada

La encuesta será aplicada mediante un formulario digital, con empresas en sectores representativos (servicios, manufactura, comercio), con el fin de recopilar datos cuantificables que aporten al análisis del problema.

Encuesta Sky Blue
Sección 1: Información general

1. País:

- Argentina
- Brasil
- Chile
- Costa rica
- Colombia
- Costa rica
- Ecuador
- México
- Panamá
- Paraguay
- Perú
- Uruguay

2. Tamaño de su empresa:

- Microempresa (1-10 empleados)
- Pequeña (11-50 empleados)
- Mediana (51-200 empleados)
- Grande (más de 200 empleados)

3. Sector económico al que pertenece:

- Servicios
- Comercio
- Tecnología
- Manufactura
- Educación
- Otro: _____

4. ¿Actualmente su empresa utiliza alguna plataforma CRM?

- Sí
- No

En caso de responder que no:

¿Por qué motivo no han adoptado una plataforma CRM?

- No lo consideramos necesario

- No conocemos bien sus beneficios
- Es costoso
- Ya lo intentamos y no funcionó
- Preferimos métodos manuales
- Otro: _____

En caso de responder que sí:

Sección 2: Experiencia con el CRM

5. ¿Qué plataforma CRM utiliza su empresa?

- HubSpot
- Salesforce
- Zoho
- Bitrix24
- Pipedrive
- Otro: _____

6. ¿Desde hace cuánto tiempo utilizan el CRM?

- Menos de 6 meses
- Entre 6 meses y 1 año
- Más de 1 año

7. ¿Con qué frecuencia usan el CRM en su empresa?

- A diario
- Varias veces por semana
- Solo en ocasiones puntuales
- Casi nunca

8. ¿Para qué procesos usan el CRM? (marque todos los que apliquen)

- Ventas
- Marketing
- Atención al cliente
- Gestión de tareas y seguimiento
- Reportes y análisis

9. En una escala de 1 a 5, califique su satisfacción general con el CRM:

- 1 = Muy insatisfecho
- 2 = Insatisfecho

- 3 = Neutral
- 4 = Satisfecho
- 5 = Muy satisfecho

10. **¿Cuáles han sido los principales beneficios del CRM en su empresa?**
(Respuesta abierta)

11. **¿Qué dificultades han enfrentado al implementar o usar el CRM?**
(Respuesta abierta)

12. **¿Considera que el personal de su empresa ha adoptado correctamente el CRM?**

- Sí
- Parcialmente
- No

13. **¿Cree que necesitan acompañamiento adicional para aprovechar mejor la herramienta?**

- Sí
- No
- No estoy seguro(a)

Sección 3: Expectativas y mejoras

14. **¿Qué tipo de soporte o consultoría considera más útil para su empresa?**

- Capacitación del equipo
- Automatización de procesos
- Configuración inicial y personalización
- Migración de datos
- Soporte continuo

15. **¿Estaría dispuesto a contratar una consultora externa especializada en CRM si mejora su productividad?**

- Sí
- No
- Tal vez

16. **¿Qué espera de una consultora que implemente o acompañe el uso de un CRM?**

(Respuesta abierta)

Enlace de acceso a la encuesta:

https://share.hsforms.com/2JB1zKu_eRWqgMHXsnUkpuA4tj46

5.3.3 ESTRATEGIA GENERAL DE INVESTIGACIÓN

El proceso investigativo se estructura en cinco fases:

1. **Revisión documental:** Se recopilan teorías, artículos digitales y experiencia de la investigadora sobre implementación y soporte de CRMs y transformación digital en pymes.
2. **Diseño de instrumentos:** Se presentan los comentarios de la investigadora desde su experiencia con pymes y los resultados de la encuesta.
3. **Trabajo de campo:** Se aplica la observación en al menos tres empresas y se distribuyen encuestas digitalmente.
4. **Análisis de resultados:** Se analizan los datos cualitativos y cuantitativos para identificar patrones.
5. **Formulación de la propuesta final:** Con base en los hallazgos, se refina la propuesta de valor de Sky Blue y se construyen los diferenciadores estratégicos del servicio.

5.3.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS: OBSERVACIÓN DIRECTA

Como parte del proceso investigativo, se aplicó observación directa a tres empresas latinoamericanas con características diversas, seleccionadas por su nivel de madurez digital y experiencia previa con herramientas CRM. Las sesiones de observación se realizaron durante reuniones de diagnóstico, capacitaciones y revisiones de procesos internos, permitiendo identificar brechas entre la implementación técnica del CRM y su uso operativo y estratégico.

Empresas observadas:

Empresa 1 (Colombia): Empresa mediana del sector alimentos, con HubSpot implementado hace 9 meses.

Empresa 2 (México): Empresa de servicios creativos, con 1 año de uso del CRM y equipo comercial distribuido en tres ciudades.

Empresa 3 (Chile): Startup tecnológica en energía renovable, con una implementación reciente (3 meses) en fase de adopción.

Hallazgos clave por ítem observado: Se aplicó el checklist Sky Blue, permitiendo sistematizar la observación en torno a 9 ítems relevantes. A continuación, se presentan los resultados en forma de tabla y análisis cualitativo:

Tabla 1: Checklist Sky Blue

| Ítem observado | 1 Empresa | 2 Empresa | 3 Empresa |
|--|--------------|-----------|-----------------|
| ¿El equipo usa el CRM diariamente? | Parcial | Sí | Parcial |
| ¿Los datos están actualizados en el sistema? | No | Parcial | Sí |
| ¿El CRM está alineado con sus procesos de venta? | Parcial | Sí | No |
| ¿El personal conoce las funciones básicas? | Parcial | Sí | No |
| ¿Se aprovechan automatizaciones? | No | Sí | No |
| ¿Hay barreras culturales o tecnológicas? | Sí (cultura) | No | Sí (tecnología) |
| ¿Los líderes usan reportes desde el CRM? | No | Parcial | No |
| ¿Han recibido capacitación suficiente? | Parcial | Sí | No |

| | | | |
|--|---------|---------|-----------------|
| ¿El CRM mejora el servicio al cliente? | Parcial | Parcial | Aún no evaluado |
|--|---------|---------|-----------------|

Fuente: Elaboración propia

Análisis general

Los principales patrones observados indican que, aunque la mayoría de las empresas ha superado la etapa técnica de implementación, persisten desafíos importantes en adopción cultural, alineación estratégica del CRM con los procesos de negocio y aprovechamiento de funcionalidades avanzadas como automatizaciones o reportes personalizados.

En la Empresa 1, por ejemplo, se evidenció una fuerte dependencia del personal administrativo para ingresar datos, lo cual retrasa la actualización de información y limita la toma de decisiones en tiempo real. El equipo comercial aún utiliza hojas de Excel para llevar seguimiento de oportunidades, lo que genera el doble de esfuerzos.

En el caso de Empresa 2, el uso del CRM es sólido en términos operativos, pero aún se limita a tareas básicas. Si bien se ha aprovechado el módulo de automatización para seguimientos por correo, los líderes de equipo siguen generando reportes manuales en PowerPoint, sin utilizar dashboards en tiempo real que ofrece la herramienta.

Empresa 3, en cambio, presenta un caso típico de adopción temprana, aunque el sistema fue configurado correctamente, el equipo muestra resistencia al cambio y falta de conocimientos básicos. Los ejecutivos de ventas han manifestado dificultad para entender la lógica del pipeline y prefieren continuar con métodos tradicionales.

Estos hallazgos validan la hipótesis central del proyecto: la implementación de un CRM como HubSpot, aunque técnicamente exitosa, no garantiza su adopción estratégica si no se acompaña de un soporte continuo, centrado en educación, alineación de procesos y seguimiento personalizado. Con base en esto, Sky Blue propone un servicio de acompañamiento posimplementación basado en tres líneas de acción:

- ✓ **Diagnóstico de madurez en el uso del CRM** (con checklist Sky Blue y entrevistas semiestructuradas).
- ✓ **Plan de fortalecimiento adaptado al nivel del cliente**, incluyendo capacitaciones funcionales, rediseño de pipelines, automatizaciones e informes.
- ✓ **Soporte continuo tercerizado**, enfocado en resolver dudas, implementar actualizaciones y orientar sobre nuevas funcionalidades que surjan.

Se concluye que esta metodología permitirá reducir el abandono parcial del CRM, mejorar la adopción del sistema por parte de los equipos, y asegurar que las empresas realmente integren estas herramientas en su estrategia comercial.

5.3.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS: ENCUESTA

Imagen 1: datos de los contactos encuestados 1

Datos de los contactos encuestados ⓘ

| NOMBRE ⌵ | APELLIDOS ⬆ | CORREO ⌵ | PAÍS ⌵ |
|-----------------|-----------------|--------------------------------|----------|
| Diana | Cardona Montoya | didic69@hotmail.com | Colombia |
| Alex | Cuervo | cuervoalex@gmail.com | Colombia |
| Dayana | Espitia | dayanaespitia1416@gmail.com | Colombia |
| Jorge Andres | Gaviria Henao | jorge.gaviria@papelsa.com | Colombia |
| WILFRAN | GIL JARAMILLO | wilfrangilj@gmail.com | Colombia |
| Erika | Guerra | erikaguerrapo@gmail.com | Colombia |
| Andrés | Luna | andres.luna@consimexmed.com.co | Colombia |
| Santiago | Orrego Ocampo | santiagoorrego@gmail.com | Colombia |
| Albers de Jesús | Rodriguez David | albersr52@gmail.com | Colombia |
| Felipe | Romero | andres.romero10@hotmail.com | Colombia |

< Anterior 1 2 Siguiente > 10 filas por página -

Fuente: elaboración propia

Imagen 2: datos de los contactos encuestados 2

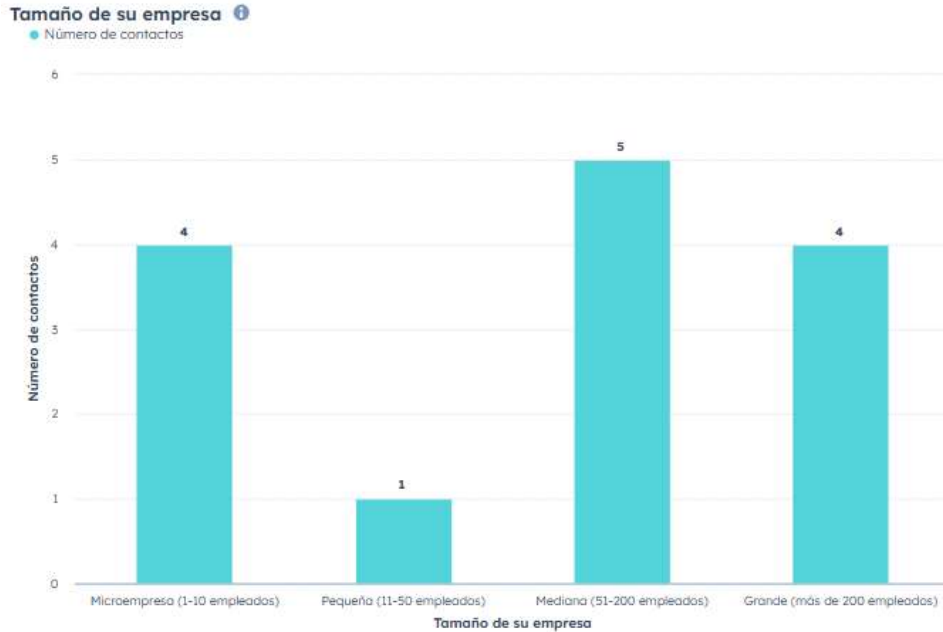
Datos de los contactos encuestados ⓘ

| NOMBRE ↕ | APELLIDOS ↕ | CORREO ↕ | PAÍS ↕ |
|-------------|----------------|-----------------------------|----------|
| Miguel | Solazar | felipesalazarster@gmail.com | Colombia |
| Jesus | Torres | torjesus@gmail.com | Colombia |
| Luis felipe | Zamora pineda | econergy2002@gmail.com | Colombia |
| Emmanuel | Zapata Agudelo | emm17593@gmail.com | Colombia |

< Anterior 1 2 Siguiente > 10 filas por página ▾

Fuente: elaboración propia

Imagen 3: tamaño de su empresa



Fuente: elaboración propia

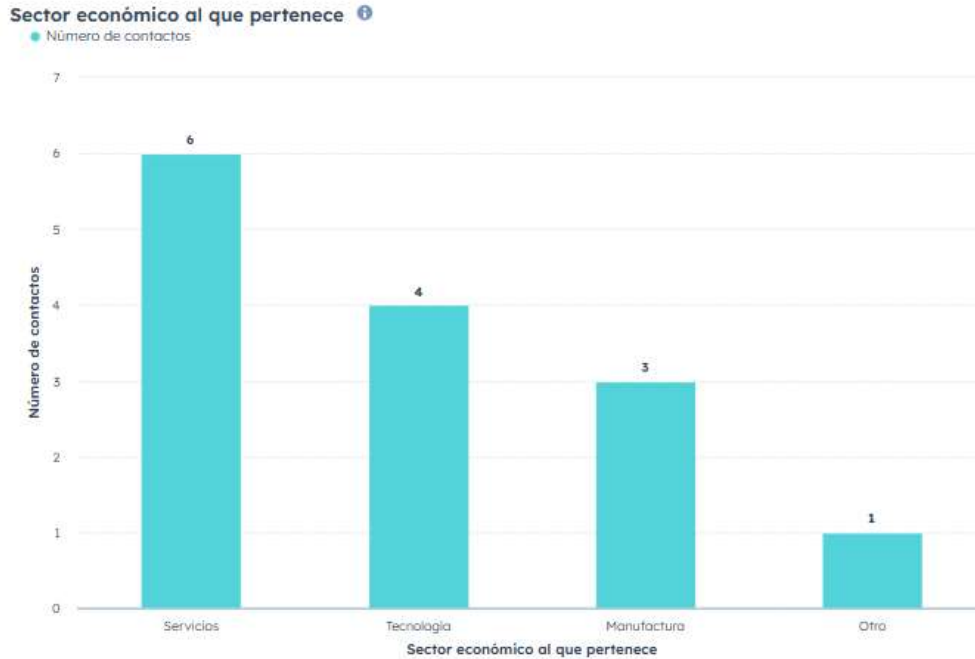
Análisis:

La distribución por tamaño muestra:

- ✓ Medianas empresas (51-200 empleados): 5 encuestados (36%)
- ✓ Microempresas (1-10 empleados): 4 encuestados (29%)
- ✓ Grandes empresas (más de 200 empleados): 4 encuestados (29%)
- ✓ Pequeñas empresas (11-50 empleados): 1 encuestado (7%)

Esto indica una buena representación de diferentes tamaños de empresas, con predominio de medianas empresas, seguidas de micro y grandes empresas.

Imagen 4: sector económico al que pertenece



Fuente: elaboración propia

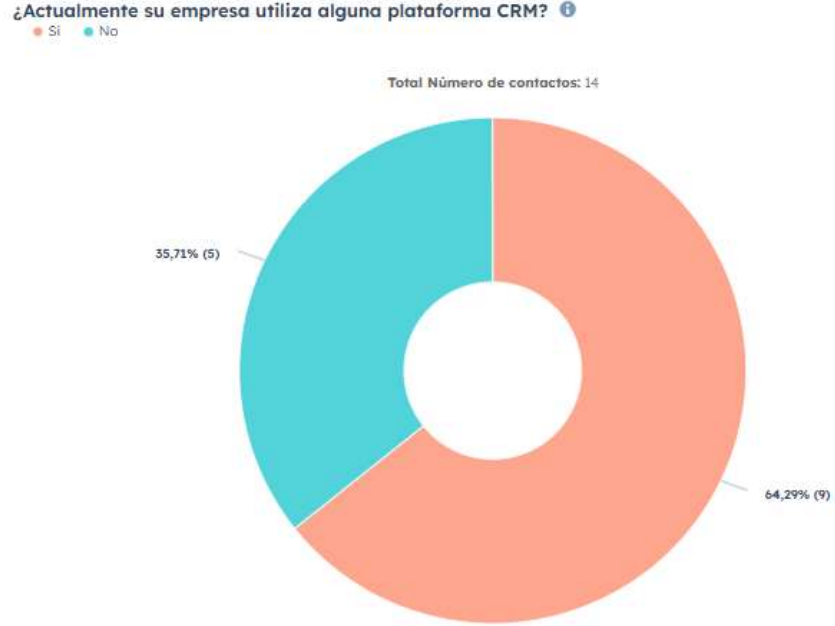
Análisis:

La distribución por sectores es:

- ✓ Servicios: 6 encuestados (43%)
- ✓ Tecnología: 4 encuestados (29%)
- ✓ Manufactura: 3 encuestados (21%)
- ✓ Otro: 1 encuestado (7%)

El sector de servicios domina la muestra, seguido por tecnología y manufactura, lo que refleja una buena representación de los principales sectores económicos.

Imagen 5: ¿Actualmente su empresa utiliza alguna plataforma CRM?



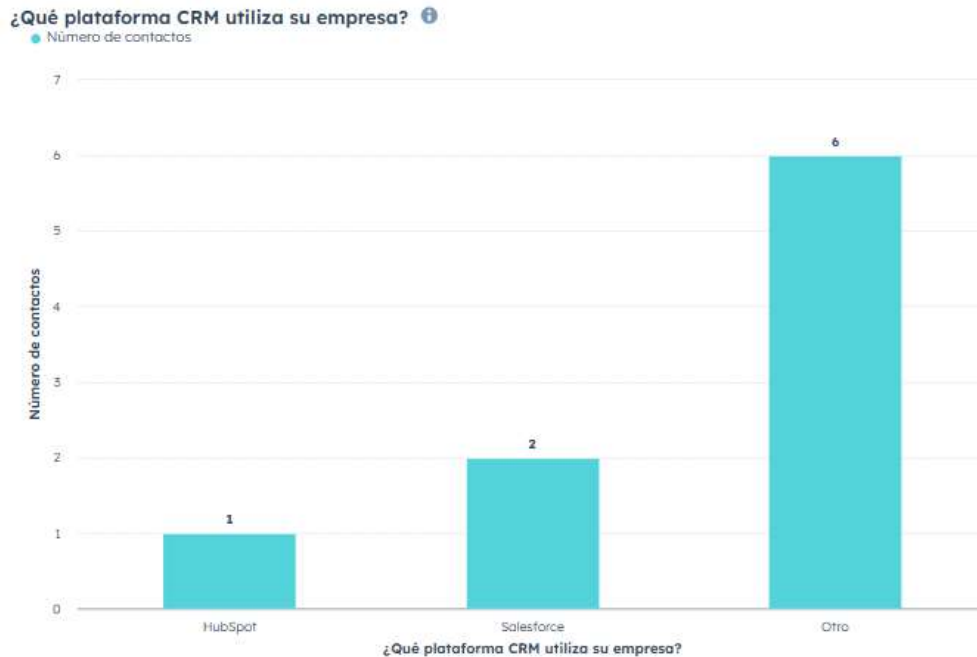
Fuente: elaboración propia

Análisis:

- ✓ El 64.29% (9 encuestados) utiliza alguna plataforma CRM
- ✓ El 35.71% (5 encuestados) no utiliza ninguna plataforma CRM

Esto indica que la mayoría de las empresas encuestadas ha adoptado soluciones CRM.

Imagen 6: ¿Qué plataforma CRM utiliza su empresa?



Fuente: elaboración propia

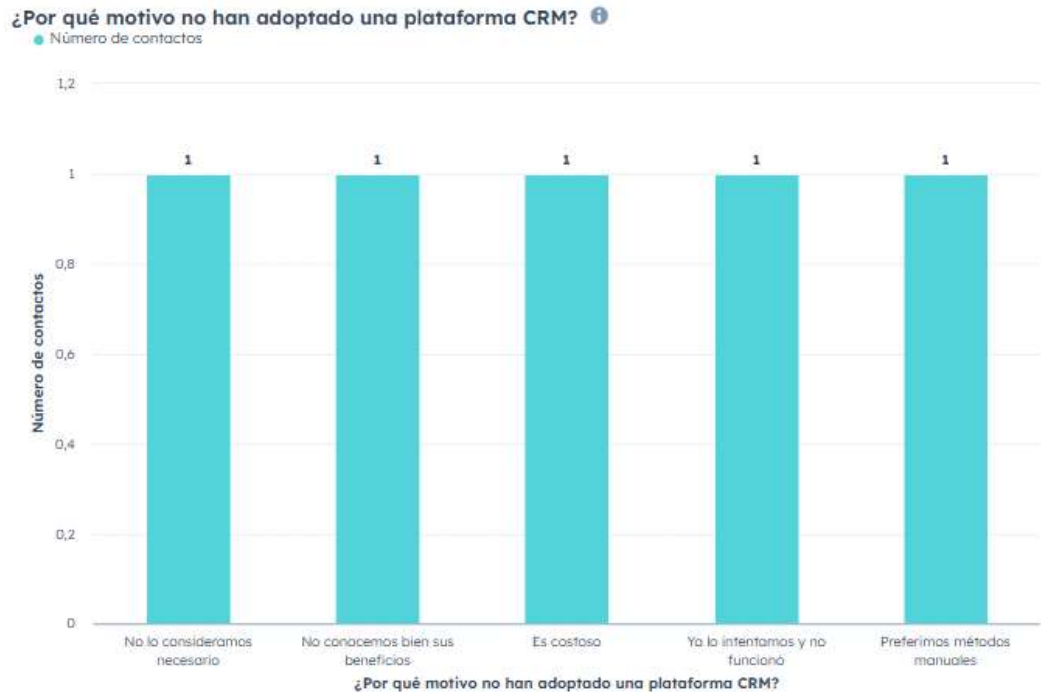
Análisis:

Entre las empresas que utilizan CRM:

- ✓ Otro (plataformas diferentes a las principales): 6 encuestados (67%)
- ✓ Salesforce: 2 encuestados (22%)
- ✓ HubSpot: 1 encuestado (11%)

Destaca que la mayoría usa plataformas alternativas, lo que puede reflejar el uso de soluciones locales o menos conocidas globalmente.

Imagen 7: ¿Por qué motivo no han adoptado una plataforma CRM?



Fuente: elaboración propia

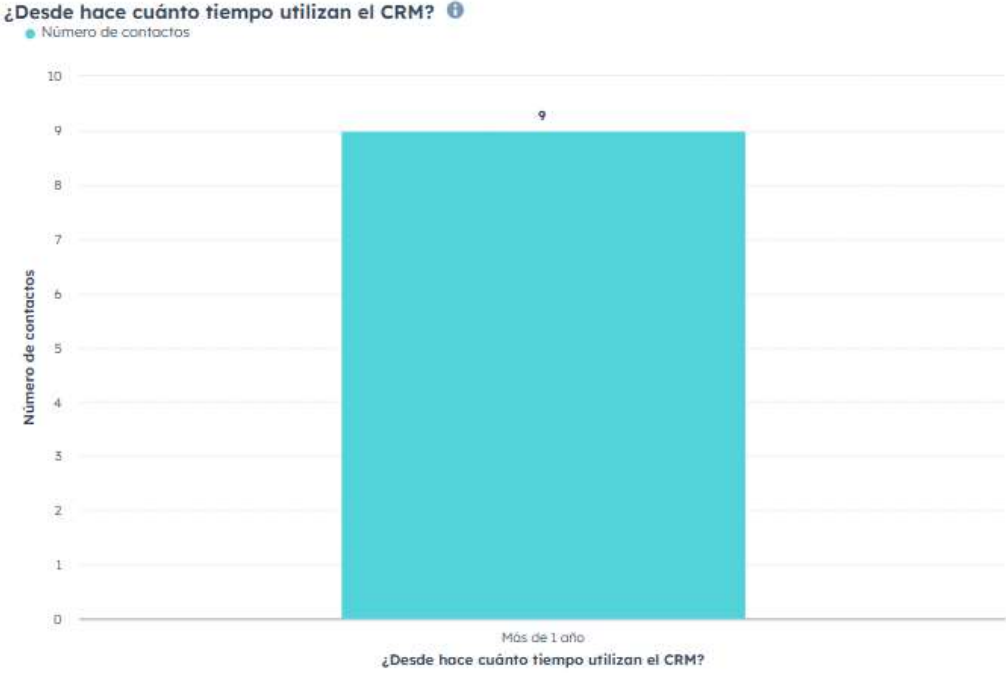
Análisis:

Las empresas que no utilizan CRM mencionaron las siguientes razones (con igual distribución, 1 encuestado por cada razón):

- ✓ No lo consideran necesario
- ✓ No conocen bien sus beneficios
- ✓ Es costoso
- ✓ Ya lo intentaron y no funcionó
- ✓ Prefieren métodos manuales

No hay una razón predominante, lo que sugiere que las barreras de adopción son variadas.

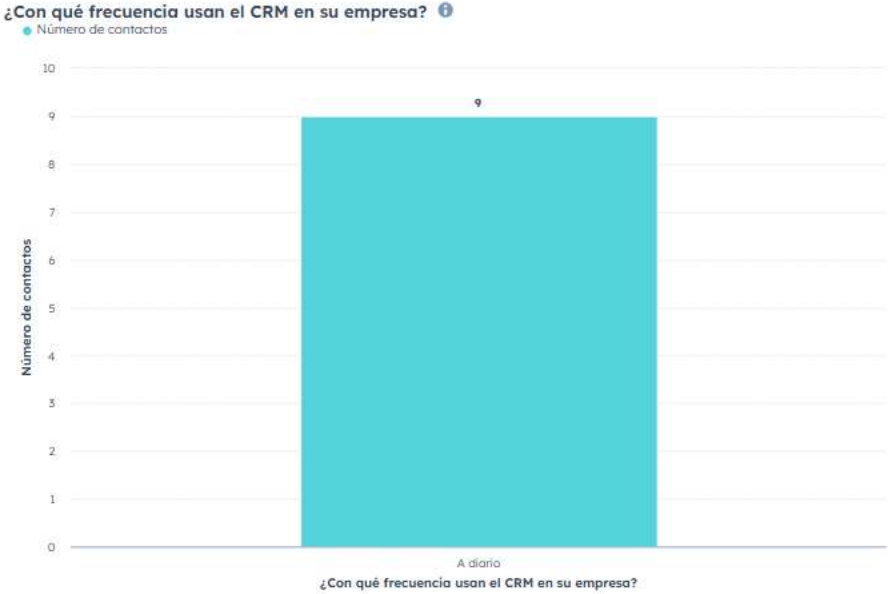
Imagen 8: ¿Desde hace cuánto tiempo utilizan el CRM?



Fuente: elaboración propia

Análisis:
El 100% de las empresas que utilizan CRM (9 encuestados) lo hacen desde hace más de 1 año, lo que indica una adopción consolidada, no experimental.

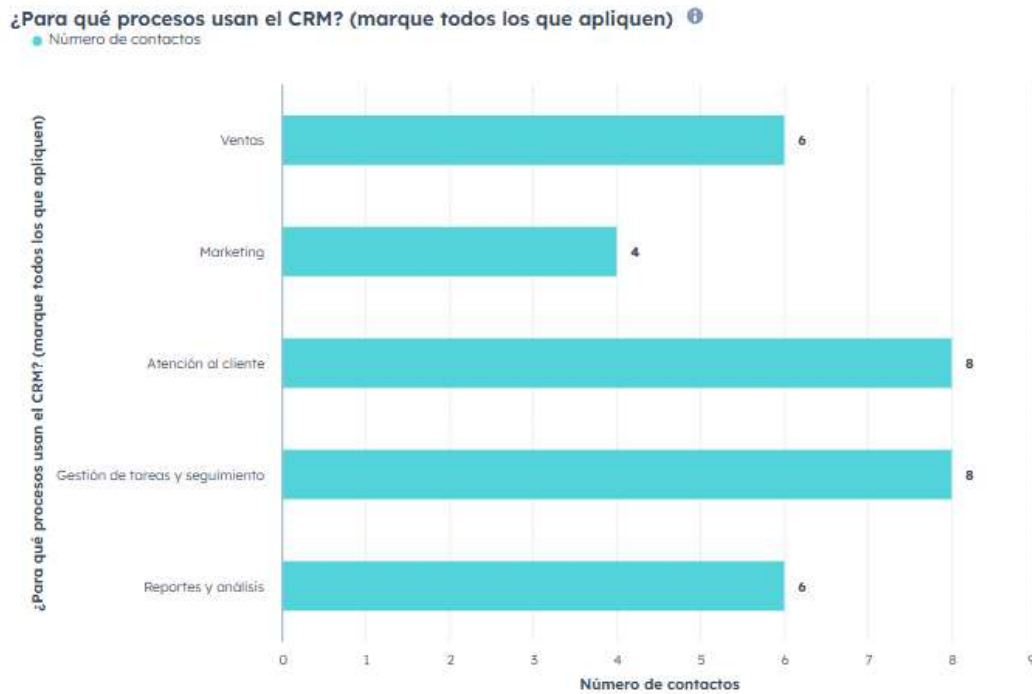
Imagen 9: ¿Con qué frecuencia usan el CRM en su empresa?



Fuente: elaboración propia

Análisis:
El 100% de los usuarios de CRM (9 encuestados) lo utilizan a diario, reflejando que se ha convertido en una herramienta esencial en sus operaciones cotidianas.

Imagen 10: ¿Para qué procesos usan el CRM? (marque todos los que apliquen)



Fuente: elaboración propia

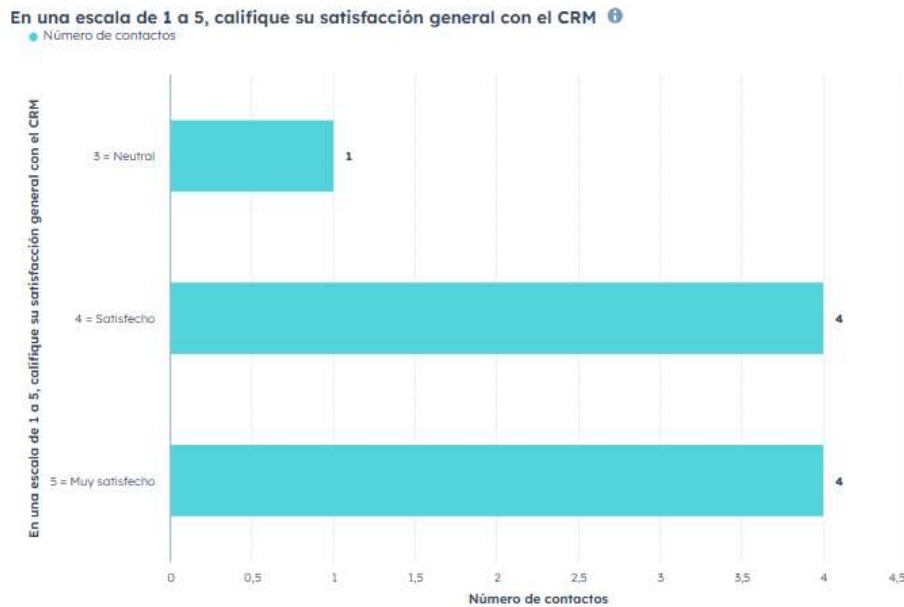
Análisis:

Los principales usos (con posibilidad de múltiples respuestas):

- ✓ Atención al cliente: 8 encuestados
- ✓ Gestión de tareas y seguimiento: 8 encuestados
- ✓ Ventas: 6 encuestados
- ✓ Reportes y análisis: 6 encuestados
- ✓ Marketing: 4 encuestados

Destaca el uso prioritario para atención al cliente y gestión de tareas, seguido de ventas y análisis.

Imagen 11: En una escala de 1 a 5, califique su satisfacción general con el CRM



Fuente: elaboración propia

Análisis:

La satisfacción es muy alta:

- ✓ 5 = Muy satisfecho: 4 encuestados (44%)
- ✓ 4 = Satisfecho: 4 encuestados (44%)
- ✓ 3 = Neutral: 1 encuestado (11%)

Ningún usuario calificó su satisfacción por debajo de 3, lo que indica que no hay insatisfacción significativa.

Imagen 12: ¿Cuáles han sido los principales beneficios del CRM en su empresa?

¿Cuáles han sido los principales beneficios del CRM en su empresa? ⓘ

| NOMBRE ↕ | ¿CUÁLES HAN SIDO LOS PRINCIPALES BENEFICIOS DEL CRM EN SU EMPRESA? ↕ |
|-----------------|--|
| Luis felipe | Atención veras y oportuna |
| Diana | Construcción de bases de datos Gestión de ventas Seguim... |
| Albers de Jesús | Control de la información |
| Miguel | Gestión, reporte y seguimiento |
| Jorge Andres | Información ágil y rápida amigable con el usuario |
| Erika | Orden y seguimiento en los procesos |
| Dayana | Que guarda mucha información y es fácil de utilizar |
| Andrés | Seguimiento operaciones del cliente, actualización de infor... |
| Felipe | Tener un historial claro de atención al cliente |

Fuente: elaboración propia

Análisis:

Los principales beneficios mencionados son:

- ✓ Gestión eficiente de información de clientes
- ✓ Seguimiento de operaciones y ventas
- ✓ Organización y control de procesos
- ✓ Facilidad de uso y acceso a la información
- ✓ Reportes y análisis

Imagen 13: ¿Qué dificultades han enfrentado al implementar o usar el CRM?

¿Qué dificultades han enfrentado al implementar o usar el CRM? ⓘ

| NOMBRE | ¿QUÉ DIFICULTADES HAN ENFRENTADO AL IMPLEMENTAR O USAR EL CRM? ▲ |
|-----------------|--|
| Albers de Jesús | Ajustes precisos a la operación |
| Felipe | Las nuevas funcionalidades y estar actualizado |
| Dayana | N/A |
| Miguel | Na |
| Andrés | Ninguna |
| Luis felipe | Ninguno |
| Erika | Ninguno hasta el momento |
| Jorge Andrés | Se cae con frecuencia |
| Diana | Soporte Condensación de reportes Corrección de informac... |

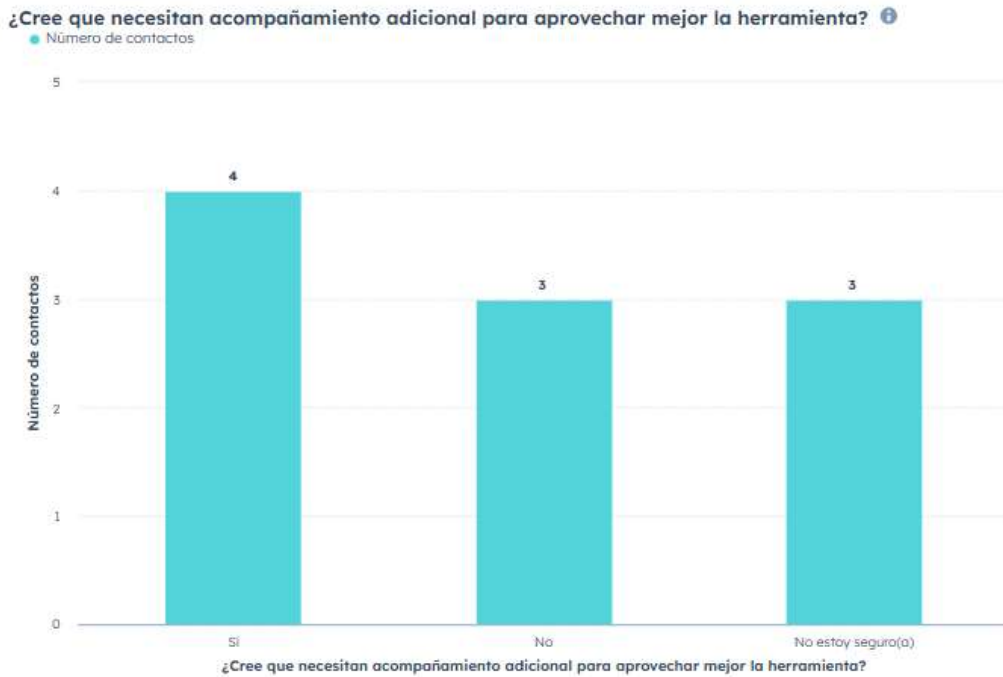
Fuente: elaboración propia

Análisis:

La mayoría de los usuarios (5 de 8 respuestas) reporta ninguna dificultad significativa. Las únicas dificultades mencionadas fueron:

- ✓ El sistema "se cae con frecuencia" (1 encuestado)
- ✓ Ajustes precisos a la operación (1 encuestado)
- ✓ Adaptarse a nuevas funcionalidades (1 encuestado)

Imagen 14: ¿Cree que necesitan acompañamiento adicional para aprovechar mejor la herramienta?



Fuente: elaboración propia

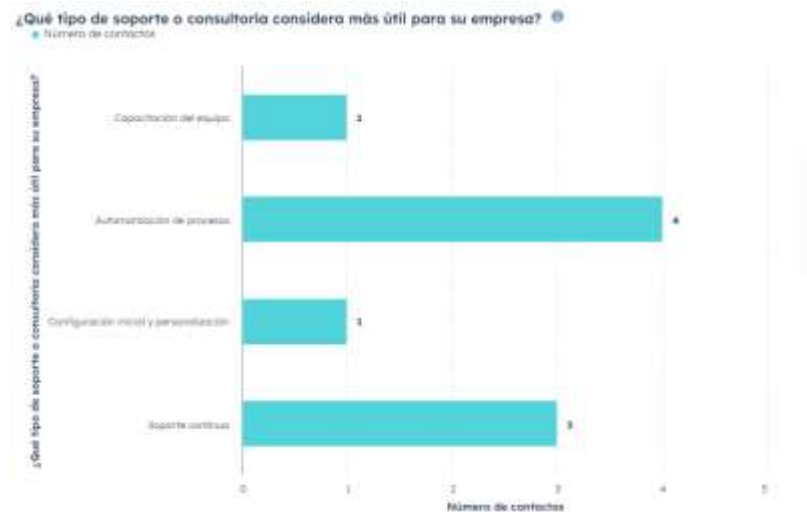
Análisis:

Respecto a si necesitan más acompañamiento:

- ✓ Sí: 4 encuestados (40%)
- ✓ No: 3 encuestados (30%)
- ✓ No estoy seguro: 3 encuestados (30%)

Existe un interés moderado en recibir más apoyo para optimizar el uso del CRM.

Imagen 15: ¿Qué tipo de soporte o consultoría considera más útil para su empresa?



Fuente: elaboración propia

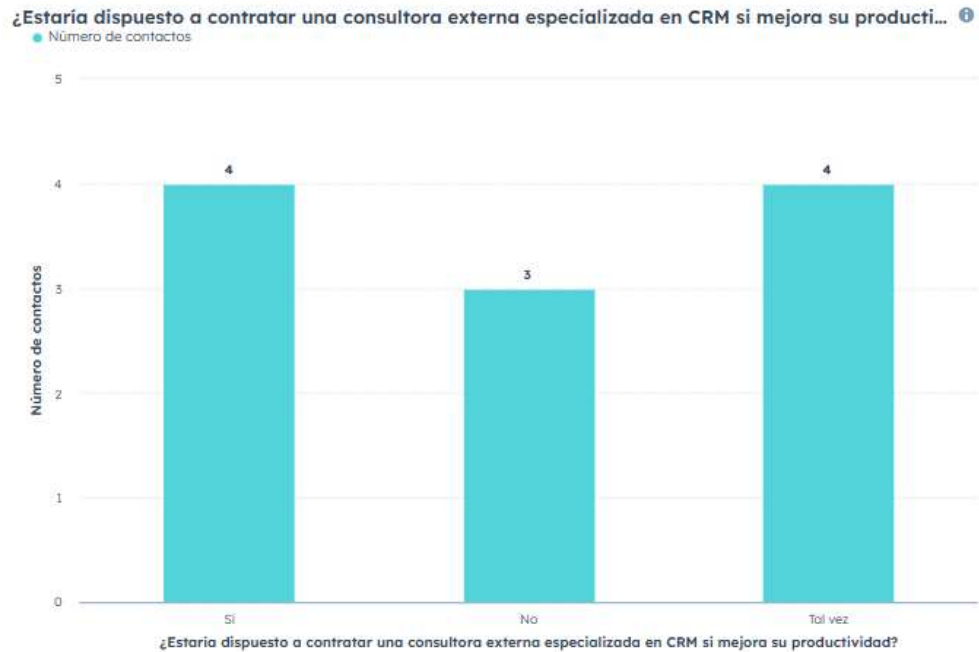
Análisis:

Los tipos de soporte preferidos son:

- ✓ Automatización de procesos: 4 encuestados (44%)
- ✓ Soporte continuo: 3 encuestados (33%)
- ✓ Capacitación del equipo: 1 encuestado (11%)
- ✓ Configuración inicial y personalización: 1 encuestado (11%)

La automatización de procesos es la necesidad más destacada.

Imagen 16: ¿Estaría dispuesto a contratar una consultora externa especializada en CRM si mejora su productividad?



Fuente: elaboración propia

Análisis:

Sobre la disposición a contratar consultorías especializadas:

- ✓ Sí: 4 encuestados (36%)
- ✓ Tal vez: 4 encuestados (36%)
- ✓ No: 3 encuestados (27%)

La mayoría (72%) está abierta a la posibilidad de contratar consultorías.

Imagen 17: ¿Qué espera de una consultora que implemente o acompañe el uso de un CRM?

¿Qué espera de una consultora que implemente o acompañe el uso de un CRM? ⓘ

| NOMBRE ↕ | ¿QUÉ ESPERA DE UNA CONSULTORA QUE IMPLEMENTE O ACOMPAÑE EL USO DE UN CRM? ▲ |
|-----------------|---|
| Erika | Capacitación al personal |
| Miguel | Customización |
| Jorge Andres | Mejorar el acompañamiento y funcionalidad |
| Albers de Jesús | Mejore los procesos |
| Luis felipe | Oportuna |
| Dayana | Que nos ayude en la optimizacion de la herramienta |
| Felipe | Que sea una persona con visión estratégica y que tenga e... |
| Andrés | Resultados tangibles |
| Diana | Soporte continuo |

Fuente: elaboración propia

Análisis:

Las principales expectativas respecto a consultorías son:

- ✓ Capacitación y mejora de competencias del personal
- ✓ Optimización de la herramienta
- ✓ Mejora de procesos y funcionalidades
- ✓ Soporte continuo
- ✓ Resultados tangibles
- ✓ Visión estratégica

Conclusiones a partir de la encuesta:

La encuesta muestra un panorama claro sobre el uso de CRM en empresas colombianas. Con un 64% de empresas que ya usan estos sistemas, especialmente en medianas y grandes compañías del sector servicios, el mercado muestra un buen nivel de desarrollo. Las empresas prefieren usar soluciones alternativas por encima de marcas conocidas como Salesforce y HubSpot, lo que indica una preferencia por sistemas más adaptados a sus necesidades locales o de industria.

La gran satisfacción (88% entre satisfecho y muy satisfecho) y el uso diario (100% de los usuarios) confirman que el CRM se ha vuelto una herramienta fundamental en el trabajo diario, principalmente para atender clientes, dar seguimiento a tareas y gestionar ventas. La mayoría de los usuarios (más del 75%) dice tener pocos o ningún problema al implementar su CRM, lo que sugiere que la adaptación ha sido relativamente fácil.

Sin embargo, todavía hay oportunidades importantes: un 35.7% de las empresas aún no usa CRM, mencionando como razones la falta de conocimiento sobre sus beneficios, los costos y malas experiencias previas. Entre quienes ya usan CRM, la mayor necesidad (44%) es la automatización de procesos, seguida por el apoyo continuo (33%), lo que muestra que buscan usos más avanzados de sus sistemas.

El interés en contratar ayuda especializada (72% entre quienes dicen sí y tal vez) indica que las empresas están abiertas a recibir apoyo externo, especialmente para mejorar el uso, capacitar a su personal y personalizar sus sistemas. Lo que más esperan es ver resultados claros, mejorar sus procesos y recibir orientación estratégica.

Finalmente, el mercado colombiano de CRM muestra una buena base de usuarios satisfechos, pero con claras oportunidades tanto para llegar a más empresas que aún no lo usan, como para ayudar a las actuales a aprovechar mejor sus sistemas, principalmente mediante servicios de asesoría enfocados en resultados prácticos y adaptados a cada tipo de negocio.

CAPÍTULO 6

6.1 RESULTADOS

6.1.1 PLANTEAMIENTO Y DESCRIPCIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Contextualización global, regional y local

A nivel global, la adopción de sistemas CRM (Customer Relationship Management) ha sido fundamental en la transformación digital de las empresas, permitiendo una gestión más eficiente de las relaciones con los clientes y la personalización de servicios en la llamada Cuarta Revolución Industrial. El CRM se ha consolidado como una herramienta clave para mejorar la experiencia del cliente, optimizar procesos comerciales y fortalecer la competitividad empresarial en mercados cada vez más digitalizados y orientados al cliente.

En el contexto regional latinoamericano, la digitalización de los procesos comerciales ha avanzado rápidamente, impulsada por la necesidad de responder a consumidores más informados y exigentes. Las empresas buscan soluciones que les permitan centralizar información, automatizar procesos y mejorar la comunicación multicanal, especialmente a través de plataformas populares como WhatsApp y redes sociales.

En Colombia, el crecimiento del sector empresarial, especialmente de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), ha generado una demanda creciente de herramientas tecnológicas que faciliten la gestión de clientes y el incremento de ventas. Sin embargo, muchas PYMES aún enfrentan desafíos en la adopción de tecnologías avanzadas por desconocimiento o la percepción de que estas soluciones están reservadas para grandes empresas. El mercado colombiano ha visto la aparición de soluciones CRM adaptadas a las necesidades locales, con interfaces en español, integración con canales digitales relevantes y modelos de precios flexibles, lo que ha favorecido su adopción en diferentes sectores y tamaños de empresa.

6.1.2 OPORTUNIDAD DE MERCADO BASADA EN CRM EN COLOMBIA

La oportunidad de negocio en el mercado colombiano de CRM es significativa y se sustenta en varios factores:

- ✓ **Crecimiento de PYMES:** Colombia cuenta con un tejido empresarial dominado por PYMES, que representan la mayoría de las empresas del país. Estas organizaciones buscan herramientas que les permitan sobrevivir, crecer y diferenciarse en un entorno competitivo y cambiante.
- ✓ **Digitalización acelerada:** La pandemia y la transformación digital han impulsado la necesidad de gestionar clientes de manera remota, automatizar ventas y mejorar la atención al cliente a través de canales digitales como WhatsApp, chatbots y aplicaciones móviles.
- ✓ **Soluciones localizadas:** Existen CRM diseñados específicamente para el mercado colombiano, con funcionalidades en español, integración con plataformas populares y adaptabilidad a los procesos comerciales locales, lo que facilita su implementación y uso.
- ✓ **Mejora de la eficiencia y sostenibilidad:** La implementación de CRM permite a las empresas reducir el desperdicio de recursos, mejorar la eficiencia operativa y contribuir a la sostenibilidad ambiental al digitalizar procesos y disminuir el uso de papel.
- ✓ **Demanda de personalización y atención rápida:** Los consumidores colombianos esperan respuestas rápidas, seguimiento personalizado y experiencias de compra fluidas. El CRM facilita la gestión de oportunidades de venta, la automatización de recordatorios y la centralización de la información del cliente, aumentando la tasa de conversión y la rentabilidad.

La oportunidad de negocio radica en ofrecer soluciones CRM adaptadas al contexto colombiano, enfocadas en las necesidades de PYMES y empresas en proceso de digitalización, que buscan mejorar su gestión comercial, fortalecer la relación con sus clientes y avanzar hacia la sostenibilidad y competitividad en el mercado local y regional

6.2.1 ESTIMACIÓN DE DEMANDA Y TAMAÑO DEL MERCADO

6.2.1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

Por Segmento Empresarial

Microempresas (1-10 empleados)

- ✓ Total, en Colombia: ~1.6 millones de empresas
- ✓ Tasa de adopción actual: 35-40%
- ✓ Demanda actual: ~960,000-1,040,000 empresas sin CRM
- ✓ Demanda efectiva (con capacidad/intención de compra real): ~240,000-260,000 empresas
- ✓ Valor promedio: \$1.5-3 millones COP (implementación + suscripción anual)

Pequeñas Empresas (11-50 empleados)

- ✓ Total, en Colombia: ~85,000 empresas
- ✓ Tasa de adopción actual: 45-50%
- ✓ Demanda actual: ~42,500-46,750 empresas sin CRM
- ✓ Demanda efectiva: ~17,000-18,700 empresas
- ✓ Valor promedio: \$5-12 millones COP (implementación + suscripción anual)

Empresas Medianas (51-200 empleados)

- ✓ Total, en Colombia: ~30,000 empresas
- ✓ Tasa de adopción actual: 65-70% (según encuesta)
- ✓ Demanda actual para implementación: ~9,000-10,500 empresas sin CRM
- ✓ Demanda actual para optimización: ~19,500-21,000 empresas con CRM
- ✓ Demanda efectiva para nuevas implementaciones: ~3,600-4,200 empresas
- ✓ Demanda efectiva para optimización: ~9,750-10,500 empresas
- ✓ Valor promedio implementación: \$15-30 millones COP

- ✓ Valor promedio optimización: \$8-15 millones COP

Grandes Empresas (más de 200 empleados)

- ✓ Total, en Colombia: ~6,000 empresas
- ✓ Tasa de adopción actual: 85-90%
- ✓ Demanda actual para implementación: ~600-900 empresas sin CRM
- ✓ Demanda actual para optimización/renovación: ~5,100-5,400 empresas con CRM
- ✓ Demanda efectiva para nuevas implementaciones: ~300-450 empresas
- ✓ Demanda efectiva para optimización: ~2,550-2,700 empresas
- ✓ Valor promedio implementación: \$50-150 millones COP
- ✓ Valor promedio optimización: \$25-75 millones COP

Por Sector Económico

Sector Servicios (43% de la demanda)

- ✓ Número de empresas: ~750,000 formalizadas
- ✓ Tasa de adopción actual: 50-55%
- ✓ Demanda actual: ~337,500-375,000 empresas sin CRM
- ✓ Demanda efectiva: ~101,250-112,500 empresas
- ✓ Crecimiento anual estimado: 15-18%

Sector Tecnología (29% de la demanda)

- ✓ Número de empresas: ~7,000 empresas
- ✓ Tasa de adopción actual: 70-75%
- ✓ Demanda actual: ~1,750-2,100 empresas sin CRM
- ✓ Demanda actual para optimización: ~4,900-5,250 empresas con CRM

- ✓ Demanda efectiva para nuevas implementaciones: ~875-1,050 empresas
- ✓ Demanda efectiva para optimización: ~3,430-3,675 empresas
- ✓ Crecimiento anual estimado: 20-25%

Sector Manufactura (21% de la demanda)

- ✓ Número de empresas: ~60,000 empresas
- ✓ Tasa de adopción actual: 45-50%
- ✓ Demanda actual: ~30,000-33,000 empresas sin CRM
- ✓ Demanda efectiva: ~9,000-9,900 empresas
- ✓ Crecimiento anual estimado: 12-15%

Valoración Monetaria de la Demanda

Demanda Anual de Implementación y Licencias

Implementación (Servicios de consultoría, instalación, capacitación)

- ✓ Microempresas: 260,000 × promedio \$1M COP = \$260,000 millones COP
- ✓ Pequeñas: 18,700 × promedio \$3M COP = \$56,100 millones COP
- ✓ Medianas: 4,200 × promedio \$20M COP = \$84,000 millones COP
- ✓ Grandes: 450 × promedio \$80M COP = \$36,000 millones COP

Total implementación: \$436,100 millones COP (~\$109 millones USD)

Licencias/Suscripciones Anuales

- ✓ Microempresas: 260,000 × promedio \$1.2M COP = \$312,000 millones COP
- ✓ Pequeñas: 18,700 × promedio \$4M COP = \$74,800 millones COP
- ✓ Medianas: 25,200 (total con CRM) × promedio \$12M COP = \$302,400 millones COP
- ✓ Grandes: 5,550 (total con CRM) × promedio \$50M COP = \$277,500 millones COP

Total licencias anuales: \$966,700 millones COP (~\$242 millones USD)

Servicios de Optimización y Soporte

- ✓ Microempresas: 104,000 (40% de usuarios) × promedio \$0.5M COP = \$52,000 millones COP
- ✓ Pequeñas: 9,350 (50% de usuarios) × promedio \$1.5M COP = \$14,025 millones COP
- ✓ Medianas: 10,500 (50% de usuarios con CRM) × promedio \$10M COP = \$105,000 millones COP
- ✓ Grandes: 2,700 (50% de usuarios con CRM) × promedio \$40M COP = \$108,000 millones COP

Total servicios: \$279,025 millones COP (~\$70 millones USD)

Mercado Total Anual Actual

- **\$1,681,825 millones COP (~\$420 millones USD)**

Proyección de Demanda (2025-2030)

Factores de Crecimiento

1. **Transformación digital acelerada:** Incremento continuo en la digitalización empresarial en Colombia, con 75.7% de penetración de internet y crecimiento anual proyectado de 3-5%.
2. **Mejora en infraestructura:** Aumento de velocidad de internet (24.7% en conexión fija) facilita adopción de soluciones en la nube.
3. **Incremento en uso de smartphones:** Penetración del 69.4% con tendencia creciente, favoreciendo CRM móviles.
4. **Expansión del e-commerce:** Crecimiento del 56.8% en comercio electrónico durante 2020-2021, impulsando necesidad de gestión de clientes.
5. **Presión competitiva:** Empresas adoptan CRM para mantener ventajas competitivas, especialmente post-pandemia

Tasas de Crecimiento Proyectadas

Por Segmento:

- ✓ Microempresas: 12-15% anual
- ✓ Pequeñas: 15-18% anual
- ✓ Medianas: 18-20% anual
- ✓ Grandes: 10-12% anual

Por Tipo de Servicio:

- ✓ Implementación inicial: 15-17% anual
- ✓ Licencias/suscripciones: 18-20% anual
- ✓ Servicios de optimización: 20-25% anual

Por Ciclo de Vida:

- ✓ 2025-2026: Crecimiento acelerado (17-20% anual)
- ✓ 2027-2028: Crecimiento sostenido (14-16% anual)
- ✓ 2029-2030: Maduración del mercado (10-12% anual)

Proyección Monetaria (en millones COP)

Implementación:

- ✓ 2025: \$510,000
- ✓ 2027: \$674,000
- ✓ 2030: \$910,000

Licencias/Suscripciones:

- ✓ 2025: \$1,160,000
- ✓ 2027: \$1,620,000

- ✓ 2030: \$2,320,000

Servicios de Optimización:

- ✓ 2025: \$350,000
- ✓ 2027: \$547,000
- ✓ 2030: \$855,000

Total Mercado:

- ✓ 2025: \$2,020,000 (~\$505 millones USD)
- ✓ 2027: \$2,841,000 (~\$710 millones USD)
- ✓ 2030: \$4,085,000 (~\$1,021 millones USD)

Patrones de Demanda Estacional

El análisis de la demanda de servicios CRM en Colombia muestra ciertos patrones estacionales:

Picos de Demanda:

- ✓ **Q1 (Ene-Mar):** Demanda alta (25-30% del anual) debido a asignación de nuevos presupuestos anuales
- ✓ **Q4 (Oct-Dic):** Demanda alta (28-32% del anual) para proyectos que deben ejecutarse antes del cierre fiscal

Periodos de Menor Demanda:

- ✓ **Q2 (Abr-Jun):** Demanda moderada (20-25% del anual)
- ✓ **Q3 (Jul-Sep):** Demanda más baja (18-22% del anual), coincidiendo con periodo vacacional

Factores que Afectan la Elasticidad de la Demanda

Factores de Alta Elasticidad:

- ✓ Precio (especialmente en microempresas)

- ✓ Complejidad de implementación
- ✓ Requerimientos de infraestructura

Factores de Baja Elasticidad:

- ✓ Calidad del soporte local
- ✓ Funcionalidades de atención al cliente
- ✓ Capacidad de integración con otras herramientas

6.2.1.2 ANÁLISIS DEMOGRÁFICO

Demanda por Ubicación Geográfica

Bogotá: 45% de la demanda nacional (~\$757 mil millones COP)

- ✓ Mayor concentración en servicios financieros, consultoría y tecnología
- ✓ Mayor disposición a invertir en soluciones premium

Medellín: 18% de la demanda nacional (~\$303 mil millones COP)

- ✓ Fuerte demanda en sectores de tecnología y manufactura avanzada
- ✓ Alta valoración de innovación tecnológica

Cali: 10% de la demanda nacional (~\$168 mil millones COP)

- ✓ Concentración en agroindustria y manufactura
- ✓ Mayor sensibilidad al precio

Barranquilla: 8% de la demanda nacional (~\$134 mil millones COP)

- ✓ Fuerte en logística y comercio internacional
- ✓ Crecimiento acelerado en adopción digital

Resto del país: 19% de la demanda nacional (~\$319 mil millones COP)

- ✓ Mayor variabilidad en penetración digital
- ✓ Menor disposición a servicios premium, mayor valoración de soporte

Conclusión sobre la Demanda

La demanda de servicios CRM en Colombia muestra un crecimiento robusto y sostenido, con un mercado actual valorado en aproximadamente \$1.68 billones COP (~\$420 millones USD) y proyecciones de crecimiento que lo llevarían a superar los \$4 billones COP para 2030.

Los principales impulsores de esta demanda son la transformación digital acelerada post-pandemia, el crecimiento del comercio electrónico, y la necesidad de las empresas de optimizar sus relaciones con clientes en un entorno cada vez más competitivo.

Por segmento, la mayor oportunidad volumétrica se encuentra en las microempresas (por cantidad), mientras que el mayor valor por cliente está en los segmentos de empresas medianas y grandes, particularmente en los sectores de servicios y tecnología con sede en las principales ciudades del país.

6.3.1 ESTRUCTURA DEL MERCADO

6.3.1.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR

✓ Representantes de Ventas

Características Demográficas

- **Edad promedio:** 25-40 años
- **Nivel educativo:** Técnico o profesional en áreas comerciales, administración o marketing
- **Experiencia tecnológica:** Media (uso habitual de aplicaciones móviles y herramientas básicas)
- **Dispositivos principales:** Smartphone, laptop, tablet

Comportamiento de Uso

- **Frecuencia de uso:** Diaria (múltiples veces al día)
- **Duración de sesiones:** Cortas y frecuentes (5-15 minutos)
- **Contexto de uso:** Principalmente móvil, en desplazamientos entre clientes

- **Funcionalidades más utilizadas:** Registro de actividades, consulta de información de clientes, actualización de oportunidades

Necesidades Específicas

- Interfaz intuitiva y rápida que no obstaculice su actividad comercial
- Acceso inmediato a la información del cliente antes de reuniones
- Capacidad de registrar actividades y compromisos sobre la marcha
- Sincronización offline para zonas con conectividad limitada
- Integración con herramientas de comunicación (WhatsApp, correo, llamadas)

Puntos de Dolor

- "No tengo tiempo para ingresar toda la información que me piden"
- "La aplicación móvil es lenta o tiene menos funciones que la versión web"
- "El sistema me obliga a completar demasiados campos obligatorios"
- "Pierdo información cuando no tengo buena señal de internet"
- "No puedo encontrar rápidamente lo que necesito del cliente"

Motivadores de Adopción

- Percepción de que el CRM facilita (no complica) su trabajo diario
- Reconocimiento por desempeño visible en el sistema
- Herramientas que ayuden a cerrar más ventas con menos esfuerzo
- Acceso a información que les da ventaja competitiva con el cliente

✓ **Gerentes Comerciales y Supervisores de Ventas**

Características Demográficas

- **Edad promedio:** 35-50 años
- **Nivel educativo:** Profesional con especialización en áreas comerciales o gerenciales
- **Experiencia tecnológica:** Media-alta (familiaridad con herramientas de gestión)

- **Dispositivos principales:** Laptop, smartphone, tablet

Comportamiento de Uso

- **Frecuencia de uso:** Diaria a semanal (sesiones más largas)
- **Duración de sesiones:** 30-60 minutos, enfocadas en análisis
- **Contexto de uso:** Principalmente en oficina, algunas revisiones móviles
- **Funcionalidades más utilizadas:** Informes, reportes de pipeline, seguimiento de actividad del equipo

Necesidades Específicas

- Visibilidad completa del pipeline comercial y pronósticos de ventas
- Capacidad de monitorear actividad y productividad del equipo
- Herramientas para coaching y desarrollo de vendedores
- Reportes personalizables que muestren KPIs relevantes
- Alertas de oportunidades en riesgo o que requieren atención

Puntos de Dolor

- "No confío en los datos porque el equipo no registra toda la información"
- "Los reportes no reflejan nuestro proceso comercial específico"
- "Es difícil identificar en qué etapa se estancan las oportunidades"
- "No puedo personalizar los informes según necesito"
- "Tengo que exportar datos a Excel para hacer los análisis que necesito"

Motivadores de Adopción

- Datos confiables para toma de decisiones e informes más preciso
- Herramientas que evidencian problemas en el proceso de ventas
- Capacidad de demostrar resultados a la dirección de forma clara
- Reducción de tiempo en reuniones de seguimiento y reportes manuales

✓ **Ejecutivos de Servicio al Cliente**

Características Demográficas

- **Edad promedio:** 22-35 años
- **Nivel educativo:** Técnico o tecnólogo, algunos profesionales
- **Experiencia tecnológica:** Media (habitudo a interfaces de centro de atención telefónica)
- **Dispositivos principales:** Computadora de escritorio, auriculares integrados

Comportamiento de Uso

- **Frecuencia de uso:** Constante durante toda la jornada laboral
- **Duración de sesiones:** Continuas, con interacciones de 5-15 minutos por caso
- **Contexto de uso:** Centro de contacto o entorno de oficina estructurado
- **Funcionalidades más utilizadas:** Historial de cliente, gestión de casos, base de conocimiento

Necesidades Específicas

- Acceso instantáneo al historial completo del cliente
- Visualización 180° incluyendo interacciones previas por todos los canales
- Protocolos y guiones de atención integrados al sistema
- Procesos de escalamiento claros y automatizados
- Integración con sistemas de telefonía, chat y correo electrónico

Puntos de Dolor

- "Tengo que saltar entre múltiples sistemas para resolver un caso"
- "No veo las interacciones que el cliente tuvo con ventas o con otros agentes"
- "Los tiempos de carga son lentos y afectan mis métricas de atención"
- "El sistema no me sugiere soluciones basadas en casos similares"
- "Es difícil encontrar información en la base de conocimiento"

Motivadores de Adopción

- Simplificación de su trabajo diario y reducción de estrés
- Herramientas que mejoran sus métricas de satisfacción y tiempo de resolución
- Reconocimiento por resolución efectiva de casos
- Automatización de tareas repetitivas o administrativas

6.3.1.2 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

✓ Profesionales de Marketing

Características Demográficas

- **Edad promedio:** 25-40 años
- **Nivel educativo:** Profesional en marketing, comunicación o áreas afines
- **Experiencia tecnológica:** Alta (familiaridad con múltiples plataformas digitales)
- **Dispositivos principales:** Laptop de alta gama, smartphone, tablet

Comportamiento de Uso

- **Frecuencia de uso:** Regular, pero no constante (varias veces por semana)
- **Duración de sesiones:** Medianas (30-45 minutos), enfocadas en campañas
- **Contexto de uso:** Oficina o trabajo remoto, ambiente creativo
- **Funcionalidades más utilizadas:** Segmentación, campañas de email, análisis de engagement

Necesidades Específicas

- Herramientas avanzadas de segmentación y personalización
- Integración con plataformas de marketing digital y redes sociales
- Automatización de recorrido del cliente y nutrición
- Métricas claras de atribución y ROI de campañas
- Capacidad para pruebas A/B y optimización de contenidos

Puntos de Dolor

- "No puedo segmentar con la granularidad que necesito"
- "Las integraciones con otras plataformas de marketing son limitadas"
- "Es difícil ver el impacto de mis campañas en el ciclo de ventas"
- "El sistema es rígido para implementar recorrido del cliente complejos"
- "No puedo personalizar comunicaciones según el comportamiento del cliente"

Motivadores de Adopción

- Demostración del impacto de marketing en resultados comerciales
- Automatización que reduzca tareas operativas y aumente creatividad
- Herramientas que faciliten la personalización a escala
- Integraciones que creen un ecosistema digital coherente

✓ **Administradores y Analistas de CRM**

Características Demográficas

- **Edad promedio:** 28-45 años
- **Nivel educativo:** Profesional en sistemas, ingeniería o áreas técnicas, algunos con certificaciones específicas
- **Experiencia tecnológica:** Muy alta (conocimientos avanzados de sistemas y datos)
- **Dispositivos principales:** Computadora de alto, múltiples monitores

Comportamiento de Uso

- **Frecuencia de uso:** Diaria, con acceso a funciones avanzadas
- **Duración de sesiones:** Largas (1-3 horas) para configuraciones y análisis
- **Contexto de uso:** Entorno de oficina, trabajo concentrado
- **Funcionalidades más utilizadas:** Configuración de flujos de trabajo, reportes personalizados, gestión de usuarios y permisos

Necesidades Específicas

- Herramientas avanzadas de configuración sin código o con poco código
- Capacidades robustas de importación/exportación de datos
- Flexibilidad para personalizar campos, formularios y procesos
- Opciones de integración con otros sistemas empresariales
- Documentación técnica detallada y soporte especializado

Puntos de Dolor

- "Las limitaciones de personalización me impiden adaptar el sistema a nuestros procesos"
- "La gestión de permisos es compleja y poco granular"
- "Los cambios en producción son riesgosos por falta de entorno de pruebas"
- "Las herramientas de migración de datos son limitadas"
- "La documentación técnica es insuficiente para resolver problemas complejos"

Motivadores de Adopción

- Plataformas con arquitectura flexible y extensible
- Herramientas que balancean personalización y mantenibilidad
- Comunidad activa de desarrolladores y recursos técnicos
- Capacitación especializada y certificaciones reconocidas

✓ **Perfiles por Tamaño de Empresa**

Usuarios en Microempresas

Características distintivas

- **Multirol:** Suelen desempeñar múltiples funciones (ventas + servicio + administración)
- **Recursos limitados:** Tiempo escaso para capacitación y adopción

- **Enfoque pragmático:** Valoran resultados inmediatos sobre funcionalidades avanzadas
- **Adopción selectiva:** Utilizan solo las funcionalidades disponibles

Necesidades específicas

- Simplicidad extrema con mínima curva de aprendizaje
- Funcionalidades esenciales preconfiguradas
- Guías paso a paso y plantillas predefinidas
- Soporte intuitivo y accesible (tutoriales en video, chat)

Comportamiento de uso

- Sesiones cortas y frecuentes (5-10 minutos varias veces al día)
- Mayor uso de aplicaciones móviles
- Preferencia por interfaces visuales sobre analíticas complejas
- Alta sensibilidad a problemas técnicos (abandono rápido si hay dificultades)

✓ **Usuarios en Pequeñas Empresas**

Características distintivas

- **Especialización emergente:** Comienzan a tener roles definidos, pero con solapamientos
- **Limitaciones de tiempo:** Presión por resultados con recursos ajustados
- **Variabilidad en adopción:** Coexistencia de nuevos usuarios y usuarios resistentes
- **Expectativas crecientes:** Mayor exigencia que microempresas, pero presupuesto limitado

Necesidades específicas

- Balance entre simplicidad y funcionalidades crecientes
- Capacitación segmentada por rol (comercial vs. administrativo)
- Plantillas adaptables a su proceso comercial específico

- Soporte con tiempos de respuesta garantizados

Comportamiento de uso

- Combinación de uso diario operativo y análisis semanal
- Distribución equilibrada entre móvil y escritorio (50/50)
- Mayor uso de automatizaciones básicas y reportes estándar
- Adopción gradual de funcionalidades más avanzadas

✓ **Usuarios en Empresas Medianas**

Características distintivas

- **Roles claramente definidos:** Equipos especializados por función
- **Procesos establecidos:** Necesidad de que el CRM se adapte a ellos
- **Expectativas de integración:** Trabajan con múltiples sistemas
- **Cultura de datos emergente:** Valoración creciente de analíticas

Necesidades específicas

- Personalización que refleje sus procesos específicos
- Integraciones con ERP, automatización de marketing
- Capacitación estructurada por departamento
- Opciones de administración delegada por área

Comportamiento de uso

- Uso intensivo en roles comerciales y de servicio
- Sesiones analíticas periódicas para gerencia y dirección
- Mayor uso de informes y reportes personalizados
- Adopción de flujos de trabajo automatizados entre áreas

✓ **Usuarios en Grandes Empresas**

Características distintivas

- **Alta especialización:** Roles muy específicos y definidos
- **Complejidad organizacional:** Múltiples departamentos, geografías, líneas de negocio
- **Exigencias de seguridad:** Requisitos de seguridad, auditoría, gobernanza
- **Madurez analítica:** Valoración de descubrimientos avanzados y predictivos

Necesidades específicas

- Personalización profunda adaptada a cada área
- Robustas integraciones con ecosistema empresarial
- Gestión granular de permisos y visibilidad
- Capacidades analíticas avanzadas y de BI

Comportamiento de uso

- Uso altamente especializado según rol específico
- Mayor dependencia de reportes programados y automatizados
- Uso significativo de APIs y conectores con otros sistemas
- Adopción de funcionalidades avanzadas (IA, análisis predictivo)

✓ **Variaciones por Sector**

Usuarios en Sector Servicios

Perfiles predominantes

- Gestores de cuentas y relaciones a largo plazo
- Consultores y profesionales de servicio
- Coordinadores de proyectos y entregables

Comportamiento distintivo

- Enfoque en el ciclo de vida completo del cliente (no solo venta)

- Mayor valoración de notas detalladas e historial de interacciones
- Uso intensivo de calendarios y seguimiento de compromisos
- Necesidad de vinculación con entregables y facturación

✓ **Usuarios en Sector Tecnología**

Perfiles predominantes

- Representantes de ventas consultivas
- Ingenieros de preventas y soporte técnico
- Administrador del recorrido del cliente

Comportamiento distintivo

- Ventas complejas con múltiples influenciadores
- Alto uso de recursos técnicos (documentación, demos)
- Necesidad de integración con herramientas técnicas (tickets, hojas de ruta)
- Ciclos comerciales largos con muchos puntos de contacto

✓ **Usuarios en Sector Manufactura**

Perfiles predominantes

- Vendedores de canal y distribución
- Gestores de grandes cuentas industriales
- Representantes de servicio técnico

Comportamiento distintivo

- Enfoque en gestión de pedidos e inventario
- Mayor necesidad de información de producto y configuraciones
- Ciclos de recompra y mantenimientos programados
- Integración con sistemas de producción y logística

Factores de Adopción y Resistencia

Facilitadores de Adopción

Factores Tecnológicos

- Interfaces intuitivas con mínima curva de aprendizaje
- Aplicaciones móviles completamente funcionales
- Velocidad y performance consistente
- Automatizaciones que reducen trabajo manual

Factores Organizacionales

- Apoyo visible de la dirección
- Capacitación adaptada a cada perfil de usuario
- Incentivos claros vinculados al uso del sistema
- Implementación gradual

Factores Individuales

- Percepción de beneficio personal directo
- Facilidad para resolver problemas del día a día
- Reconocimiento por adopción y buen uso
- Participación en decisiones de configuración

Barreras de Adopción

Barreras Tecnológicas

- Interfaces complejas o poco intuitivas
- Tiempos de carga lentos o problemas de rendimiento
- Problemas de conectividad o funcionamiento offline
- Exceso de campos obligatorios y pasos requeridos

Barreras Organizacionales

- Falta de tiempo dedicado a capacitación
- Ausencia de políticas claras de uso

- Desalineación con procesos actuales de trabajo
- Cambios frecuentes sin comunicación adecuada

Barreras Individuales

- Percepción de control/vigilancia excesiva
- Resistencia al cambio de hábitos establecidos
- Temor a exposición de bajo desempeño
- Falta de habilidades digitales básicas

Conclusiones sobre el Perfil del Consumidor Final

1. **Diversidad de Usuarios:** Los perfiles de usuarios finales de CRM en Colombia son diversos tanto por rol funcional como por sector y tamaño de empresa, requiriendo estrategias de producto, capacitación y adopción diferenciadas.
2. **Enfoque Móvil Creciente:** La alta penetración de smartphones y la movilidad de equipos comerciales hacen que la experiencia móvil sea crítica, especialmente para representantes de ventas y gerentes en movimiento.
3. **Simplicidad vs. Funcionalidad:** Existe una tensión constante entre la simplicidad de uso (valorada por usuarios operativos) y la riqueza funcional (demandada por analistas y gerentes), requiriendo interfaces adaptativas según el rol.
4. **Barreras Culturales Específicas:** La resistencia al cambio, la preferencia por métodos tradicionales, y la percepción de control excesivo son barreras particulares en el contexto colombiano que requieren estrategias específicas.
5. **Necesidades de Integración:** A medida que aumenta el tamaño de empresa, crece exponencialmente la necesidad de integración con otros sistemas, siendo un factor crítico de adopción para empresas medianas y grandes.

Este análisis centrado en los usuarios finales complementa la visión de los tomadores de decisiones, proporcionando una comprensión integral del mercado desde la perspectiva de quienes interactúan diariamente con la plataforma CRM.

6.4.1 PLAN DE MERCADO

6.4.1.1 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Estrategia de segmentación

Segmentación por tamaño de empresa

- ✓ **Microempresas (1-10 empleados):**
 - Paquetes "inicial" con funcionalidades esenciales
 - Mensajes centrados en facilidad de uso y rápido retorno
 - Precio accesible con modelo de suscripción flexible
- ✓ **Pequeñas Empresas (11-50 empleados):**
 - Soluciones de nivel intermedio con automatizaciones básicas
 - Comunicación enfocada en escalabilidad y organización
 - Planes con capacidad de crecimiento modular
- ✓ **Empresas Medianas (51-200 empleados):**
 - Soluciones completas con personalización sectorial
 - Mensajes centrados en integración y optimización de procesos
 - Planes empresariales con soporte prioritario
- ✓ **Grandes Empresas (más de 200 empleados):**
 - Soluciones corporativas con personalización profunda
 - Comunicación enfocada en seguridad, gobierno y analítica avanzada
 - Contratos a medida con servicios de implementación especializados

Segmentación por sector de industria

- ✓ **Sector Servicios:** Énfasis en gestión de proyectos y seguimiento de clientes
- ✓ **Sector Tecnología:** Enfoque en integración con herramientas técnicas y ciclos de venta complejos
- ✓ **Sector Manufactura:** Centralidad en integración con sistemas de gestión y control de distribuidores
- ✓ **Sector Comercio Minorista:** Prioridad en experiencia multicanal y experiencia de client

Estrategia de posicionamiento

Propuesta de valor diferenciada

- ✓ "Soluciones de gestión de clientes adaptadas a la realidad empresarial colombiana"
- ✓ Enfoque en adaptabilidad cultural y resolución de problemas locales
- ✓ Diferenciación por entendimiento profundo del ecosistema empresarial regional

Elementos clave de posicionamiento

- ✓ **Localización:** Interfaces, documentación y soporte 100% en español colombiano
- ✓ **Accesibilidad:** Opciones para diferentes niveles de madurez digital y presupuestos
- ✓ **Experiencia Local:** Conocimiento de regulaciones, prácticas comerciales y particularidades del mercado
- ✓ **Soporte Cercano:** Asistencia directa por especialistas locales, no centros internacionales
- ✓ **Integraciones Regionales:** Compatibilidad con sistemas populares en Colombia (facturación electrónica, pasarelas de pago locales)

Estrategia de Marketing de Contenidos

Contenido Educativo por Fase del Embudo

- ✓ **Parte Superior del Embudo:**
 - Artículos sobre tendencias en gestión de clientes en Latinoamérica
 - Infografías sobre beneficios de la digitalización en ventas
 - Seminarios virtuales gratuitos sobre experiencia de cliente
- ✓ **Parte Media del Embudo:**
 - Guías detalladas por sector (Gestión de clientes para servicios profesionales, manufactura, etc.)
 - Casos de estudio de empresas colombianas
 - Calculadoras de retorno de inversión específicas para diferentes tamaños de empresa

✓ **Parte Inferior del Embudo:**

- Demostraciones personalizadas por sector
- Consultoría inicial gratuita de evaluación de necesidades
- Pruebas piloto con condiciones especiales

Canales de Distribución de Contenido

- **LinkedIn:** Enfoque empresarial para alcanzar decisores
- **YouTube:** Tutoriales, casos de éxito y entrevistas con clientes
- **WhatsApp Empresarial:** Canal directo para seguimiento y nutrición de prospectos
- **Correo Electrónico:** Secuencias automatizadas por segmento
- **Eventos Presenciales:** Talleres en principales ciudades (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla)

Estrategia de Marketing Digital

Posicionamiento en Buscadores Localizado

- Optimización para palabras claves de búsqueda en español colombiano
- Creación de páginas de destino específicas por sector y tamaño
- Contenido específico sobre integración con sistemas populares en Colombia

Anuncios en Google

- Campañas segmentadas por ubicación geográfica (principales ciudades)
- Anuncios específicos para cada sector de industria
- Remarketing a visitantes que han mostrado interés en páginas específicas

Publicidad en Redes Sociales

- Anuncios en LinkedIn dirigidos a perfiles de decisores por cargo y tamaño de empresa
- Campañas de remarketing en Facebook/Instagram para pequeños empresarios

- Anuncios en YouTube enfocados en educación sobre beneficios de la gestión de clientes

Correo Electrónico

- Segmentación por industria, tamaño y etapa en el ciclo de compra
- Personalización de contenido según comportamiento previo
- Automatización de nutrición de contactos basado en interacciones

Estrategia de Ventas y Aliados

Modelo de Venta Consultiva

- Enfoque en entendimiento de necesidades antes de presentar soluciones
- Diagnóstico inicial gratuito del proceso comercial actual
- Propuestas personalizadas con casos de uso específicos

Programa de Aliados

- Red de consultores certificados en principales ciudades
- Integradores especializados por sector de industria
- Comisiones por referidos y ventas

Incentivos de Venta

- Descuentos por contratación anual vs. mensual
- Precios especiales para primeros adoptantes por sector
- Programas de referidos con beneficios para clientes actuales

Estrategia de Fidelización y Crecimiento

Incorporación Estructurada

- Plan de implementación por fases con objetivos claros
- Capacitación inicial segmentada por rol de usuario
- Verificaciones programadas durante los primeros 90 días

Éxito del Cliente Proactivo

- Asignación de gerente de cuenta para medianas y grandes empresas
- Revisiones trimestrales de uso y adopción
- Recomendaciones personalizadas de optimización

Programa de Comunidad

- Grupos de usuarios por sector
- Eventos exclusivos para clientes
- Plataforma para compartir mejores prácticas

Estrategia de Venta Adicional/Complementaria

- Identificación proactiva de oportunidades de ampliación
- Recomendaciones basadas en patrones de uso similares
- Pilotos gratuitos de módulos complementarios

6.4.1.2 MODELO DE NEGOCIO CANVAS

✓ Segmentos de Clientes

- **Microempresas colombianas** (1-10 empleados)
 - Propietarios/gerentes generales con necesidad de organizar ventas
 - Principalmente en servicios profesionales, comercio y tecnología
 - Con operaciones en principales ciudades
- **Pequeñas empresas** (11-50 empleados)
 - Gerentes comerciales buscando estructurar procesos
 - Empresas en fase de crecimiento y profesionalización
 - Con equipos de ventas emergentes
- **Empresas medianas** (51-200 empleados)
 - Directores comerciales/marketing con necesidades de integración
 - Compañías con múltiples departamentos interrelacionados
 - Con mayor madurez digital y disponibilidad presupuestal
- **Grandes empresas** (más de 200 empleados)
 - Directores de Tecnología y transformación digital
 - Corporaciones con necesidades complejas y personalizadas
 - Con requerimientos de seguridad y cumplimiento normativo

✓ **Propuesta de Valor**

- **Para microempresas:**
 - "Gestión de clientes simple que organiza tus contactos desde el primer día"
 - Implementación en 24 horas sin conocimientos técnicos
 - Acceso desde cualquier dispositivo, enfoque móvil
- **Para pequeñas empresas:**
 - "Profesionaliza tu proceso comercial y no pierdas oportunidades"
 - Automatización de seguimientos y recordatorios
 - Visibilidad completa del embudo de ventas para mejor previsión
- **Para empresas medianas:**
 - "Integra y optimiza toda tu experiencia de cliente"
 - Personalización a procesos específicos de la empresa
 - Analítica avanzada para toma de decisiones estratégicas
- **Para grandes empresas:**
 - "Transformación digital integral de las relaciones con clientes"
 - Integraciones complejas con ecosistema empresarial
 - Gobierno de datos y seguridad de nivel corporativo

✓ **Canales**

Canales de Comunicación y Marketing

- Sitio web optimizado con chat en vivo
- Portal de contenidos específico para Colombia
- Seminarios virtuales y eventos online por sector
- Redes sociales corporativas (LinkedIn, YouTube)
- Correo electrónico segmentado

Canales de Venta

- Equipo comercial directo para medianas y grandes
- Plataforma de autoservicio para micro y pequeñas
- Red de aliados y consultores certificados
- Alianzas con asociaciones sectoriales

Canales de Distribución

- Plataforma en la nube con aprovisionamiento automático
- Equipo de implementación para proyectos complejos
- Mercado de integraciones y extensiones

Canales de Soporte

- Portal de ayuda en español colombiano
- Soporte por chat/WhatsApp para consultas rápidas
- Mesa de ayuda telefónica en horario local
- Comunidad online de usuarios

✓ **Relación con el Cliente**

Adquisición

- Marketing digital personalizado por segmento
- Eventos presenciales en principales ciudades
- Pruebas gratuitas con acompañamiento inicial
- Demostraciones personalizadas por sector

Incorporación

- Plan estructurado de implementación y adopción
- Academias de formación por rol de usuario
- Plantillas preconfiguradas por sector
- Acompañamiento inicial intensivo

Retención y Crecimiento

- Programa de Éxito del Cliente proactivo
- Revisiones periódicas de uso y valor
- Comunidad exclusiva de clientes
- Hoja de ruta de producto compartida y cocreada

Fidelización

- Programa de lealtad con beneficios incrementales
- Reconocimiento de clientes pioneros por sector
- Eventos exclusivos para directivos
- Acceso anticipado a nuevas funcionalidades

✓ Fuentes de Ingresos

Modelos de Precio

- **Suscripción:** Pago mensual/anual por usuario
- **Servicios Profesionales:** Implementación, capacitación, personalización
- **Soporte Premium:** Niveles mejorados de atención y acuerdos de nivel de servicio
- **Consultoría Estratégica:** Optimización de procesos comerciales

Estructura de Precios

- **Plan Básico:** Para microempresas, funcionalidades esenciales
- **Plan Profesional:** Para pequeñas, con automatizaciones básicas
- **Plan Empresarial:** Para medianas, con personalización y analítica
- **Plan Corporativo:** Para grandes, con funcionalidades avanzadas

Modelos de Facturación

- Facturación anticipada con descuentos por pago anual
- Opciones de crecimiento escalonado para empresas en expansión
- Paquetes de implementación según complejidad
- Planes de capacitación por volumen de usuarios

✓ Recursos Clave

Recursos Tecnológicos

- Plataforma de gestión de clientes robusta y escalable

- Infraestructura en la nube segura y localizada
- Herramientas de desarrollo para personalización
- Interfaces de programación y conectores para integración

Recursos Humanos

- Equipo comercial especializado por segmento
- Consultores de implementación certificados
- Especialistas en éxito del cliente
- Desarrolladores para adaptaciones locales

Recursos Intelectuales

- Metodologías de implementación por sector
- Base de conocimiento de mejores prácticas locales
- Plantillas y configuraciones preestablecidas
- Propiedad intelectual de desarrollos específicos

Recursos Físicos

- Oficinas en principales ciudades de Colombia
- Centros de capacitación y demostración
- Infraestructura para eventos y talleres

✓ Actividades Clave

Desarrollo de Producto

- Adaptación de plataforma a necesidades locales
- Desarrollo de integraciones con sistemas colombianos
- Creación de plantillas por industria
- Mantenimiento y actualización continua

Marketing y Ventas

- Generación de contenido educativo contextualizado
- Eventos y seminarios virtuales por sector
- Prospección y calificación segmentada

- Proceso consultivo de venta

Implementación y Soporte

- Incorporación estructurada por tamaño y complejidad
- Migración de datos desde sistemas actuales
- Capacitación específica por perfil de usuario
- Soporte técnico y funcional continuo

Éxito del Cliente

- Monitoreo de adopción y uso
- Identificación proactiva de oportunidades
- Acompañamiento estratégico
- Gestión de renovaciones y crecimiento

✓ Alianzas Clave

Aliados Tecnológicos

- Integradores de sistemas de gestión locales
- Plataformas de facturación electrónica colombiana
- Proveedores de servicios complementarios (marketing, inteligencia de negocios)
- Directorios y portales empresariales

Aliados de Distribución

- Consultoras de transformación digital
- Agencias de marketing digital
- Firmas de consultoría por sector
- Asociaciones gremiales y cámaras de comercio

Aliados Estratégicos

- Instituciones educativas para formación
- Líderes de opinión del sector empresarial
- Entidades gubernamentales de apoyo empresarial

- Organizaciones de fomento tecnológico

Ecosistema de Desarrollo

- Comunidad de desarrolladores certificados
- Agencias de implementación especializadas
- Creadores de contenido técnico
- Proveedores de soluciones complementarias

✓ **Estructura de Costos**

Costos Fijos

- Licencias de plataforma base
- Infraestructura en la nube y servidores
- Salarios de personal esencial (desarrollo, soporte, éxito del cliente)
- Oficinas y espacios físicos

Costos Variables

- Comisiones por ventas
- Costos de adquisición de clientes
- Implementaciones y configuraciones personalizadas
- Desarrollo específico por cliente

Economías de Escala

- Reducción de costo por usuario al crecer base instalada
- Amortización de desarrollos locales entre múltiples clientes
- Eficiencias operativas en soporte y atención
- Reutilización de plantillas y configuraciones

Inversiones Estratégicas

- Desarrollo de funcionalidades específicas para Colombia
- Creación de contenido educativo por segmento
- Eventos y actividades de posicionamiento
- Certificaciones y capacitación de personal

Interrelación entre estrategias de marketing y modelo de negocio

Las estrategias de marketing definidas están directamente alineadas con los elementos del modelo de negocio Canvas:

1. **Segmentación:** Define los segmentos de clientes del Canvas y orienta la propuesta de valor específica para cada uno.
2. **Posicionamiento:** Configura la propuesta de valor central y cómo se comunica a través de los distintos canales.
3. **Marketing de Contenidos:** Establece actividades clave y alimenta los canales de comunicación definidos en el Canvas.
4. **Marketing Digital:** Determina canales específicos y estructura de costos asociada a la adquisición de clientes.
5. **Ventas y Aliados:** Define las alianzas clave y aspectos importantes de la relación con clientes.
6. **Fidelización:** Establece elementos cruciales de la relación con clientes y potencia fuentes de ingresos recurrentes.

Este plan de mercado integra coherentemente las estrategias tácticas con el modelo de negocio representado en el Canvas, asegurando que todas las acciones de marketing estén alineadas con la propuesta de valor y orientadas a los segmentos específicos del mercado colombiano de gestión de relaciones con clientes.

6.5.1 MODELADO DE NEGOCIOS

6.5.1.1 ALIADOS CLAVE

Aliado Principal: HubSpot

- ✓ **Relación con HubSpot**
 - Estatus de Partner certificado de HubSpot
 - Acceso al programa de partners con beneficios escalables
 - Certificaciones oficiales del equipo en diversas especializaciones
 - Acceso anticipado a nuevas funcionalidades y actualizaciones
 - Soporte prioritario y canal directo con el equipo de HubSpot

- Participación en eventos y programas de co-marketing
- Acceso a recursos educativos y materiales de venta

Aliados Tecnológicos Complementarios

✓ **Integradores para HubSpot**

- Proveedores de ERP locales con conectores a HubSpot (Siesa, Helisa, World Office)
- Plataformas de facturación electrónica integrables con HubSpot
- Pasarelas de pago colombianas que puedan conectarse al ecosistema HubSpot
- Proveedores de herramientas complementarias del Marketplace de HubSpot

✓ **Desarrolladores Especializados**

- Desarrolladores certificados en la API de HubSpot
- Especialistas en migraciones de datos hacia HubSpot
- Expertos en personalización avanzada de HubSpot
- Agencias de desarrollo para integraciones a medida

Aliados Comerciales

✓ **Red de Referidores**

- Consultores de marketing digital no especializados en HubSpot
- Agencias de diseño web y desarrollo que no ofrecen implementación de CRM
- Asesores empresariales independientes
- Consultores financieros y de mejora de procesos

✓ **Socios de Co-marketing**

- Otras agencias partners de HubSpot con especialidades complementarias

- Proveedores de soluciones complementarias certificadas para HubSpot
- Agencias de marketing digital que no compitan en CRM
- Empresas de capacitación empresarial

Aliados Estratégicos

✓ **Asociaciones Empresariales**

- Cámaras de Comercio (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla)
- ACOPI (Asociación Colombiana de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas)
- Colombia Fintech (para soluciones del sector financiero)
- Cluster de Software y TI de los territorios

6.5.1.2 ACTIVIDADES CLAVE

Servicios de Implementación y Optimización de HubSpot

✓ **Implementación de HubSpot**

- Configuración inicial de HubSpot según las necesidades del cliente
- Personalización de la plataforma para el contexto colombiano
- Creación de flujos de trabajo adaptados a procesos locales
- Migración de datos desde sistemas anteriores hacia HubSpot
- Configuración de integraciones con sistemas locales
- Diseño de reportes y dashboards personalizados
- Implementación por hubs (Marketing, Sales, Service, CMS, Operations)

✓ **Optimización y Mantenimiento**

- Auditorías periódicas de uso de HubSpot
- Optimización de flujos y automatizaciones

- Limpieza y enriquecimiento de bases de datos
- Actualización a nuevas versiones y funcionalidades
- Resolución de problemas técnicos
- Mejora continua basada en métricas de uso

Capacitación y Adopción

✓ **Formación Especializada**

- Programas de capacitación por rol y nivel de usuario
- Entrenamientos específicos por plan de HubSpot
- Certificaciones internas para administradores
- Talleres prácticos para casos de uso específicos
- Formación continua sobre nuevas funcionalidades
- Materiales educativos en español colombiano

✓ **Gestión del Cambio**

- Estrategias de adopción para equipos resistentes
- Programas de juegos internos
- Medición y seguimiento de adopción
- Incentivos y reconocimientos para usuarios activos
- Comunicación interna sobre beneficios y mejores prácticas
- Acompañamiento en la transición desde sistemas anteriores

Marketing y Ventas

✓ **Generación de Demanda**

- Creación de contenido especializado sobre HubSpot para el mercado colombiano
- Eventos y webinars sobre mejores prácticas con HubSpot

- Casos de éxito locales de implementación de HubSpot
- Campañas de marketing digital enfocadas en HubSpot
- Co-marketing con HubSpot para eventos locales
- Demostraciones personalizadas por sector

✓ **Ventas Consultivas**

- Diagnóstico de necesidades y adecuación con soluciones HubSpot
- Presentaciones personalizadas por industria
- Demos específicas por Hub según necesidades
- Construcción de propuestas de valor con ROI detallado
- Negociación de licenciamiento HubSpot óptimo
- Acompañamiento en ciclo de compra de HubSpot

Desarrollo de Expertise

✓ **Especialización Continua**

- Certificación constante del equipo en nuevas funcionalidades
- Investigación de mejores prácticas globales de HubSpot
- Desarrollo de metodologías propias de implementación
- Experimentación con funcionalidades avanzadas
- Participación en beta testing de nuevas herramientas
- Documentación de conocimiento especializado

6.5.1.3 PRODUCTOS/SERVICIOS

Implementación de HubSpot por plan

✓ **HubSpot Marketing Hub**

- Implementación de estrategias de generación de leads
- Configuración de flujos de nutrición de prospectos

- Diseño y optimización de landing pages
 - Configuración de formularios y pop-ups
 - Implementación de estrategias de email marketing
 - Configuración de lead scoring
 - Integración con redes sociales y publicidad digital
- ✓ **HubSpot Sales Hub**
- Configuración de pipeline de ventas adaptado al mercado colombiano
 - Implementación de secuencias de ventas automatizadas
 - Configuración de reuniones y agendamiento
 - Implementación de plantillas de propuestas y documentos
 - Automatización de seguimiento a oportunidades
 - Configuración de reportes de ventas
 - Integración con herramientas de telefonía local
- ✓ **HubSpot Service Hub**
- Configuración de mesa de ayuda y ticketing
 - Implementación de base de conocimiento
 - Configuración de encuestas de satisfacción
 - Diseño de flujos de atención al cliente
 - Implementación de chat en vivo
 - Configuración de SLAs y acuerdos de nivel de servicio
 - Integración con canales de servicio locales (WhatsApp, redes sociales)
- ✓ **HubSpot CMS Hub**
- Diseño y desarrollo de sitios web con CMS de HubSpot
 - Creación de plantillas personalizadas

- Implementación de estrategias de SEO local
- Configuración de blogs y recursos descargables
- Personalización de experiencia web según comportamiento
- Implementación de integraciones con formularios y CRM
- Desarrollo de portales de clientes personalizados

✓ **HubSpot Operations Hub**

- Implementación de sincronización de datos bidireccional
- Configuración de automatizaciones avanzadas
- Implementación de soluciones de limpieza de datos
- Diseño de flujos de trabajo entre sistemas
- Programación de datos personalizados
- Configuración de reportes avanzados
- Integración con sistemas locales específicos

Servicios Especializados

✓ **Migración a HubSpot**

- Evaluación de sistemas actuales
- Planificación de migración por fases
- Limpieza y preparación de datos
- Migración estructurada con validación
- Implementación paralela durante transición
- Formación específica para usuarios antiguos
- Soporte post-migración intensivo

✓ **Integración de HubSpot**

- Integración con ERPs locales

- Conexión con sistemas de facturación electrónica colombiana
- Integraciones con plataformas de e-commerce
- Conexión con pasarelas de pago locales
- Integraciones con herramientas de contabilidad
- Desarrollo de conectores personalizados
- Mantenimiento de integraciones

✓ **Estrategia y Consultoría**

- Diagnóstico de madurez digital comercial
- Diseño de hoja de ruta de implementación de HubSpot
- Consultoría estratégica de procesos comerciales
- Definición de KPIs y métricas de éxito
- Optimización de procesos con HubSpot
- Auditorías de rendimiento de la plataforma
- Planificación de crecimiento y expansión en HubSpot

Paquetes de Servicio por Segmento

✓ **Paquete para Microempresas**

- Implementación básica de HubSpot Starter
- Configuración de procesos esenciales
- Capacitación intensiva inicial
- Soporte por 3 meses post-implementación
- Plantillas básicas preconfiguradas
- Migración de datos sencilla
- Check-ins mensuales de adopción

- ✓ **Paquete para Pequeñas Empresas**
 - Implementación de HubSpot Professional
 - Configuración de automatizaciones intermedias
 - Programa completo de capacitación
 - Soporte por 6 meses post-implementación
 - Integraciones con sistemas comunes
 - Migración estructurada de datos
 - Revisiones trimestrales de optimización
- ✓ **Paquete para Empresas Medianas**
 - Implementación completa multi-Hub de HubSpot
 - Configuración avanzada con flujos complejos
 - Programa extensivo de gestión del cambio
 - Soporte prioritario por 12 meses
 - Integraciones personalizadas
 - Migración compleja de múltiples fuentes
 - Gerente de éxito dedicado
- ✓ **Paquete para Grandes Empresas**
 - Implementación de HubSpot Enterprise
 - Soluciones de alta personalización e integración
 - Programa de transformación digital completo
 - Soporte premium 24/7
 - Desarrollo de soluciones a medida
 - Estrategia de migración por fases
 - Equipo dedicado de proyecto y soporte

Modelos de Servicio Continuo

✓ **Planes de Soporte HubSpot**

- Soporte técnico en español local
- Resolución de incidencias
- Mantenimiento preventivo
- Actualizaciones programadas
- Respaldo de configuraciones
- Consultas ilimitadas
- Tiempos de respuesta garantizados

✓ **Planes de Éxito Continuo**

- Consultor de éxito asignado
- Revisiones periódicas de uso
- Optimización continua de procesos
- Capacitación de actualización
- Recomendaciones proactivas
- Reportes de valor y ROI
- Planificación estratégica continua

6.5.1.4 RELACIONES CON CLIENTES

Adquisición e Incorporación

✓ **Relación Educativa**

- Contenido especializado sobre HubSpot para el mercado colombiano
- Evaluación gratuita de adecuación a HubSpot
- Seminarios introductorios a las capacidades de HubSpot
- Demostraciones personalizadas por Hub

- Pruebas de concepto con datos reales
- Casos de éxito locales con HubSpot

✓ **Proceso de Onboarding**

- Plan estructurado de implementación de HubSpot
- Reunión de lanzamiento con objetivos claros
- Configuración inicial guiada de HubSpot
- Migración asistida de datos a HubSpot
- Capacitación inicial por roles de usuario
- Acompañamiento intensivo en primeras semanas
- Verificaciones programadas de adopción

Servicio y Soporte

✓ **Soporte Especializado en HubSpot**

- Mesa de ayuda experta en HubSpot
- Resolución de problemas técnicos en la plataforma
- Consultoría sobre mejores prácticas
- Actualizaciones sobre nuevas funcionalidades
- Comunidad local de usuarios de HubSpot
- Biblioteca de recursos específicos
- Escalamiento directo a HubSpot cuando sea necesario

✓ **Autoservicio y Recursos**

- Portal de conocimiento de HubSpot en español
- Videos tutoriales contextualizados
- Guías paso a paso para tareas comunes

- Foros de discusión para usuarios locales
- Plantillas y recursos descargables
- Biblioteca de casos de uso por industria
- Calendario de webinars y eventos

Éxito del Cliente

✓ **Gestión Proactiva**

- Monitoreo de uso de la plataforma HubSpot
- Identificación temprana de problemas de adopción
- Recomendaciones para maximizar el ROI
- Alertas sobre funcionalidades subutilizadas
- Optimización continua de configuraciones
- Benchmarking con implementaciones similares
- Medición de impacto en objetivos de negocio

✓ **Desarrollo y Crecimiento**

- Asesoría para expansión a otros Hubs de HubSpot
- Recomendaciones de actualización de nivel (Starter > Professional > Enterprise)
- Identificación de oportunidades de integración
- Estrategias para usuarios avanzados
- Optimización de automatizaciones existentes
- Plan de crecimiento del ecosistema HubSpot
- Evaluaciones periódicas de madurez digital

Comunidad y Compromiso

✓ **Programa de Comunidad HubSpot**

- Grupos locales de usuarios de HubSpot
- Eventos exclusivos para clientes
- Sesiones de intercambio de mejores prácticas
- Programa de clientes referentes
- Reconocimiento a implementaciones destacadas
- Acceso a eventos especiales de HubSpot
- Red de contactos entre usuarios de la plataforma

✓ **Fidelización y Renovación**

- Gestión proactiva de renovaciones de licencias
- Optimización previa a renovaciones
- Demostraciones de valor obtenido
- Revisión de uso y aprovechamiento
- Asesoría en presupuestos anuales
- Descuentos por renovación anticipada
- Beneficios por antigüedad como cliente

6.1.5.1.5 NICHOS DE MERCADO

Segmentación por Nivel de HubSpot

✓ **Usuarios de HubSpot Starter**

- Perfil: Microempresas y emprendimientos en crecimiento
- Necesidades: Implementación básica, rápido valor, eficiencia en costos
- Servicios destacados: Configuración esencial, capacitación intensiva, plantillas predefinidas

- Propuesta de valor: "Maximiza tu inversión en HubSpot Starter con nuestra implementación optimizada"
- Potencial: Aproximadamente 2,000-3,000 clientes actuales y potenciales en Colombia

✓ **Usuarios de HubSpot Professional**

- Perfil: Pequeñas y medianas empresas con procesos definidos
- Necesidades: Automatización intermedia, integración básica, personalización moderada
- Servicios destacados: Configuración avanzada, automatizaciones, integraciones estándar
- Propuesta de valor: "Libera todo el potencial de HubSpot Professional con nuestra implementación estratégica"
- Potencial: Aproximadamente 1,000-1,500 clientes actuales y potenciales en Colombia

✓ **Usuarios de HubSpot Enterprise**

- Perfil: Medianas y grandes empresas con necesidades complejas
- Necesidades: Personalización profunda, integraciones múltiples, gobierno de datos
- Servicios destacados: Implementación a medida, integraciones complejas, estrategia omnicanal
- Propuesta de valor: "Transforma tu negocio con una implementación Enterprise de HubSpot totalmente adaptada"
- Potencial: Aproximadamente 300-500 clientes actuales y potenciales en Colombia

Segmentación por Sector de Industria

✓ **Servicios Profesionales**

- Perfil: Consultorías, despachos jurídicos, contadores, arquitectos

- Necesidades específicas con HubSpot: Gestión de proyectos, facturación por horas, pipeline consultivo
- Configuraciones especiales: Plantillas de propuestas, seguimiento de entregables, gestión de retainers
- Propuesta de valor: "HubSpot optimizado para firmas de servicios profesionales colombianas"
- Potencial: Aproximadamente 800-1,200 empresas del sector en Colombia

✓ **Tecnología y SaaS**

- Perfil: Desarrolladores de software, servicios digitales, startups tech
- Necesidades específicas con HubSpot: Nutrición técnica, ciclos de venta consultiva
- Configuraciones especiales: Integraciones con sistemas de producto, métricas SaaS, automatización avanzada
- Propuesta de valor: "Potencia tu empresa tecnológica con HubSpot implementado para maximizar conversión y retención"
- Potencial: Aproximadamente 500-700 empresas del sector en Colombia

✓ **Comercio y Retail**

- Perfil: E-commerce, tiendas físicas, distribuidores
- Necesidades específicas con HubSpot: Integración con tienda online, automatización de carritos abandonados
- Configuraciones especiales: Conectores con plataformas e-commerce, segmentación por comportamiento de compra
- Propuesta de valor: "Aumenta tus ventas online y offline con HubSpot integrado a tu ecosistema comercial"
- Potencial: Aproximadamente 600-900 empresas del sector en Colombia

✓ **Educación Superior**

- Perfil: Universidades, centros de formación, escuelas de negocios

- Necesidades específicas con HubSpot: Gestión de admisiones, nutrición de prospectos, seguimiento de egresados
- Configuraciones especiales: Integración con sistemas académicos, workflow de admisión, segmentación por programas
- Propuesta de valor: "HubSpot especialmente configurado para el ciclo completo de admisión y relación con estudiantes"
- Potencial: Aproximadamente 200-300 instituciones en Colombia

Nichos Especializados

✓ **Empresas en Migración desde Otros CRM**

- Perfil: Organizaciones insatisfechas con su CRM actual (Salesforce, Microsoft, otros)
- Necesidades específicas: Migración segura, preservación de datos, procesos de transición
- Servicios destacados: Metodología de migración probada, implementación paralela, gestión del cambio
- Propuesta de valor: "Migración sin dolor a HubSpot con preservación total de tus datos y procesos"
- Potencial: Aproximadamente 300-500 empresas en fase de evaluación de cambio en Colombia

✓ **Multinacionales con Operación en Colombia**

- Perfil: Empresas globales con equipos locales en Colombia
- Necesidades específicas: Adaptación a procesos globales con particularidades locales
- Servicios destacados: Implementación alineada con estándares globales, adaptación a normativas locales
- Propuesta de valor: "HubSpot implementado bajo estándares globales con adaptación al mercado colombiano"
- Potencial: Aproximadamente 150-300 multinacionales con necesidades de CRM local

✓ **Agencias de Marketing en Expansión a CRM**

- Perfil: Agencias digitales que quieren ofrecer servicios de CRM con HubSpot
- Necesidades específicas: Capacitación, partnership, soporte en implementaciones
- Servicios destacados: Programa de capacitación para agencias, co-implementación, soporte de segunda línea
- Propuesta de valor: "Expande tu agencia al mercado de CRM con nuestro respaldo como especialistas en HubSpot"
- Potencial: Aproximadamente 100-200 agencias de marketing digital en Colombia

✓ **Empresas con Equipos Comerciales Remotos/Híbridos**

- Perfil: Organizaciones con fuerza de ventas distribuida geográficamente
- Necesidades específicas: Coordinación remota, visibilidad en tiempo real, gestión móvil
- Servicios destacados: Configuración optimizada para trabajo remoto, dashboards en tiempo real, integración móvil
- Propuesta de valor: "HubSpot configurado para maximizar la productividad de equipos comerciales remotos"
- Potencial: Aproximadamente 400-600 empresas con esta estructura en Colombia

6.1.6 ANÁLISIS DE SEGMENTOS DE MERCADO

6.1.6.1 SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA

La segmentación psicográfica clasifica a los clientes según características psicológicas, valores, actitudes, intereses y estilos de vida, lo que permite un enfoque más profundo que la mera segmentación demográfica o por tamaño de empresa.

✓ **Segmento: Innovadores Digitales**

Perfil Psicográfico:

- **Valores dominantes:** Innovación, vanguardia tecnológica, crecimiento acelerado
- **Actitud hacia la tecnología:** Entusiastas tempranos, disfrutan experimentando nuevas soluciones
- **Estilo de toma de decisiones:** Ágil, dispuestos a asumir riesgos calculados
- **Aspiraciones empresariales:** Disrumpir mercados, escalar rápidamente, ser referentes en su sector
- **Personalidad organizacional:** Dinámica, horizontal, adaptativa

Características Específicas:

- Buscan constantemente optimizar procesos mediante tecnología
- Valoran la flexibilidad y escalabilidad por encima de la tradición
- Alta receptividad a nuevos enfoques de gestión de clientes
- Prefieren partners que hablen su mismo "lenguaje digital"
- Dispuestos a invertir en herramientas que demuestren retorno claro

Representantes Típicos:

- Startups tecnológicos
- Agencias digitales en crecimiento
- Divisiones de innovación de empresas tradicionales
- E-commerce nativos digitales
- Empresas con liderazgo joven y visión tecnológica

Motivaciones para Adoptar HubSpot:

- Automatización que libere tiempo para tareas estratégicas

- Integración con su ecosistema digital existente
- Analítica avanzada para toma de decisiones basada en datos
- Escalabilidad para acompañar su crecimiento acelerado
- Herramientas que potencien equipos remotos o distribuidos

✓ **Segmento: Transformadores Organizacionales**

Perfil Psicográfico:

- **Valores dominantes:** Eficiencia, profesionalización, competitividad
- **Actitud hacia la tecnología:** Pragmáticos, buscan soluciones probadas
- **Estilo de toma de decisiones:** Consultivo, basado en referencias y casos de éxito
- **Aspiraciones empresariales:** Modernizar la organización, optimizar recursos, mejorar posición competitiva
- **Personalidad organizacional:** En transición, combinando estructuras tradicionales con nuevos enfoques

Características Específicas:

- Reconocen limitaciones de sus métodos actuales, pero son cautelosos con el cambio
- Buscan equilibrio entre innovación y estabilidad
- Valoran el acompañamiento y la formación en el proceso de adopción
- Necesitan validación constante del retorno de inversión
- Preocupados por la reacción del equipo ante cambios tecnológicos

Representantes Típicos:

- Empresas familiares en proceso de profesionalización
- Compañías tradicionales enfrentando competencia digital

- Organizaciones en fase de relevo generacional
- Empresas en expansión que han superado capacidad de gestión manual
- Compañías con nuevos líderes impulsando modernización

Motivaciones para Adoptar HubSpot:

- Sistematización de procesos que actualmente son manuales o desconectados
- Visibilidad y control sobre el pipeline comercial
- Preservación del conocimiento sobre clientes ante rotación de personal
- Mejorar comunicación entre departamentos
- Profesionalizar la imagen frente a clientes y competidores

✓ **Segmento: Optimizadores de Rendimiento**

Perfil Psicográfico:

- **Valores dominantes:** Excelencia operativa, mejora continua, orientación a resultados
- **Actitud hacia la tecnología:** Analítica, enfocada en métricas y optimización
- **Estilo de toma de decisiones:** Estructurado, basado en datos y análisis costo-beneficio
- **Aspiraciones empresariales:** Maximizar eficiencia, aumentar margen, crecer sosteniblemente
- **Personalidad organizacional:** Metódica, disciplinada, orientada a procesos

Características Específicas:

- Alta valoración de la medición y análisis de resultados
- Buscan constantemente eficiencias operativas
- Enfoque en optimización de costos y maximización de recursos existentes

- Preocupación por la calidad y consistencia de datos
- Requieren demostraciones concretas antes de comprometerse

Representantes Típicos:

- Empresas con cultura de mejora continua
- Organizaciones con liderazgo enfocado en datos
- Compañías en mercados altamente competitivos con márgenes ajustados
- Empresas con departamentos comerciales estructurados
- Organizaciones con experiencia previa en implementación de sistemas

Motivaciones para Adoptar HubSpot:

- Optimización del costo de adquisición de clientes
- Mejora en tasas de conversión del embudo comercial
- Predicción más precisa de resultados
- Identificación de ineficiencias en procesos comerciales
- Medición de retorno sobre inversión de actividades de marketing

✓ **Segmento: Centrados en el Cliente**

Perfil Psicográfico:

- **Valores dominantes:** Satisfacción del cliente, personalización, relaciones duraderas
- **Actitud hacia la tecnología:** Humano-céntrica, tecnología como habilitador de conexiones
- **Estilo de toma de decisiones:** Empático, considerando impacto en la experiencia del cliente
- **Aspiraciones empresariales:** Ser referentes en experiencia de cliente, construir fidelidad

- **Personalidad organizacional:** Colaborativa, orientada al servicio, comunicativa

Características Específicas:

- Preocupación genuina por la satisfacción y retención de clientes
- Alta valoración de retroalimentación y voz del cliente
- Búsqueda de personalización en interacciones con clientes
- Interés en construir relaciones a largo plazo, no solo transacciones
- Disposición a invertir en mejorar puntos de contacto con clientes

Representantes Típicos:

- Empresas de servicios premium o personalizados
- Compañías con modelos de negocio basados en suscripción
- Organizaciones con alta dependencia de recompra o referidos
- Sectores donde la confianza del cliente es crítica (financiero, salud, educación)
- Empresas que compiten por diferenciación, no por precio

Motivaciones para Adoptar HubSpot:

- Visión unificada del cliente a través de todos los departamentos
- Personalización de comunicaciones según perfil y comportamiento
- Mejora en satisfacción y experiencia del cliente
- Detección temprana de clientes en riesgo de abandono
- Fortalecimiento de relaciones post-venta

6.1.6.2 MARKETING PERSONALIZADO

Basado en la segmentación psicográfica identificada, cada segmento requiere una estrategia de marketing personalizada que resuene con sus valores, motivaciones y forma de tomar decisiones.

✓ **Marketing para Innovadores Digitales**

Mensaje Central: "Acelera tu crecimiento con HubSpot implementado con la agilidad y visión que tu empresa digital necesita"

Enfoque de Contenidos:

- Énfasis en innovación y capacidades de vanguardia de HubSpot
- Contenido técnico profundo sobre integraciones y automatización avanzada
- Casos de estudio de startups y empresas digitales con crecimiento acelerado
- Enfoque en escalabilidad y adaptabilidad de la plataforma
- Demostraciones interactivas de funcionalidades avanzadas

Canales Preferentes:

- Webinars técnicos y demostraciones en vivo
- LinkedIn y Twitter para distribución de contenido
- Eventos de innovación y coworking
- Comunidades digitales y grupos tecnológicos
- Podcasts sobre transformación digital

Tono y Estilo:

- Dinámico y directo
- Enfoque técnico y específico
- Lenguaje actual con términos del ecosistema digital
- Comunicación visual moderna con énfasis en datos y resultados

- Mensajes breves, impactantes y orientados a acción

Formato de Venta:

- Demostraciones enfocadas en funcionalidades técnicas avanzadas
- Ciclo de venta corto con propuestas ágiles
- Pruebas de concepto rápidas con datos reales
- Presentación de equipo técnico especializado
- Énfasis en flexibilidad de implementación

✓ **Marketing para Transformadores Organizacionales**

Mensaje Central: "Moderniza tu organización con HubSpot, implementado con el balance perfecto entre innovación y estabilidad"

Enfoque de Contenidos:

- Contenido educativo sobre beneficios de la transformación digital
- Testimonios y casos de éxito de empresas similares en proceso de modernización
- Guías paso a paso sobre transición desde sistemas tradicionales
- Énfasis en gestión del cambio y adopción por equipos
- Calculadoras de ROI y herramientas de evaluación de readiness

Canales Preferentes:

- Eventos presenciales y mesas redondas con referentes de industria
- Cámaras de comercio y asociaciones sectoriales
- Email marketing con secuencias educativas
- Publicaciones en medios tradicionales de negocios
- Seminarios ejecutivos y almuerzos de trabajo

Tono y Estilo:

- Profesional y equilibrado
- Lenguaje accesible sin tecnicismos excesivos
- Énfasis en seguridad y reducción de riesgos
- Comunicación basada en historias de transformación
- Mensajes que abordan preocupaciones y objeciones comunes

Formato de Venta:

- Diagnóstico detallado de situación actual
- Demostración de casos de éxito similares y referencias
- Presentación de plan de implementación por etapas
- Énfasis en acompañamiento y capacitación
- Construcción de consenso entre diferentes stakeholders

✓ Marketing para Optimizadores de Rendimiento

Mensaje Central: "Maximiza el retorno de cada peso invertido en ventas y marketing con HubSpot implementado con precisión analítica"

Enfoque de Contenidos:

- Estudios detallados con métricas y resultados cuantificables
- Puntos de referencia por industria y análisis comparativos
- Contenido enfocado en optimización de procesos específicos
- Guías sobre medición avanzada y análisis de performance
- Webinars sobre mejores prácticas de eficiencia operativa

Canales Preferentes:

- Informes analíticos detallados por correo
- Webinars técnicos con demostraciones de reportería

- LinkedIn con contenido de valor basado en datos
- Colaboraciones con consultoras de eficiencia y procesos
- Eventos especializados por sector con enfoque en métricas

Tono y Estilo:

- Preciso y analítico
- Respaldo por datos y estadísticas
- Enfocado en resultados medibles
- Comunicación visual con gráficos y tableros
- Mensajes estructurados con argumentación clara

Formato de Venta:

- Análisis detallado de ineficiencias actuales con métricas concretas
- Presentaciones con proyecciones de mejora cuantificadas
- Demostraciones enfocadas en capacidades analíticas y reportería
- Propuestas con objetivos medibles y KPIs definidos
- Énfasis en optimización continua post-implementación

✓ **Marketing para Centrados en el Cliente**

Mensaje Central: "Eleva la experiencia de tus clientes con HubSpot implementado para conocerlos profundamente y sorprenderlos en cada interacción"

Enfoque de Contenidos:

- Historias de transformación en experiencia de cliente
- Guías sobre personalización y comunicación relevante
- Contenido sobre construcción de relaciones duraderas
- Estudios de satisfacción de cliente y retención

- Mejores prácticas en mapa del recorrido del cliente y puntos de contacto

Canales Preferentes:

- Eventos experienciales que modelen la experiencia deseada
- Casos de estudio en video con testimonios de clientes finales
- Email marketing altamente personalizado
- Workshops de trabajo y experiencia

Tono y Estilo:

- Empático y cercano
- Centrado en personas, no solo en procesos
- Uso de historias y narrativas emocionales
- Comunicación visual con énfasis en experiencias humanas
- Mensajes inspiradores que evocan conexión

Formato de Venta:

- Análisis de planes actual del cliente y puntos de fricción
- Demostraciones desde la perspectiva del cliente final
- Presentación de historias de éxito con métricas de satisfacción
- Propuestas enfocadas en mejora de experiencia, no solo eficiencia
- Involucrar a representantes de servicio al cliente en proceso de venta

6.1.6.3 ESTRATEGIAS DE MARKETING PERSONALIZADO POR ETAPA DEL

CICLO DE COMPRA

Además de personalizar por segmento psicográfico, es crucial adaptar el marketing según la etapa en que se encuentra el prospecto.

✓ **Etapas de Conciencia del Problema**

Para Innovadores Digitales:

- Contenidos disruptivos sobre tendencias futuras en gestión de clientes
- Alertas sobre limitaciones de crecimiento sin sistemas escalables
- Puntos de referencia de startups exitosas que utilizan CRM avanzado

Para Transformadores Organizacionales:

- Diagnósticos de madurez digital con recomendaciones personalizadas
- Historias de empresas tradicionales que han perdido competitividad
- Guías sobre señales de que los procesos manuales están limitando el crecimiento

Para Optimizadores de Rendimiento:

- Calculadoras de costo de ineficiencias en procesos comerciales
- Análisis de pérdidas por falta de seguimiento adecuado
- Comparativas de performance entre empresas con y sin CRM

Para Centrados en el Cliente:

- Estudios sobre expectativas actuales de clientes en era digital
- Análisis de puntos de fricción comunes en experiencia del cliente
- Encuestas sobre razones de abandono de clientes

✓ **Etapas de Consideración de Soluciones**

Para Innovadores Digitales:

- Comparativas técnicas entre diferentes plataformas

- Demostraciones de capacidades de integración y API
- Webinars sobre automatización avanzada con HubSpot

Para Transformadores Organizacionales:

- Guías de evaluación de plataformas CRM para su contexto
- Testimonios de empresas similares que han implementado HubSpot
- Webinars sobre proceso de transición y gestión del cambio

Para Optimizadores de Rendimiento:

- Análisis detallado de ROI por funcionalidad de HubSpot
- Comparativas de costo-beneficio entre diferentes soluciones
- Casos de estudio con métricas precisas de mejora

Para Centrados en el Cliente:

- Demostraciones de personalización y segmentación en HubSpot
- Ejemplos de mapas del recorrido del cliente implementados con la plataforma
- Historias de mejora en NPS y satisfacción con HubSpot

✓ **Etapas de Decisión**

Para Innovadores Digitales:

- Sesiones técnicas profundas con desarrolladores
- Propuestas de implementación acelerada
- Pruebas de concepto con datos reales de su negocio

Para Transformadores Organizacionales:

- Presentaciones con plan detallado de transición y formación

- Reuniones con referencias de su mismo sector
- Propuestas con fases claramente definidas y riesgos mitigados

Para Optimizadores de Rendimiento:

- Presentaciones con modelos financieros detallados de mejora
- Propuestas con garantías de performance y SLAs claros
- Demostraciones personalizadas con sus KPIs actuales

Para Centrados en el Cliente:

- Simulaciones de mapas del recorrido del cliente con su marca en HubSpot
- Propuestas enfocadas en puntos críticos de experiencia
- Sesiones conjuntas con equipos de atención al cliente

Tácticas de Personalización Avanzada

Para llevar el marketing personalizado al siguiente nivel, se implementarán técnicas avanzadas basadas en comportamiento y perfil psicográfico:

Personalización de Sitio Web

- Contenido dinámico según perfil psicográfico detectado
- Casos de estudio filtrados automáticamente por sector y tamaño
- Llamados a la acción específicos para cada segmento
- Chatbot con preguntas y respuestas adaptadas al perfil

Email Marketing Hiperpersonalizado

- Secuencias automatizadas según comportamiento y perfil
- Personalización de contenido, tono y frecuencia
- Testing A/B continuo para optimizar resonancia por segmento
- Envío inteligente en horarios de mayor engagement por perfil

Contenido Interactivo Adaptativo

- Calculadoras de ROI con parámetros específicos por segmento
- Evaluaciones de madurez digital con recomendaciones personalizadas
- Configurador de solución HubSpot según necesidades específicas
- Tests interactivos que refinan la comprensión del perfil psicográfico

Eventos a Medida

- Workshops específicos para cada perfil psicográfico
- Mesas redondas sectoriales con temas relevantes por segmento
- Demostraciones personalizadas por caso de uso principal
- Eventos VIP para subsegmentos de alto valor

Retargeting Psicográfico

- Anuncios de remarketing con mensajes adaptados al perfil
- Secuencias de anuncios que evolucionan según interacciones previas
- Ofertas específicas basadas en barreras de adopción identificadas
- Contenido complementario que responda a objeciones específicas del segmento

Esta segmentación psicográfica y marketing personalizado permite alcanzar mayor resonancia con cada potencial cliente, abordando sus motivaciones profundas y no solo sus características demográficas o de industria, optimizando así la efectividad de todas las acciones de marketing para la consultoría de HubSpot en Colombia.

6.1.7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

6.1.7.1 IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES

Competidores por Nivel de Certificación HubSpot

Nivel Elite

✓ Triario

- Único partner Elite en Colombia
- Ubicación: Envigado (área de Medellín)
- Tamaño: 50-99 empleados

Nivel Diamond

✓ Increnta

- Principal partner Diamond
- Ubicación: Bogotá + presencia internacional
- Tamaño: Más de 200 profesionales en todas sus ubicaciones
- Alcance: México, Perú, Ecuador y España

Nivel Platinum/Gold

✓ Impulse

- Ubicación: Bogotá
- Especialización: Arquitectura CRM personalizada
- Destacado por: Implementación rápida

✓ X3Media

- Ubicación: Bogotá
- Tamaño: 11-50 empleados
- Enfoque: Marketing digital especializado

✓ AMD Marketing Digital

- Ubicación: Bogotá (atiende Cali y otras ciudades)

- Enfoque: Estrategias de marketing inbound
- ✓ **RevOps LATAM**
 - Ubicación: Colombia (ubicación específica no identificada)
 - Enfoque: Operaciones de ingresos (Revenue Operations)

Competidores No Certificados

- ✓ **Freelancers especializados**
 - Principalmente en Bogotá y Medellín
 - Variado rango de experiencia y tarifas
- ✓ **Agencias independientes**
 - SUBE Digital Agency (Bogotá)
 - Tuatara | Boutique Marketing Agency
 - Allmarket Marketing Agency (Bogotá)
 - IM Digital Factory
 - Betr Marketing (Bogotá)

6.1.7.2 DIFERENCIACIÓN POR SERVICIOS OFRECIDOS

- ✓ **Implementación y Soporte Técnico**
 - **Triario:** Implementación completa, soporte técnico avanzado, integraciones API complejas
 - **Impulse:** Migraciones de datos e implementación rápida (1-90 días)
 - **Freelancers:** Implementaciones básicas y personalizaciones limitadas
- ✓ **Marketing Digital**
 - **Increnta:** Automatización de marketing avanzada, estrategia integral

- **X3Media:** SEO, SEM y marketing de contenidos especializado
- **AMD Marketing Digital:** Flujos de comunicación automatizados
- ✓ **Consultoría Estratégica**
 - **RevOps LATAM:** Consultoría en Revenue Operations y alineación de equipos
 - **Increnta:** Consultoría en ecosistemas digitales completos
 - **Triario:** Consultoría en integraciones tecnológicas
- ✓ **Desarrollo Web**
 - **Increnta:** Desarrollo web con integración CRM
 - **AMD Marketing Digital:** Desarrollo web orientado a conversión
 - **Tuatara:** Desarrollo web con implementación HubSpot

Diferenciación por Especializaciones Técnicas

- ✓ **Integraciones Avanzadas**
 - **Triario:** Integraciones API con múltiples plataformas
 - **Impulse:** Especialistas en integración de sistemas y desarrollo de API
 - **RevOps LATAM:** Integración entre herramientas de ventas, marketing y servicio
- ✓ **CRM y Automatización**
 - **Triario:** Implementación avanzada de HubSpot CRM
 - **Increnta:** Experiencia con HubSpot, Salesforce y Oracle
 - **RevOps LATAM:** Auditoría de CRM y optimización de procesos
- ✓ **SEO y Marketing Digital**
 - **X3Media:** SEO, SEM y marketing de contenidos

- **Triario:** SEO y publicidad digital como parte de servicios integrales
- **AMD Marketing Digital:** SEO orientado a resultados

Diferenciación por Ventajas Competitivas

✓ **Experiencia y Reconocimiento**

Triario:

- "Partner del Año" por mayor MRR vendido en su región
- Más de 10 años como partner de HubSpot
- Único partner Elite del país

Increta:

- Uno de los primeros Partners Diamond en Latinoamérica
- Amplio alcance geográfico internacional
- Experiencia multisectorial

✓ **Especialización Técnica**

Impulse:

- Framework propio para escalar ingresos
- Arquitectos especializados en integraciones
- Implementación rápida (1-90 días)

RevOps LATAM:

- Profesionales certificados como HubSpot Trainer
- Metodología de Revenue Operations
- Alineación de equipos comerciales

✓ **Enfoque Estratégico**

X3Media:

- Generación de leads cualificados
- Tecnología Salestech especializada

AMD Marketing Digital:

- Combinación de creatividad y analítica
- Múltiples certificaciones (Google, HubSpot, Facebook, Meta)

✓ **Diferenciación por Estructura de Costos**

Nivel Premium

Triario: Como único partner Elite, probablemente los servicios más costosos

Incrementa: Precios premium por su alcance multinacional y nivel Diamond

Costo Medio

Partners Gold/Platinum: Impulse, X3Media, AMD, RevOps LATAM

- Balance entre experiencia certificada y costos
- Servicios especializados a precios más accesibles que los partners Elite/Diamond

✓ **Alternativas Económicas**

Freelancers:

- Consultores juniors (menos de 2 años): \$15-25/hora
- Consultores intermedios (2-5 años): \$25-35/hora
- Consultores senior (más de 5 años): \$35-40/hora
- 30-50% menos costosos que especialistas estadounidenses

Agencias no asociadas:

- Betr Marketing: aproximadamente \$100/hora
- Otras agencias: tarifas variables según servicios

✓ **Diferenciación por Cobertura Geográfica**

Eje Medellín

Triario:

- Sede principal en Envigado/Medellín
- Cobertura nacional a pesar de su origen antioqueño

Eje Bogotá

Increnta, Impulse, X3Media, AMD Marketing Digital:

- Operaciones centralizadas en Bogotá
- X3Media: Carrera 45 # 108-27, Torre 2, oficina 1302
- Increnta: Avenida Carrera 19 No. 100-12, Oficina 201

Cobertura Regional

- **Increnta:**
 - Presencia en México, Perú, Ecuador y España
 - Mayor proyección internacional entre todos los competidores

✓ **Diferenciación por Tamaño de Empresa y Capacidad**

Empresas Grandes

- **Increnta:** Más de 200 profesionales en todas sus ubicaciones
- **Triario:** 50-99 empleados, equipo multidisciplinario

Empresas Medianas

- **X3Media:** 11-50 empleados según LinkedIn
- **AMD Marketing Digital, Impulse, RevOps:** Empresas de tamaño medio

✓ **Consultores Independientes**

- **Freelancers:** Operaciones individuales o micro equipos

- **Agencias boutique:** Equipos pequeños especializados

✓ **Diferenciación por Industrias Atendidas**

Enfoque Multi-industria

- **Triario e Increnta:** Experiencia en múltiples sectores
- **La mayoría de partners:** Sin especialización vertical fuerte

Algunas especializaciones por sector

- **Comercio electrónico:** Triario, Impulse
- **Servicios financieros:** Triario
- **Educación:** Impulse

✓ **Diferenciación en Flexibilidad Contractual**

Contratos Estructurados

Partners Elite/Diamond: Probablemente contratos con términos más rígidos

Agencias establecidas: Contratos con mínimos y condiciones establecidas

Flexibilidad Alta

Freelancers:

- Sin requisitos de contratos mínimos
- Mayor adaptabilidad en estructura de facturación
- Comunicación directa con el especialista

Agencias boutique:

- Mayor flexibilidad que los partners grandes
- Adaptación a necesidades específicas

6.1.8 ESTRATEGIAS

6.1.8.1 MERCADOS

Participación en ferias y convenios

- ✓ **Ferias tecnológicas y de marketing digital:** Participar en eventos clave en Medellín y otras ciudades colombianas como Colombia 4.0, eCommerce Summit & Expo, y HubSpot User Groups (HUGs) para aumentar visibilidad y generar contactos cualificados.
- ✓ **Convenios con instituciones educativas:** Establecer alianzas con universidades como la Institución Universitaria Pascual Bravo para ofrecer talleres sobre CRM y marketing digital, creando así una cantera de talento y ampliando la red de contactos con futuros profesionales.
- ✓ **Alianzas estratégicas con partners de HubSpot:** Colaborar con otros partners de HubSpot en Colombia que tengan servicios complementarios y no competitivos (por ejemplo, especializados en contenido o desarrollo web) para ofrecer soluciones integrales y referenciarse mutuamente.
- ✓ **Convenios con asociaciones empresariales:** Formar parte de clústeres tecnológicos y cámaras de comercio en Medellín para acceder a redes de empresas que puedan necesitar servicios de implementación y soporte de HubSpot.

Distribución: Canales como Instagram, ferias y página web

- ✓ **Presencia digital optimizada:**
 - Instagram empresarial con enfoque en casos de éxito visuales y testimonios de clientes
 - LinkedIn como plataforma principal para contenido B2B y captación de leads
 - Página web optimizada para SEO con blog especializado en implementación de HubSpot en el contexto colombiano
 - Canal de YouTube con tutoriales y demostraciones para empresas locales

✓ **Marketing de contenidos localizado:**

- Crear guías específicas para empresas colombianas sobre implementación de HubSpot
- Desarrollar webinars mensuales sobre casos de uso adaptados al mercado local
- Producir podcasts con entrevistas a empresarios locales que han implementado CRM
- Compartir plantillas y recursos gratuitos adaptados a necesidades específicas de empresas en Medellín

✓ **Programa de referidos:**

- Incentivos para clientes que recomienden a Sky Blue (descuentos en servicios, horas de consultoría gratuitas)
- Comisiones para profesionales y consultores independientes que refieran clientes
- Alianzas con agencias de marketing digital que no ofrezcan servicios de HubSpot

Precio: Determinación basada en costos

✓ **Estructura de precios diferenciada:**

- Microempresas (1-10 empleados): Paquetes básicos desde \$2-3 millones COP
- Pequeñas empresas (11-50 empleados): Implementaciones intermedias \$5-12 millones COP
- Medianas empresas (51-200 empleados): Soluciones personalizadas \$15-30 millones COP
- Empresas grandes: Implementaciones a medida con presupuestos personalizados

✓ **Modelos de cobro flexibles:**

- Pago único por implementación + mantenimiento mensual opcional

- Modalidad de suscripción mensual para soporte continuo
- Paquetes de horas de consultoría para servicios específicos
- Descuentos por contratación anual vs. mensual
- ✓ **Optimización y reutilización de recursos:**
 - Desarrollo de plantillas prediseñadas para diferentes sectores (reutilizables)
 - Creación de módulos de capacitación estandarizados que se puedan personalizar
 - Automatización de procesos internos para reducir costos operativos
 - Trabajo remoto para optimizar gastos de oficina

Promoción: Estrategias según contexto y evento

- ✓ **Marketing digital segmentado:**
 - Campañas en LinkedIn dirigidas a profesionales de marketing y ventas en Medellín
 - Google Ads con palabras específicas sobre implementación de HubSpot en Colombia
 - Email marketing personalizado por sector y tamaño de empresa
 - Remarketing para visitantes que han mostrado interés en servicios específicos
- ✓ **Contenido educativo estratégico:**
 - Serie de webinars gratuitos "HubSpot para empresas colombianas"
 - Guías descargables sobre implementación exitosa de CRM en diferentes sectores
 - Blog con artículos específicos sobre el mercado local y casos de éxito
 - Videos tutoriales en español adaptados al contexto empresarial de Medellín

✓ **Eventos y activaciones:**

- Workshops mensuales gratuitos para prospectos potenciales
- Desayunos ejecutivos con tomadores de decisiones
- Participación como ponentes en eventos empresariales locales
- Demo days donde los prospectos puedan ver HubSpot en acción

✓ **Alianzas estratégicas de promoción:**

- Colaboraciones con influencers del ámbito empresarial local
- Comarketing con HubSpot para eventos en Colombia
- Publicaciones conjuntas con partners estratégicos
- Presencia en medios especializados del sector tecnológico y empresarial

Servicio: Convenios comerciales e institucionales

✓ **Programa de excelencia en servicio:**

- Asignación de consultor dedicado para cada cliente
- Seguimiento proactivo post-implementación
- Check-ins mensuales para evaluar adopción y uso
- Soporte técnico con tiempos de respuesta garantizados

✓ **Formación continua:**

- Academia Sky Blue para clientes con cursos regulares sobre nuevas funcionalidades
- Certificación interna para usuarios avanzados de HubSpot
- Sesiones de actualización trimestrales sobre nuevas versiones
- Biblioteca de recursos y documentación personalizada por cliente

✓ **Comunidad de usuarios:**

- Grupo exclusivo para clientes Sky Blue donde compartir mejores prácticas
- Eventos networking entre clientes del mismo sector
- Foro de preguntas y respuestas moderado por especialistas
- Sesiones de intercambio de experiencias entre usuarios

✓ **Convenios exclusivos:**

- Acuerdos con la Cámara de Comercio de Medellín para programas especiales
- Alianzas con aceleradoras e incubadoras para startups
- Colaboraciones con parques tecnológicos y hubs de innovación
- Programas especiales para empresas del sector textil, manufactura y tecnológico (principales en Medellín)

Estas estrategias están diseñadas específicamente para posicionar a Sky Blue como la consultora especializada en implementación y soporte de HubSpot líder en Medellín, con un enfoque en entender las necesidades específicas del mercado local y proporcionar soluciones adaptadas al contexto empresarial colombiano.

6.1.9 PROYECCIÓN DE VENTAS

6.1.9.1 ANÁLISIS DE PROYECCIÓN DE VENTAS

Tabla 2: Base de partida (estimación a 5 años con 5 clientes x año):

| Categoría de Servicio | Proyección Año 1 |
|----------------------------------|--------------------------|
| Implementación de HubSpot | \$180,000,000 COP |
| Soporte y mantenimiento | \$72,000,000 COP |
| Capacitación | \$48,000,000 COP |
| Total Anual | \$300,000,000 COP |

Fuente: elaboración propia

Tabla 3: Proyección de crecimiento con incremento anual del 20%:

| Año | Ingresos Proyectados | Incremento vs. Año Anterior |
|-------|----------------------|-----------------------------|
| Año 1 | \$300,000,000 COP | Base inicial |
| Año 2 | \$360,000,000 COP | +\$60,000,000 COP |
| Año 3 | \$432,000,000 COP | +\$72,000,000 COP |
| Año 4 | \$518,400,000 COP | +\$86,400,000 COP |
| Año 5 | \$622,080,000 COP | +\$103,680,000 COP |

Fuente: elaboración propia

Tabla 4: Análisis de la Proyección por Categoría de Servicio

Desglose detallado por categoría de servicio con incremento del 20% anual.
Implementación de HubSpot (60% de ingresos)

| Año | Proyección | % de Crecimiento |
|-------|-------------------|------------------|
| Año 1 | \$180,000,000 COP | Base inicial |
| Año 2 | \$216,000,000 COP | +20% |
| Año 3 | \$259,200,000 COP | +20% |
| Año 4 | \$311,040,000 COP | +20% |
| Año 5 | \$373,248,000 COP | +20% |

Fuente: elaboración propia

Tabla 5: Soporte y Mantenimiento (24% de ingresos)

| Año | Proyección | % de Crecimiento |
|-------|-------------------|------------------|
| Año 1 | \$72,000,000 COP | Base inicial |
| Año 2 | \$86,400,000 COP | +20% |
| Año 3 | \$103,680,000 COP | +20% |

| | | |
|--------------|-------------------|------|
| Año 4 | \$124,416,000 COP | +20% |
| Año 5 | \$149,299,200 COP | +20% |

Fuente: elaboración propia

Tabla 6: Capacitación (16% de ingresos)

| Año | Proyección | % de Crecimiento |
|--------------|-------------------|-------------------------|
| Año 1 | \$48,000,000 COP | Base inicial |
| Año 2 | \$57,600,000 COP | +20% |
| Año 3 | \$69,120,000 COP | +20% |
| Año 4 | \$82,944,000 COP | +20% |
| Año 5 | \$99,532,800 COP | +20% |

Fuente: elaboración propia

Tabla 7: Proyección de Clientes Nuevos por Año

Estimación de adquisición de clientes con ticket promedio inicial de \$15,000,000 COP para implementación

| Año | Clientes Nuevos | Clientes Acumulados | Ingresos por Nuevos Clientes |
|--------------|------------------------|----------------------------|-------------------------------------|
| Año 1 | 12 | 12 | \$180,000,000 COP |
| Año 2 | 14 | 26 | \$216,000,000 COP |
| Año 3 | 17 | 43 | \$259,200,000 COP |
| Año 4 | 21 | 64 | \$311,040,000 COP |
| Año 5 | 25 | 89 | \$373,248,000 COP |

Fuente: elaboración propia

Tabla 8: Proyección de Ingresos Recurrentes (Soporte y Mantenimiento)

Basado en una tasa de retención del 80% de clientes para servicios continuos

| Año | Clientes con Soporte | Ingresos Recurrentes |
|-------|----------------------|----------------------|
| Año 1 | 10 | \$72,000,000 COP |
| Año 2 | 21 | \$86,400,000 COP |
| Año 3 | 34 | \$103,680,000 COP |
| Año 4 | 51 | \$124,416,000 COP |
| Año 5 | 72 | \$149,299,200 COP |

Fuente: elaboración propia

Factores Clave para Lograr el Crecimiento del 20% Anual

- ✓ **Expansión geográfica:** Iniciar en Medellín y expandirse progresivamente a Bogotá, Cali y otras ciudades principales.
- ✓ **Diversificación de servicios:** Incorporación de nuevos servicios complementarios como:
 - Servicios de marketing de contenidos para HubSpot
 - Desarrollo de integraciones personalizadas
 - Implementación de chatbots y herramientas de IA en HubSpot
- ✓ **Estrategia de escalamiento de clientes:** Aumentar el valor del cliente a lo largo del tiempo:
 - Año 1: Implementación básica
 - Años 2-3: Ampliación a módulos adicionales
 - Años 4-5: Integración avanzada con otros sistemas
- ✓ **Estrategias comerciales para alcanzar objetivos:**
 - Programa de referidos que genere 30% de nuevos clientes
 - Alianzas estratégicas con otras empresas de servicios complementarios

- Eventos mensuales de captación de leads (presenciales y virtuales)
- Campañas de marketing digital con conversión mínima del 3%

Tabla 9: Indicadores de Seguimiento para la Proyección

| Indicador | Meta Mensual | Meta Anual |
|--------------------------------|---------------------|-------------------|
| Leads cualificados | 50 | 600 |
| Demostraciones | 20 | 240 |
| Propuestas presentadas | 10 | 120 |
| Nuevos clientes | 1-2 | 12-25 (según año) |
| Tasa de conversión | 10-15% | 10-15% |
| Ticket promedio | \$15,000,000 COP | - |
| LTV (Valor del cliente) | \$36,000,000 COP | - |

Fuente: elaboración propia

Plan de Acción para Garantizar el Crecimiento del 20%

- ✓ **Trimestre 1 de cada año:**
 - Revisar cartera de clientes y establecer metas de upselling
 - Lanzar campaña de captación de nuevos clientes
 - Implementar programa de fidelización para clientes actuales
- ✓ **Trimestre 2 de cada año:**
 - Evaluación de nuevos servicios potenciales
 - Campaña de generación de referidos
 - Eventos de networking con clientes potenciales
- ✓ **Trimestre 3 de cada año:**
 - Revisión de mitad de año y ajuste de estrategias

- Intensificación de marketing digital
 - Exploración de nuevos segmentos de mercado
- ✓ **Trimestre 4 de cada año:**
- Campaña de cierre para alcanzar objetivos anuales
 - Planificación estratégica para el año siguiente
 - Revisión de precios y paquetes de servicios

Esta proyección de ventas con incremento anual del 20% representa un crecimiento ambicioso pero alcanzable para Sky Blue, considerando el potencial del mercado de servicios HubSpot en Colombia y las estrategias específicas diseñadas para captar y retener clientes en este nicho.

6.2.1 PLAN OPERATIVO

6.2.1.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO/SERVICIO

Tabla 10: Información General

| Aspecto | Descripción |
|-----------------------------|--|
| Nombre del Servicio | Implementación y Soporte Especializado de HubSpot |
| Descripción General | Servicio profesional de implementación, configuración, optimización y soporte continuo de la plataforma HubSpot CRM, adaptado a las necesidades específicas de empresas colombianas. |
| Modalidad de Entrega | Consultoría presencial y remota, implementación técnica, capacitación y soporte continuo |
| Dirigido a | Empresas colombianas (micro, pequeñas, medianas y grandes) que buscan optimizar sus procesos de marketing, ventas y servicio al cliente |
| Cobertura Geográfica | Medellín (inicial), con expansión planificada a Bogotá, Cali y otras ciudades |

| | |
|---------------------------------|--|
| Tiempo de Implementación | Entre 2 semanas y 3 meses (según tamaño y complejidad) |
|---------------------------------|--|

Fuente: elaboración propia

Tabla 11: Componentes del Servicio

| Componente | Descripción | Periodicidad |
|-------------------------------|--|---------------------------|
| Diagnóstico Inicial | Evaluación de la situación actual, procesos comerciales, necesidades y objetivos | Una sola vez (inicio) |
| Plan de Implementación | Diseño de la estrategia de implementación, configuración y migración | Una sola vez (inicio) |
| Configuración Técnica | Instalación, configuración y personalización de HubSpot según necesidades | Fase inicial |
| Migración de Datos | Transferencia de información desde sistemas antiguos hacia HubSpot | Fase inicial |
| Capacitación | Formación al equipo del cliente en el uso efectivo de la plataforma | Inicial + periódica |
| Soporte Técnico | Resolución de incidencias, dudas y problemas técnicos | Continuo (según contrato) |
| Optimización | Mejora continua de procesos, automatizaciones y reportería | Trimestral o semestral |

Fuente: elaboración propia

Tabla 12: Niveles de Servicio

| Nivel | Dirigido a | Características | Tiempo Estimado | Inversión Aproximada |
|---------------|---------------|--|-----------------|----------------------|
| Básico | Microempresas | Implementación esencial, configuración básica, | 2-3 semanas | \$2-5 millones COP |

| | | | | |
|-------------------|-------------------|--|-------------|----------------------|
| | | capacitación inicial, soporte por 3 meses | | |
| Estándar | Pequeñas empresas | Implementación completa, automatizaciones intermedias, integración básica, capacitación extendida, soporte por 6 meses | 4-6 semanas | \$5-12 millones COP |
| Premium | Medianas empresas | Implementación avanzada, automatizaciones complejas, integraciones múltiples, capacitación por departamentos, soporte por 12 meses | 2-3 meses | \$15-30 millones COP |
| Enterprise | Grandes empresas | Implementación a medida, arquitectura compleja, integraciones avanzadas, capacitación intensiva, soporte dedicado | 3+ meses | \$30+ millones COP |

Fuente: elaboración propia

Tabla 13: Garantías y Acuerdos de Nivel de Servicio (SLA)

| Aspecto | Nivel Básico | Nivel Estándar | Nivel Premium | Nivel Enterprise |
|----------------------------|--------------|----------------|---------------|------------------|
| Tiempo de respuesta | 24 horas | 12 horas | 8 horas | 4 horas |

| | | | | |
|-------------------------------|-------------|-------------|------------------|----------------|
| Soporte | L-V 9am-5pm | L-V 8am-6pm | L-V 7am-7pm | 24/7 |
| Garantía de servicios | 30 días | 60 días | 90 días | 120 días |
| Revisiones programadas | No incluido | Trimestral | Mensual | Semanal |
| Consultor asignado | Compartido | Compartido | Dedicado parcial | Dedicado total |

Fuente: elaboración propia

✓ **Requisitos Técnicos para el Cliente**

- Conexión a internet estable (mínimo 5Mbps)
- Dispositivos compatibles con navegadores modernos (Chrome, Firefox, Safari)
- Disponibilidad de personal clave para fases de implementación y capacitación
- Acceso a sistemas actuales para migración de datos (cuando aplique)
- Definición clara de objetivos, procesos y responsables internos

6.2.1.2 ACTIVIDADES PRIMARIAS

✓ **Logística de Entrada**

Captación de Clientes

- **Proceso de adquisición:** Implementación de estrategias de marketing digital, eventos presenciales, y referidos para captar clientes potenciales.
- **Calificación de leads:** Sistema de puntuación para identificar prospectos con mayor potencial de conversión.

- **Gestión de consultas iniciales:** Protocolo de respuesta para solicitudes de información y demostraciones.
- **Diagnóstico preliminar:** Evaluación inicial gratuita para entender necesidades básicas del cliente.

✓ **Recopilación de Información**

- **Entrevistas con stakeholders:** Sesiones estructuradas con personal clave del cliente para entender necesidades.
- **Auditoría de procesos actuales:** Documentación de flujos de trabajo existentes que serán replicados o mejorados en HubSpot.
- **Evaluación de datos:** Análisis de estructura, calidad y volumen de información a migrar.
- **Identificación de integraciones:** Mapeo de sistemas existentes que deberán conectarse con HubSpot.

✓ **Gestión de Recursos**

- **Asignación de equipo:** Selección de consultores según perfil del proyecto y experiencia requerida.
- **Planificación de capacidad:** Calendario de disponibilidad para garantizar recursos adecuados por proyecto.
- **Preparación de herramientas:** Configuración de ambientes de trabajo y accesos necesarios.
- **Aprovisionamiento de licencias:** Gestión de adquisición de licencias HubSpot según plan contratado.

6.2.1.3 OPERACIONES

✓ **Fase de Planificación**

- **Kickoff del proyecto:** Reunión inicial para establecer objetivos, alcance, cronograma y responsabilidades.

- **Diseño de arquitectura:** Definición de estructura de propiedades, objetos y relaciones en HubSpot.
- **Plan de migración:** Estrategia detallada para transferencia de datos desde sistemas actuales.
- **Mapa de integraciones:** Especificación técnica de conexiones con otras plataformas.
- **Diseño de automatizaciones:** Planificación de workflows y secuencias automatizadas.

✓ **Fase de Implementación Técnica**

- **Configuración base de HubSpot:** Setup inicial de la plataforma según plan adquirido.
- **Personalización de propiedades:** Creación de campos personalizados, listas y vistas.
- **Desarrollo de pipeline:** Configuración de etapas de venta y criterios de avance.
- **Implementación de formularios:** Creación y configuración de formularios de captura.
- **Configuración de plantillas:** Desarrollo de plantillas de email, páginas y documentos.
- **Desarrollo de integraciones:** Programación de conectores con sistemas externos.
- **Configuración de dashboards:** Creación de reportes y paneles de control personalizados.

✓ **Fase de Migración de Datos**

- **Extracción:** Obtención de datos desde sistemas actuales.
- **Transformación:** Limpieza, normalización y estructuración de datos.
- **Carga:** Importación de información a HubSpot.
- **Validación:** Verificación de integridad y completitud de datos migrados.

- **Limpieza:** Corrección de errores y duplicados post-migración.

- ✓ **Fase de Automatización**
 - **Implementación de workflows:** Configuración de flujos de trabajo automatizados.
 - **Secuencias de ventas:** Configuración de seguimientos automáticos para vendedores.
 - **Reglas de puntuación:** Implementación de lead scoring basado en comportamiento.
 - **Segmentación:** Creación de listas dinámicas para personalización.
 - **Alertas y notificaciones:** Configuración de avisos automáticos para eventos clave.

- ✓ **Fase de Pruebas**
 - **Pruebas unitarias:** Verificación individual de cada componente configurado.
 - **Pruebas de integración:** Validación de comunicación entre sistemas.
 - **Pruebas de usuario:** Validación con usuarios finales antes del lanzamiento.
 - **Pruebas de carga:** Verificación de performance con volúmenes reales.
 - **Correcciones:** Ajustes basados en resultados de pruebas.

- ✓ **Logística de Salida**

Capacitación

- **Entrenamiento por roles:** Sesiones específicas según función del usuario (administradores, vendedores, marketing, servicio).
- **Talleres prácticos:** Ejercicios reales en ambiente de producción.
- **Documentación personalizada:** Manuales adaptados a los procesos específicos del cliente.

- **Certificación básica:** Validación de conocimientos adquiridos por usuarios clave.
- **Grabación de sesiones:** Creación de biblioteca de videos de capacitación para referencia futura.

Lanzamiento

- **Plan de adopción:** Estrategia para garantizar uso efectivo de la plataforma.
- **Acompañamiento intensivo:** Soporte presencial durante primeras semanas de uso.
- **Resolución rápida:** Protocolo de atención prioritaria para incidentes durante periodo inicial.
- **Monitoreo de uso:** Seguimiento de indicadores de adopción temprana.
- **Ajustes rápidos:** Modificaciones ágiles según retroalimentación inicial.

Entrega Final

- **Sesión de cierre de implementación:** Presentación formal de entregables y funcionalidades.
- **Transferencia de conocimiento:** Documentación técnica para administradores internos.
- **Entrega de accesos:** Gestión de credenciales y permisos definitivos.
- **Verificación de cumplimiento:** Validación de alcance según contrato inicial.
- **Encuesta de satisfacción:** Medición de percepción del cliente sobre la implementación.

✓ Marketing y Ventas

Estrategia de Captación

- **Generación de contenido especializado:** Blogs, guías y webinars sobre HubSpot y marketing digital.
- **Eventos propios:** Talleres gratuitos para demostrar expertise y generar leads.

- **Alianzas estratégicas:** Colaboraciones con partners complementarios para ampliar alcance.
- **Marketing digital:** Campañas en LinkedIn, Google Ads y otros canales relevantes.
- **Programa de referidos:** Incentivos para clientes que recomienden nuevos prospectos.

Proceso Comercial

- **Cualificación de oportunidades:** Criterios específicos para determinar fit con servicios.
- **Reuniones consultivas:** Enfoque en entender problemas antes de ofrecer soluciones.
- **Demostraciones personalizadas:** Presentaciones adaptadas a necesidades específicas.
- **Propuestas a medida:** Documentos detallados con alcance, inversión y cronograma.
- **Negociación y cierre:** Proceso estructurado para convertir oportunidades en proyectos.

✓ Fidelización y Crecimiento

- **Plan de cuenta:** Estrategia personalizada para cada cliente activo.
- **Detección de oportunidades de expansión:** Identificación proactiva de necesidades adicionales.
- **Comunicación periódica:** Newsletters específicos y actualizaciones relevantes.
- **Eventos exclusivos:** Acceso a formaciones y encuentros solo para clientes.
- **Programa de lealtad:** Beneficios incrementales según antigüedad y volumen.

6.2.1.4 SERVICIO POSVENTA

✓ **Soporte Técnico**

- **Mesa de ayuda:** Sistema estructurado para gestión de incidencias y consultas.
- **Niveles de atención:** Categorización de casos según complejidad y urgencia.
- **Canales de soporte:** Email, teléfono, chat y portal de clientes.
- **Base de conocimiento:** Repositorio de soluciones a problemas comunes.
- **Monitoreo preventivo:** Detección proactiva de posibles problemas.

✓ **Mantenimiento**

- **Actualizaciones de plataforma:** Gestión de nuevas versiones y funcionalidades de HubSpot.
- **Revisiones periódicas:** Chequeos programados de configuración y performance.
- **Limpieza de base de datos:** Mantenimiento regular para optimizar información.
- **Ajustes de automatizaciones:** Refinamiento de workflows según resultados.
- **Gestión de integraciones:** Adaptación ante cambios en sistemas conectados.

✓ **Optimización Continua**

- **Auditorías trimestrales:** Evaluación profunda de uso y resultados.
- **Análisis de métricas:** Revisión de KPIs y detección de oportunidades de mejora.
- **Recomendaciones proactivas:** Sugerencias basadas en mejores prácticas y nuevas funcionalidades.

- **Workshops de avanzada:** Sesiones para expandir conocimiento en áreas específicas.
- **Planificación estratégica:** Alineación de HubSpot con objetivos de negocio en evolución.

✓ **Éxito del Cliente**

- **Onboarding avanzado:** Programa estructurado para garantizar adopción efectiva.
- **Reuniones de seguimiento:** Revisiones periódicas de objetivos y resultados.
- **Reportes de valor:** Documentación de beneficios obtenidos con la plataforma.
- **Gestión de renovaciones:** Proceso para asegurar continuidad de licencias.
- **Comunidad de usuarios:** Espacio para intercambio entre clientes Sky Blue.

✓ **Procesos de Apoyo**

Gestión de Recursos Humanos

- **Reclutamiento especializado:** Selección de consultores con certificaciones HubSpot.
- **Plan de capacitación continua:** Actualización constante en nuevas funcionalidades.
- **Certificaciones:** Programa de obtención y renovación de acreditaciones oficiales.
- **Estructura de incentivos:** Sistema de recompensas por desempeño y satisfacción de clientes.
- **Gestión del conocimiento:** Documentación y compartición de mejores prácticas internas.

✓ **Infraestructura Tecnológica**

- **Herramientas internas:** Plataformas para gestión de proyectos, clientes y soporte.
- **Ambientes de desarrollo:** Entornos para pruebas y personalización segura.
- **Seguridad de la información:** Protocolos para manejo de datos sensibles de clientes.
- **Automatización interna:** Procesos digitalizados para eficiencia operativa.
- **Plataforma de e-learning:** Sistema para capacitación interna y externa.

✓ **Desarrollo y Mejora Continua**

- **Investigación de mercado:** Monitoreo constante de tendencias en CRM y marketing digital.
- **Laboratorio de innovación:** Espacio para explorar nuevas funcionalidades y soluciones.
- **Metodología ágil:** Framework para desarrollo e implementación iterativa.
- **Gestión de feedback:** Sistema para capturar y aplicar sugerencias de clientes y consultores.
- **Benchmarking:** Comparación con mejores prácticas globales en implementación de HubSpot.

✓ **Indicadores Clave de Desempeño (KPIs)**

KPIs de Operaciones

- Tiempo promedio de implementación: Meta < 45 días
- Tasa de entrega a tiempo: Meta > 90%
- Calidad de implementación (errores post-lanzamiento): Meta < 5%
- Eficiencia en migración de datos: Meta > 98% de precisión
- Adopción inicial (% de usuarios activos en primer mes): Meta > 80%

KPIs de Servicio Posventa

- Tiempo de respuesta a tickets: Meta < 4 horas (soporte estándar)
- Tasa de resolución en primer contacto: Meta > 70%
- Satisfacción con soporte (CSAT): Meta > 90%
- Tasa de retención de clientes: Meta > 85% anual
- Net Promoter Score (NPS): Meta > 50

✓ **Flujo de Procesos Operativos**

1. Captación de Cliente

- Marketing digital → Lead → Calificación → Demostración → Propuesta → Cierre

2. Proceso de Implementación

- Diagnóstico → Planificación → Configuración → Migración → Automatización → Pruebas → Capacitación → Lanzamiento

3. Ciclo de Servicio Posventa

- Onboarding → Soporte reactivo → Mantenimiento programado → Revisiones trimestrales → Optimización → Renovación

Este plan operativo detallado proporciona una estructura completa para la implementación y el funcionamiento de Sky Blue, asegurando tanto la calidad del servicio como la eficiencia operativa necesaria para sostener un crecimiento anual del 20%.

6.2.2 ANÁLISIS DE REQUERIMIENTOS

6.2.2.1 MAQUINARIA (MODELO REMOTO)

Tabla 14: Equipos Informáticos

| Categoría | Descripción | Cantidad | Inversión Estimada (COP) | Justificación |
|------------------------------------|---|----------|--------------------------|---|
| Laptops de Alto Rendimiento | Equipos con procesadores i7, 16GB RAM, 512GB SSD | 5 | \$25,000,000 | Fundamentales para consultores que realizarán implementaciones complejas desde casa |
| Laptops Estándar | Equipos con procesadores i5, 8GB RAM, 256GB SSD | 4 | \$12,000,000 | Para roles administrativos, RRHH y soporte básico |
| Monitores Adicionales | Pantallas de 24" para estaciones de trabajo en casa | 9 | \$5,400,000 | Mejora de productividad para trabajo remoto |
| Kits de Conectividad | Routers 4G de respaldo, extensores WiFi | 9 | \$2,700,000 | Garantizar conexión estable para cada empleado |
| Accesorios Ergonómicos | Sillas, bases para laptop, teclados y mouse | 9 | \$4,500,000 | Prevención de lesiones por trabajo prolongado |
| Audífonos con Micrófono | Dispositivos de audio profesional | 9 | \$2,700,000 | Calidad en comunicaciones con clientes |

| | | | | |
|-----------------------|---|---|-------------|---|
| Cámaras Web HD | Cámaras de alta definición para videollamadas | 9 | \$1,800,000 | Imagen profesional en reuniones virtuales |
|-----------------------|---|---|-------------|---|

Fuente: elaboración propia

Subtotal Equipos Informáticos: \$54,100,000

Tabla 15: Software y Licencias (Esenciales para Trabajo Remoto)

| Categoría | Descripción | Cantidad | Inversión Estimada (COP) | Justificación |
|----------------------------------|---|----------|------------------------------|---------------------------------------|
| Licencias HubSpot Partner | Acceso a portal de partners | - | Incluido en programa partner | Fundamental para todo el equipo |
| Suite Office 365 Business | Licencias para herramientas colaborativas | 9 | \$395,000/meses | Documentación y colaboración remota |
| Zoom Business | Plataforma para videoconferencias | - | \$180,000/meses | Reuniones virtuales con clientes |
| Slack Premium | Comunicación interna del equipo | - | \$150,000/meses | Coordinación remota efectiva |
| Monday.com o ClickUp | Gestión de proyectos en remoto | - | \$200,000/meses | Seguimiento de implementaciones |
| LastPass o 1Password | Gestor de contraseñas seguro | - | \$100,000/meses | Seguridad en entorno remoto |
| VPN Corporativa | Conexiones seguras para datos sensibles | 9 | \$180,000/meses | Protección de información de clientes |

| | | | | |
|--|--------------------|---|---------------|--------------------------------------|
| Software de Monitoreo de Tiempo | Hubstaff o similar | - | \$120,000/mes | Seguimiento de productividad remota |
| Plataforma RRHH | BambooHR o similar | - | \$150,000/mes | Gestión integral de recursos humanos |

Fuente: elaboración propia

Subtotal Software y Licencias: \$1,475,000/mes

6.2.2.2 MATERIALES

Tabla 16: Apoyo para Home Office

| Categoría | Descripción | Cantidad | Inversión Estimada (COP) | Justificación |
|---|--|-----------------|---------------------------------|---------------------------------------|
| Subsidio Internet Hogar | Apoyo para conexión de alta velocidad | 9 | \$1,800,000/mes | Garantizar conectividad estable |
| Subsidio Energía | Apoyo para gasto adicional de electricidad | 9 | \$900,000/mes | Compensar aumento en consumo hogar |
| Bonificación Inicial Home Office | Apoyo para adecuación de espacio | 9 | \$1,500,000 (único) | Creación de ambiente laboral adecuado |

Fuente: elaboración propia

Subtotal Apoyo Home Office: \$2,700,000/mes + \$13,500,000 (inicial)

Tabla 17: Materiales de Marketing y Ventas (Adaptado a Remoto)

| Categoría | Descripción | Cantidad | Inversión Estimada (COP) | Justificación |
|-----------------------------------|--|----------|--------------------------|---------------------------------------|
| Material Digital | Presentaciones, propuestas y brochures digitales | - | \$2,000,000 (desarrollo) | Reemplazo de material físico |
| Plantillas Personalizadas | Templates para propuestas y presentaciones | - | \$1,500,000 (desarrollo) | Consistencia en comunicaciones |
| Elementos de Marca Digital | Fondos virtuales, firmas de correo, etc. | - | \$1,000,000 (desarrollo) | Presencia de marca en entorno virtual |
| Kit Virtual de Bienvenida | Recursos digitales para nuevos clientes | - | \$1,500,000 (desarrollo) | Experiencia de onboarding remoto |

Fuente: elaboración propia

Subtotal Materiales Marketing Digital: \$6,000,000 (desarrollo inicial)

Tabla 18: Plataformas Adicionales para Trabajo Remoto

| Categoría | Descripción | Cantidad | Inversión Estimada (COP) | Justificación |
|-------------------------------|----------------------------------|----------|--------------------------|-------------------------------------|
| Plataforma E-learning | Sistema para capacitación remota | - | \$300,000/mes | Formación a distancia para clientes |
| Plataforma de Webinars | Sistema para eventos virtuales | - | \$200,000/mes | Generación de leads y formación |

| | | | | |
|-----------------------------------|----------------------|---|---------------|----------------------------------|
| Software de Firma Digital | DocuSign o similar | - | \$150,000/mes | Gestión de contratos a distancia |
| Plataforma de Help Desk | Zendesk o similar | - | \$250,000/mes | Gestión de soporte remoto |
| Software de Automatización | Zapier o similar | - | \$100,000/mes | Conectar herramientas remotas |
| Plataforma de Feedback | Officevibe o similar | - | \$100,000/mes | Pulso del equipo y clima laboral |

Fuente: elaboración propia

Subtotal Plataformas Digitales Adicionales: \$1,100,000/mes

6.2.2.3 PERSONAL REQUERIDO (ESTRUCTURA PARA TRABAJO REMOTO)

Tabla 19: Equipo Directivo y Administrativo

| Cargo | Cantidad | Salario Mensual Estimado (COP) | Perfil y Justificación |
|---|----------|--------------------------------|---|
| Director/a General | 1 | \$6,000,000 - \$8,000,000 | Profesional con experiencia en gestión de equipos remotos, consultoría HubSpot y visión estratégica |
| Coordinador/a de Operaciones Remotas | 1 | \$3,000,000 - \$3,500,000 | Responsable de optimizar procesos, herramientas y comunicación del equipo distribuido |
| Especialista de Gestión Humana | 1 | \$2,800,000 - \$3,300,000 | Profesional con experiencia en RRHH para entornos remotos, cultura |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | organizacional y desarrollo de talento |
|--|--|--|--|

Fuente: elaboración propia

Subtotal Equipo Directivo: \$11,800,000 - \$14,800,000/mes

Tabla 20: Equipo Técnico y de Implementación

| Cargo | Cantidad | Salario Mensual Estimado (COP) | Perfil y Justificación |
|---------------------------------------|----------|---------------------------------|---|
| Consultor Senior HubSpot | 1 | \$5,000,000 - \$6,500,000 | Especialista certificado con experiencia en implementaciones remotas |
| Consultores HubSpot | 2 | \$3,500,000 - \$4,500,000 (c/u) | Profesionales certificados con habilidades de comunicación virtual efectiva |
| Desarrollador de Integraciones | 1 | \$4,000,000 - \$5,000,000 | Programador remoto con experiencia en APIs e integraciones |

Fuente: elaboración propia

Subtotal Equipo Técnico: \$16,000,000 - \$20,500,000/mes

Tabla 21: Equipo Comercial y Marketing

| Cargo | Cantidad | Salario Mensual Estimado (COP) | Perfil y Justificación |
|--|----------|--------------------------------------|---|
| Ejecutivo Comercial Senior | 1 | \$3,000,000 - \$4,000,000 comisiones | Profesional con experiencia en venta consultiva virtual |
| Especialista en Marketing Digital | 1 | \$3,000,000 - \$3,500,000 | Responsable de generar leads y posicionar la marca digitalmente |

| | | | | |
|---------------------------------|---|----------------------------|---|--|
| Customer Success Manager | 1 | \$3,000,000 \$3,800,000 | - | Responsable de la satisfacción de clientes en modalidad remota |
|---------------------------------|---|----------------------------|---|--|

Fuente: elaboración propia

Subtotal Equipo Comercial: \$9,000,000 - \$11,300,000/mes + comisiones

Tabla 22: Soporte y Servicio Postventa

| Cargo | Cantidad | Salario Mensual Estimado (COP) | | Perfil y Justificación |
|-----------------------------------|----------|--------------------------------|---|---|
| Técnico de Soporte HubSpot | 1 | \$2,500,000 \$3,000,000 | - | Especialista para resolución de incidencias remotas |

Fuente: elaboración propia

Subtotal Equipo Soporte: \$2,500,000 - \$3,000,000/mes

Estructura de Costos Consolidada (Modelo Remoto con 9 empleados)

Tabla 24: Inversión Inicial (CAPEX)

| Categoría | Monto (COP) |
|---|---------------------|
| Equipos Informáticos | \$54,100,000 |
| Bonificación Inicial Home Office | \$13,500,000 |
| Desarrollo de Materiales Digitales | \$6,000,000 |
| Total Inversión Inicial | \$73,600,000 |

Fuente: elaboración propia

Tabla 25: Costos Operativos Mensuales (OPEX)

| Categoría | Monto Mensual (COP) |
|-----------------------------|---------------------|
| Software y Licencias | \$1,475,000 |

| | |
|--|---------------------|
| Subsidios Home Office | \$2,700,000 |
| Plataformas Digitales Adicionales | \$1,100,000 |
| Nómina (rango medio estimado) | \$46,450,000 |
| Total Costos Operativos Mensuales | \$51,725,000 |

Fuente: elaboración propia

Tabla 26: Costos Operativos Anuales

| Categoría | Monto Anual (COP) |
|--|--------------------------|
| Costos Operativos Mensuales x 12 | \$620,700,000 |
| Actualización Equipos (20% anual) | \$10,820,000 |
| Eventos Virtuales y Webinars | \$6,000,000 |
| Actualización de Materiales Digitales | \$3,000,000 |
| Capacitación del Personal | \$13,500,000 |
| Renovación de Certificaciones | \$5,500,000 |
| Total Costos Operativos Anuales | \$659,520,000 |

Fuente: elaboración propia

6.2.3 ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN

6.2.3.1 UBICACIÓN DE ESPACIOS DE TRABAJO INDIVIDUALES

Tabla 27: Características Óptimas para Home Office

| Aspecto | Requerimiento | Justificación | Apoyo de la Empresa |
|-------------------------|---|---------------------------------|---------------------------------|
| Espacio dedicado | Área de 4-6 m ² exclusiva para trabajo | Concentración y profesionalismo | Guía de organización de espacio |

| | | | |
|----------------------------|--|---|--------------------------------------|
| Iluminación | Preferentemente natural con complemento artificial | Salud visual y calidad en videoconferencias | Consejos de iluminación adecuada |
| Ventilación | Área bien ventilada | Confort y productividad | Recomendaciones de adaptación |
| Conexión a internet | Fibra óptica con mínimo 50 Mbps | Estabilidad en comunicaciones | Subsidio mensual de \$200,000 |
| Conexión eléctrica | Acceso a múltiples tomas con protección | Seguridad de equipos | Protectores y UPS proporcionados |
| Acústica | Ambiente con bajo ruido de fondo | Profesionalismo en reuniones | Auriculares con cancelación de ruido |

Fuente: elaboración propia

Tabla 28: Acondicionamiento del Espacio Home Office

| Elemento | Descripción | Inversión por Empleado (COP) | Responsable |
|-------------------------------|--|-------------------------------------|--------------------|
| Escritorio ergonómico | Superficie adecuada con altura apropiada | \$600,000 | Empresa |
| Silla de trabajo | Ergonómica con soporte lumbar | \$800,000 | Empresa |
| Soporte para monitor | Ajustable para altura visual correcta | \$150,000 | Empresa |
| Iluminación de trabajo | Lámpara específica no incandescente | \$200,000 | Empresa |
| Organización de cables | Sistema de gestión de conexiones | \$100,000 | Empresa |

| | | | |
|---|-----------------------------|-----------|---------|
| Elementos decorativos corporativos | Pequeños elementos de marca | \$150,000 | Empresa |
|---|-----------------------------|-----------|---------|

Fuente: elaboración propia

Tabla 29: Suministros Básicos para el Espacio

| Categoría | Elementos | Provisión Inicial (COP) | Reposición |
|--------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------|-------------------|
| Papelería básica | Libretas, bolígrafos, organizadores | \$200,000 | Trimestral |
| Material de archivo | Carpetas, separadores, etiquetas | \$150,000 | Semestral |
| Accesorios tecnológicos | Hub USB, adaptadores, cables | \$250,000 | Según necesidad |
| Elementos ergonómicos | Reposamuñecas, reposapiés | \$180,000 | Anual |

Fuente: elaboración propia

6.2.3.2 PROYECCIÓN DE ESPACIOS PARA EL MODELO HOME OFFICE

✓ **Área Principal de Trabajo:**

- Escritorio (120×60 cm mínimo) con espacio para laptop y monitor adicional
- Silla ergonómica con ruedas y ajuste de altura
- Monitor ubicado a altura de ojos
- Teclado y mouse a la altura de los codos
- Iluminación principal desde el lateral izquierdo (para diestros)
- Fondo neutral para videoconferencias

✓ **Disposición Ideal:**

- Ubicación perpendicular a ventana (evitando reflejos)
- Cables organizados y fuera del paso
- Elementos de uso frecuente al alcance
- Decoración sobria con elementos corporativos discretos
- Separación visual/física de áreas personales del hogar

✓ **Distribución Sugerida (6m²):**

- 2.5m × 2.4m con escritorio en L o recto según disponibilidad
- Espacio para silla con movimiento (radio de 75cm)
- Área para pequeño archivador o estantería
- Circulación mínima de 60cm por uno de los lados

6.2.3 PLAN ORGANIZACIONAL

6.2.3.1 MISIÓN

En Sky Blue, nuestra misión es acompañar a las pequeñas y medianas empresas de América Latina en su proceso de transformación digital mediante la implementación y optimización de la plataforma HubSpot. Nos comprometemos a brindar un servicio consultivo, personalizado y sostenible, que va más allá de la puesta en marcha técnica: buscamos generar verdadero valor mediante el acompañamiento continuo, la capacitación efectiva y la adaptación del sistema a los procesos reales de cada organización.

Conscientes de las brechas de adopción tecnológica que enfrentan muchas empresas, nuestro propósito es cerrar esa distancia entre la herramienta y el uso estratégico, asegurando que cada cliente pueda maximizar su inversión en CRM. Desde la automatización de procesos hasta el análisis de datos y la mejora de la experiencia del cliente, trabajamos para que HubSpot se convierta en una herramienta viva, funcional y transformadora dentro de cada negocio.

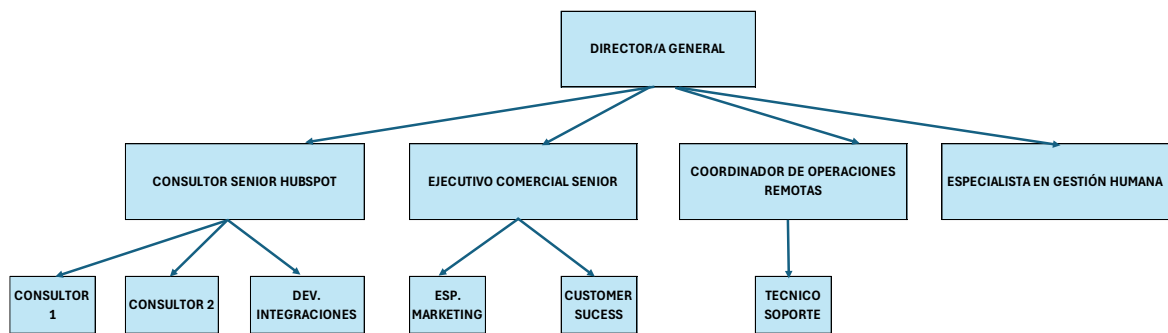
6.2.3.2 VISIÓN

A 5 años, Sky Blue se proyecta como la consultora de referencia en Latinoamérica para la implementación, soporte y mejora continua de HubSpot en el segmento de pymes. Aspiramos a construir una red sólida de empresas que confíen en nosotros como sus aliados estratégicos para el aprovechamiento pleno del ecosistema HubSpot, con presencia destacada en países como Colombia, México, Argentina, Chile y Costa Rica.

Queremos ser reconocidos no solo por nuestra experiencia técnica, sino por nuestra capacidad de adaptarnos a cada cultura organizacional, comprender las verdaderas necesidades de los equipos comerciales y de marketing, y proponer soluciones que generen impacto tangible en los resultados del negocio. En un entorno de innovación constante, nuestra visión es mantenernos actualizados, ser ágiles en la respuesta y generar comunidad alrededor del uso inteligente del CRM.

6.2.3.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Imagen: estructura organizacional de Sky Blue



Fuente: elaboración propia

6.2.4 ANÁLISIS LEGAL Y NORMATIVO

6.2.4.1 LEGISLACIÓN APLICABLE

Constitución de empresas:

- Código de Comercio (marco general para sociedades comerciales)
- Decreto 1074 de 2015 (Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio)

Actividad económica:

- La consultoría en tecnología y sistemas se clasifica bajo el código CIU 6209 (Otras actividades de tecnologías de información y actividades de servicios informáticos)

Trabajo remoto:

- Ley 1221 de 2008 (marco del teletrabajo)
- Decreto 649 de 2022 (trabajo en casa)

Protección de datos:

- Ley 1581 de 2012 (Ley de Habeas Data)
- Decreto 1377 de 2013 (reglamentario)

Obligaciones tributarias:

- Estatuto Tributario Nacional
- Normativa municipal para ICA según el municipio de operación

6.2.4.2 TIPO DE SOCIEDAD

Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.)

Características principales:

- Puede constituirse con un solo accionista
- Responsabilidad limitada de los accionistas
- No requiere capital mínimo

- Duración indefinida salvo estipulación contraria
- Flexibilidad en la estructura administrativa

Ventajas para Sky Blue:

- Facilidad de constitución para emprendimiento individual
- Protección del patrimonio personal del fundador
- Simplicidad en la administración
- Facilidad para incorporar socios futuros

Proceso básico de constitución:

1. Verificación de disponibilidad del nombre
2. Elaboración del documento de constitución
3. Registro en la Cámara de Comercio
4. Obtención del RUT ante la DIAN

6.2.5 PLAN FINANCIERO

6.2.5.1 COSTOS DE OPERACIÓN

Tabla 30: Costos Fijos Mensuales

| Concepto | Valor Mensual (COP) | Valor Anual (COP) |
|------------------------------------|----------------------------|--------------------------|
| Nómina total | \$39,300,000 | \$471,600,000 |
| Prestaciones sociales (25%) | \$9,825,000 | \$117,900,000 |
| Parafiscales (9%) | \$3,537,000 | \$42,444,000 |
| ARL (0.522%) | \$205,000 | \$2,460,000 |
| Software y licencias | \$1,475,000 | \$17,700,000 |
| Subsidios trabajo remoto | \$2,700,000 | \$32,400,000 |
| Plataformas digitales | \$1,100,000 | \$13,200,000 |
| Contador y asesoría legal | \$800,000 | \$9,600,000 |
| Seguros y pólizas | \$250,000 | \$3,000,000 |

| | | |
|-------------------------------|---------------------|----------------------|
| Gastos administrativos | \$400,000 | \$4,800,000 |
| TOTAL COSTOS FIJOS | \$59,592,000 | \$715,104,000 |

Fuente: elaboración propia

Tabla 31: Costos Variables (% sobre ingresos)

| Concepto | % sobre Ventas | Descripción |
|-------------------------------------|-----------------------|----------------------------------|
| Comisiones de ventas | 8% | Incentivos equipo comercial |
| Gastos de marketing | 6% | Publicidad digital y eventos |
| Espacios físicos ocasionales | 1% | Coworking y reuniones |
| Herramientas por proyecto | 2% | Software adicional según cliente |
| Capacitación | 1% | Actualización técnica |
| TOTAL COSTOS VARIABLES | 18% | |

Fuente: elaboración propia

6.2.5.2 PLAN DE INVERSIONES Y FINANCIACIÓN

Tabla 32: Plan de Inversiones y Financiación / Inversión Inicial Requerida

| Concepto | Monto (COP) | Justificación |
|---|--------------------|--------------------------------------|
| Equipamiento tecnológico | \$54,100,000 | Laptops, monitores para 11 empleados |
| Bonificación home office | \$16,500,000 | \$1.5M por empleado para adecuación |
| Software y plataformas (3 meses) | \$4,425,000 | Período inicial de herramientas |

| | | |
|-----------------------------------|----------------------|---------------------------------|
| Capital de trabajo inicial | \$119,184,000 | 2 meses de costos fijos |
| Constitución y trámites | \$2,000,000 | Legal, registro marca, permisos |
| Marketing de lanzamiento | \$8,000,000 | Posicionamiento inicial |
| Reserva de contingencia | \$20,421,075 | 10% del total |
| TOTAL INVERSIÓN INICIAL | \$224,630,075 | |

Fuente: elaboración propia

Tabla 33: Fuentes de Financiación

| Fuente | Monto (COP) | % | Condiciones |
|-------------------------------|----------------------|-------------|--------------------------|
| Aporte propio | \$100,000,000 | 44.5% | Capital fundadora |
| Crédito emprendimiento | \$80,000,000 | 35.6% | 60 meses, 12% EA |
| Aporte familiar/socios | \$44,630,075 | 19.9% | Sin interés, largo plazo |
| TOTAL FINANCIACIÓN | \$224,630,075 | 100% | |

Fuente: elaboración propia

6.2.5.3 ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 34: Cálculo Realista del Punto de Equilibrio

| Variable | Valor |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| Costos fijos mensuales | \$59,592,000 COP |
| Margen de contribución | 82% (100% - 18% costos variables) |
| Punto de equilibrio mensual | \$72,673,171 COP |
| Punto de equilibrio anual | \$872,078,049 COP |

Fuente: elaboración propia

Tabla 35: Proyección de Servicios para Punto de Equilibrio

| Servicio | Precio Promedio | Cantidad Mensual P.E. |
|---------------------------|-----------------|-----------------------|
| Implementación básica | \$5,000,000 | 8 proyectos |
| Implementación intermedia | \$12,000,000 | 3 proyectos |
| Soporte mensual | \$800,000 | 20 contratos |
| Capacitación | \$2,000,000 | 5 sesiones |

Fuente: elaboración propia

Tabla 36: Escenarios Temporales

| Escenario | Mes de Equilibrio | Justificación |
|-------------|-------------------|--|
| Conservador | Mes 12 | Crecimiento gradual, mercado competitivo |
| Moderado | Mes 9 | Buena recepción, referencias tempranas |
| Optimista | Mes 7 | Excelente posicionamiento |

Fuente: elaboración propia

6.2.5.4 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO (3 AÑOS)

Tabla 37: Proyección Conservadora y Realista

| Concepto | Año 1 (COP) | Año 2 (COP) | Año 3 (COP) |
|-------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| INGRESOS OPERACIONALES | | | |
| Implementaciones | \$240,000,000 | \$360,000,000 | \$504,000,000 |
| Soporte y mantenimiento | \$72,000,000 | \$144,000,000 | \$230,400,000 |
| Capacitación y consultorías | \$48,000,000 | \$76,800,000 | \$115,200,000 |
| TOTAL INGRESOS | \$360,000,000 | \$580,800,000 | \$849,600,000 |
| COSTOS VARIABLES | | | |
| Comisiones de ventas | \$28,800,000 | \$46,464,000 | \$67,968,000 |

| | | | |
|------------------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Gastos de marketing | \$21,600,000 | \$34,848,000 | \$50,976,000 |
| Otros costos variables | \$25,200,000 | \$40,656,000 | \$59,472,000 |
| TOTAL COSTOS VARIABLES | \$75,600,000 | \$121,968,000 | \$178,416,000 |
| MARGEN DE CONTRIBUCIÓN | \$284,400,000 | \$458,832,000 | \$671,184,000 |
| COSTOS FIJOS | | | |
| Nómina y prestaciones | \$631,944,000 | \$695,138,400 | \$764,652,240 |
| Otros gastos fijos | \$83,160,000 | \$91,476,000 | \$100,623,600 |
| TOTAL COSTOS FIJOS | \$715,104,000 | \$786,614,400 | \$865,275,840 |
| UTILIDAD OPERACIONAL | - \$430,704,000 | - \$327,782,400 | - \$194,091,840 |
| Gastos financieros | \$9,600,000 | \$7,680,000 | \$5,760,000 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | - \$440,304,000 | - \$335,462,400 | - \$199,851,840 |
| Impuesto de renta | \$0 | \$0 | \$0 |
| UTILIDAD NETA | - \$440,304,000 | - \$335,462,400 | - \$199,851,840 |

Fuente: elaboración propia

6.2.5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO (3 AÑOS)

Tabla 38: Flujo de Caja Mensual Año 1 (Primeros 6 meses)

| Concepto | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 |
|-------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ingresos | \$8,000,000 | \$15,000,000 | \$22,000,000 | \$28,000,000 | \$32,000,000 | \$35,000,000 |
| Costos variables | \$1,440,000 | \$2,700,000 | \$3,960,000 | \$5,040,000 | \$5,760,000 | \$6,300,000 |

| | | | | | | |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Costos fijos | \$59,592,000 | \$59,592,000 | \$59,592,000 | \$59,592,000 | \$59,592,000 | \$59,592,000 |
| Flujo operativo | - \$53,032,000 | - \$47,292,000 | - \$41,552,000 | - \$36,632,000 | - \$33,352,000 | - \$30,892,000 |

Fuente: elaboración propia

Tabla 39: Flujo de Caja Anual Consolidado

| Concepto | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 |
|-----------------------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|
| INGRESOS | \$0 | \$360,000,000 | \$580,800,000 | \$849,600,000 |
| Egresos operativos | \$0 | \$790,704,000 | \$908,582,400 | \$1,043,691,840 |
| Flujo operativo | \$0 | - \$430,704,000 | - \$327,782,400 | - \$194,091,840 |
| Inversión inicial | - \$224,630,075 | \$0 | \$0 | \$0 |
| Gastos financieros | \$0 | -\$9,600,000 | -\$7,680,000 | -\$5,760,000 |
| Amortización crédito | \$0 | -\$16,000,000 | -\$16,000,000 | -\$16,000,000 |
| FLUJO NETO | - \$224,630,075 | - \$456,304,000 | - \$351,462,400 | - \$215,851,840 |
| Saldo acumulado | - \$224,630,075 | - \$680,934,075 | - \$1,032,396,475 | - \$1,248,248,315 |

Fuente: elaboración propia

6.2.5.6 BALANCE GENERAL PROYECTADO

Tabla 40: Balance General Simplificado (Año 1)

| ACTIVOS | Año 1 (COP) |
|-----------------------------|----------------------|
| Caja y bancos | \$20,000,000 |
| Cuentas por cobrar | \$45,000,000 |
| Equipos (neto depreciación) | \$43,280,000 |
| Intangibles | \$4,425,000 |
| TOTAL ACTIVOS | \$112,705,000 |

Fuente: elaboración propia

Tabla 41: Balance General Simplificado (Año 1) parte 2

| PASIVOS Y PATRIMONIO | Año 1 (COP) |
|----------------------------------|----------------------|
| Cuentas por pagar | \$15,000,000 |
| Obligaciones laborales | \$12,000,000 |
| Crédito bancario | \$64,000,000 |
| Capital social | \$224,630,075 |
| Pérdidas acumuladas | -\$202,925,075 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | \$112,705,000 |

Fuente: elaboración propia

Tabla 42: Análisis de Viabilidad / Indicadores de Alerta

| Indicador | Resultado | Interpretación |
|---|--------------------|-------------------------------|
| Tiempo para equilibrio | 12+ meses | Período largo de pérdidas |
| Financiación adicional requerida | \$150-200 millones | Necesaria para sostenibilidad |
| Margen de contribución | 82% | Positivo, buen modelo |
| Crecimiento requerido | +60% anual | Ambicioso pero posible |

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

El estudio de mercado realizado para el proyecto Sky Blue permitió a la investigadora conocer los aspectos fundamentales para la implementación de este, ofreciendo una visión minuciosa de cómo se va a poner en práctica el negocio según los requerimientos de los potenciales clientes en el sector de consultoría CRM. A través de este análisis exhaustivo, se identificó que el mercado colombiano de servicios de implementación y soporte de HubSpot presenta características favorables para el desarrollo de una nueva empresa especializada.

Por medio del estudio de mercado, principalmente con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a empresas latinoamericanas, se obtuvo información valiosa acerca del conocimiento y las necesidades que tienen las organizaciones sobre la implementación efectiva de sistemas CRM. Los hallazgos revelaron que, aunque el 64% de las empresas encuestadas ya utiliza alguna plataforma CRM, existe una demanda insatisfecha significativa en áreas como automatización de procesos (44%) y soporte continuo (33%), evidenciando que los proveedores existentes no están cubriendo completamente las necesidades de acompañamiento post-implementación.

El proyecto Sky Blue presentará una innovadora oferta de servicios integrales relacionados con la implementación, optimización y soporte continuo de HubSpot CRM. La propuesta se posicionará estratégicamente en el mercado al abordar la brecha identificada entre la adquisición de tecnología y su aprovechamiento efectivo, con la posibilidad de tener un desarrollo sostenible a largo plazo mediante la construcción de relaciones duraderas con los clientes y la expansión gradual de servicios.

Un aspecto favorable para el desarrollo de este proyecto es la tendencia creciente de las empresas colombianas hacia la transformación digital y la adopción de herramientas tecnológicas para mejorar su competitividad. La implementación de Sky Blue abarcará la necesidad crítica de las organizaciones de contar con apoyo especializado que vaya más allá de la simple instalación técnica, incluyendo capacitación continua, optimización de procesos y adaptación al contexto local.

Según las características técnicas de la oferta de servicio, su prestación es viable mediante un modelo operativo 100% remoto, con la participación de profesionales certificados en HubSpot. La estructura propuesta no requiere de fuertes inversiones en infraestructura física, lo que representa una ventaja competitiva en términos de costos operativos. Desde el punto de vista administrativo, no se encuentran barreras significativas para la puesta en marcha del proyecto, ya que se cuenta con acceso

a profesionales capacitados y las herramientas tecnológicas necesarias están disponibles en el mercado.

La aplicación de las distintas estrategias planteadas, tanto de crecimiento como de diferenciación, proporcionará la oportunidad de expansión del negocio en el mediano plazo. Se proyecta iniciar operaciones en Medellín con expansión gradual a Bogotá, Cali y otras ciudades principales, lo que permitirá crear nuevas plazas de trabajo especializadas y aportar al desarrollo del ecosistema tecnológico colombiano.

El estudio financiero, aunque visualiza un período inicial desafiante con pérdidas proyectadas durante los primeros años, muestra que el proyecto es viable a largo plazo. Las proyecciones reflejan las cifras más importantes en términos de ingresos potenciales, estructura de costos optimizada para trabajo remoto, e inversión inicial requerida de \$224.6 millones COP. De requerir las necesidades de crecimiento con nuevas inversiones después del primer año, la incorporación de socios o inversionistas adicionales se hace más atractiva dada la proyección de crecimiento del mercado de CRM en Colombia, estimado en más de \$1.68 billones COP anuales, lo que demuestra el potencial de rentabilidad del sector una vez superado el período inicial de establecimiento.

BIBLIOGRAFÍA

Base de conocimientos de HubSpot. (n.d.). *Hubspot.com*. Retrieved May 24, 2025, from <https://knowledge.hubspot.com/es>

Centro de ayuda Progresus. (n.d.). *Progresus.co*. Retrieved May 24, 2025, from <https://conocimiento.progresus.co/hubspot>

Chesbrough, H. (2003). *Innovación Abierta: El nuevo imperativo para crear y aprovechar la tecnología*.

Gil Jaramillo, W. (2025). *Asesoría académica para proyecto de grado: Implementación de una empresa consultora especializada en HubSpot para optimizar procesos empresariales en Medellín* [Asesoría académica]. Institución Universitaria Pascual Bravo.

HubSpot, Inc. (n.d.). *Form*. Hsforms.com. Retrieved May 24, 2025, from https://share.hsforms.com/2JB1zKu_eRWqgMHXsnUkpuA4tj46

Porter, M. (1980). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*.

Reinares Lara, P. (2025). *CRM real. Cómo revolucionar la gestión de la relación con el cliente*. ESIC. https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=0rl-EQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=cconsultoras+de+crm&ots=3kJUqP335z&sig=ZTtbTKHf2n8JfbxS7_8br5iloP8#v=onepage&q=cconsultoras%20de%20crm&f=false

Sánchez Palacio, A. M. (2025). *Observación directa de implementaciones y soporte de HubSpot en empresas latinoamericanas*. Progresus.