

PLAN DE CAPACITACIÓN DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE INGENIA SOLUCIONES S.A.S.



INDICE DE CONTENIDO

Propósito capacitación

Objetivos

Objetivo general

Objetivos específicos

Resultados esperados

Contenido de la capacitación

Módulo 1

Matriz DOFA

Matriz comparativa empresas a nivel de Santander

Matriz comparativa empresas a nivel nacional

Módulo 2

Estructura corporativa e identidad empresarial

Módulo 3

Balanced Scorecard

Indicadores de gestión

Mapa estratégico

Módulo 4

Estrategias de competitividad



Propósito capacitación

El propósito de esta capacitación es proporcionar una presentación integral del direccionamiento estratégico, detallando las recomendaciones para futuras mejoras. Esta capacitación se enfoca en ofrecer una visión detallada de las áreas de oportunidad identificadas y sugerir soluciones estratégicas para abordarlas de manera efectiva.

Objetivos

Objetivo general

Comunicar el direccionamiento estratégico con el propósito de exponer los resultados obtenidos y brindar una visión precisa de los objetivos organizacionales, así como de los planes y acciones diseñados para lograrlos.

Objetivos específicos

- Presentar un análisis situacional de la empresa, incluyendo un análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas), así como un análisis de los competidores.



- Dar a conocer la estructura corporativa y la identidad empresarial.
- Mostrar el Balanced Scorecard (BSC) de la empresa, destacando los indicadores claves y su alineación con los objetivos estratégicos.
- Definir las estrategias específicas que se implementarán en la empresa, detallando las acciones necesarias para alcanzar los objetivos estratégicos establecidos.

Resultados esperados

- Presentación clara y concisa de los resultados del proceso de formulación del direccionamiento estratégico.
- Fomento de la alineación y el compromiso de todos los colaboradores con la visión, misión, valores y los objetivos estratégicos de la organización.
- Facilitación de un entendimiento claro de los desafíos y oportunidades que enfrenta la organización en el contexto de su entorno competitivo y sectorial.
- Haber resaltado la importancia de cada área funcional de la organización al comunicar cómo su contribución específica es vital para el logro de los objetivos estratégicos de la organización.



Contenido de la capacitación

Módulo 1

Matríz DOFA

A través de esta matriz, se pueden identificar aspectos tanto internos como externos a la organización que han contribuido a la formulación de estrategias.

MATRIZ DOFA	Oportunidades (O)	Amenazas (A)
	O1. Aumento en el consumo de bienes y servicios en el sector eventos	A1. Disminución del PIB
	O2. Beneficio de exclusión del IVA en catering	A2. Alta cifra de empresas con la misma actividad económica en Colombia
	O3. Aumento de actividades artísticas y de entretenimiento en el país	A3. Variedad de empresas eficaces en el sector eventos en Santander
	O4. Escasez de competencia destacada en el mercado para las personas de Santander	A4. Poco posicionamiento en el mercado
	O5. Disminución del IPC	A5. Adaptación a cambios tecnológicos en el sector
Fortalezas (F)	Estrategia FO	Estrategia FA
F1. Nivel de experiencia y conocimiento del talento humano	FO1. Enfocar la empresa hacia una constante innovación que se adapte a las tendencias de consumo, especializándose en nichos de mercado para resaltar la experiencia que posee	FA1. Detectar áreas de eficiencia y oportunidades de ahorro de costos dentro de la empresa con el fin de contrarrestar los impactos económicos derivados de la disminución del Producto Interno Bruto (PIB)
F2. Alianzas estratégicas con empresas	FO2. Optimizar el servicio de catering mediante la colaboración estratégica con otras empresas, con el propósito de garantizar una amplia diversidad y una alta calidad en los servicios	FA2. Generar innovación y especialización de productos y servicios en colaboración con empresas aliadas, con el objetivo de destacar entre la competencia y ofrecer propuestas llamativas al mercado
F3. Certificaciones y reconocimientos	FO3. Utilizar las certificaciones y reconocimientos como aval de calidad a través de estrategias de marketing, capitalizando el crecimiento del consumo de actividades dentro del sector de eventos	FA3. Utilizar las certificaciones y reconocimientos como una garantía para los clientes durante su interacción con la empresa, demostrando la excelencia y confiabilidad de los servicios ofrecidos
F4. Experiencia en el mercado	FO4. Difundir la experiencia y trayectoria de la empresa para destacarla en el mercado, frente a la competencia, a través de estrategias de marketing y testimonios de clientes	FA4. Impulsar una cultura organizacional que fomente la innovación y la adaptabilidad a los cambios del mercado a través de la experiencia, permitiendo así que la empresa responda de manera efectiva a las necesidades de los clientes
F5. Productos y servicios flexibles para el cliente	FO5. Ofrecer productos y servicios adaptados a las necesidades del cliente, con precios ajustados según el comportamiento del Índice de Precios al Consumidor (IPC), con el objetivo de estimular y aumentar la demanda	FA5. Implementar nuevas tecnologías y herramientas digitales con el objetivo de mejorar la experiencia del cliente y facilitar la comunicación, interacción y logística de los eventos



Debilidades (D)	Estrategia DO	Estrategia DA
D1. Poca presencia en medios digitales y marketing	DO1. Ampliar la presencia en medios digitales con el fin de aprovechar el crecimiento del consumo en el sector de eventos, mediante la creación de contenido atractivo para los clientes	DA1. Crear contenido publicitario a través de plataformas digitales y redes sociales con el fin de estimular la demanda y garantizar la rentabilidad incluso en periodos de dificultad económica
D2. Desorganización y desactualización en documentación interna	DO2. Actualizar la documentación con el propósito de asegurar el cumplimiento de las regulaciones fiscales actuales y aprovechar los beneficios tributarios disponibles para la empresa	DA2. Implementar sistemas que simplifiquen la actualización y organización de documentos internos, respaldados por un control periódico, con el fin de mejorar la eficiencia operativa de Ingenia Soluciones
D3. Fluctuación de la rentabilidad	DO3. Aprovechar la flexibilidad operativa de Ingenia Soluciones para adaptarse al mercado y tener en cuenta las oportunidades surgidas en respuesta a la creciente demanda de actividades artísticas y de entretenimiento	DA3. Explorar oportunidades para diversificar las fuentes de ingresos mediante la incorporación de elementos que añadan valor adicional para el cliente
D4. Fidelización de clientes	DO4. Establecer un programa de fidelización de clientes que facilite la recopilación de retroalimentaciones para fortalecer el servicio al cliente y consolidar la marca a nivel local	DA4. A través de una estrategia de marketing, alcanzar a clientes potenciales y fortalecer las relaciones con los actuales
D5. Ausencia de portafolio de servicios	DO5. Elaboración de un portafolio de servicios diversificado que responda a las necesidades de los clientes, ofreciendo precios competitivos y adaptándose a las condiciones cambiantes del mercado, como el IPC	DA5. Proporcionar un portafolio de servicios que incorpore soluciones tecnológicas innovadoras con el objetivo de potenciar la experiencia del cliente



Matriz comparativa empresas a nivel de Santander

La siguiente matriz comparativa permitió identificar los aspectos en los que Ingenia Soluciones debe destacar frente la competencia a nivel local.

Empresa	Productos y servicios	Tipo de eventos	Presencia en redes	Cobertura geográfica	Alianzas estratégicas	Experiencia
Sonido Técnico Sonotec	Decoración, recinto, logística, mobiliarios, sonido, iluminación, plataformas, catering, transporte, streaming, fotografía, publicidad	Empresariales, sociales, deportivos, masivos, virtuales	Página web Instagram Facebook WhatsApp	Nacional	Si tiene	27 años
ABC producciones	Decoración, recinto, logística, mobiliarios, sonido, iluminación, plataformas, transporte, fotografía, publicidad	Empresariales, sociales y conciertos	Página web Facebook WhatsApp	Nacional	No tiene	13 años
Puntual Eventos	Decoración, recinto, logística, mobiliarios, sonido, iluminación, plataformas, catering, transporte, streaming, fotografía, publicidad	Empresariales, sociales, deportivos, masivos, virtuales	Empresariales, sociales, deportivos, masivos, virtuales	Nacional	No tiene	20 años
Digital 7.0	Decoración, recinto, logística, mobiliarios, sonido, iluminación, plataformas, catering, transporte, streaming, fotografía	Empresariales, sociales, deportivos, masivos, virtuales	Instagram Facebook WhatsApp	Nacional	No tiene	13 años
Medusa Producciones Eventos y Espectáculos	Decoración, recinto, logística, mobiliarios, sonido, iluminación, plataformas, catering, streaming, fotografía, publicidad	Empresariales, sociales, masivos	Empresariales, sociales, deportivos, masivos, virtuales	Nacional	No tiene	13 años



Matriz comparativa empresas a nivel Nacional

La siguiente matriz comparativa permitió identificar los aspectos en los que Ingenia Soluciones debe destacar frente la competencia a nivel nacional.

Empresa	Productos y servicios	Enfoque sostenible	Tamaño	Cobertura geográfica	Experiencia
ORBIT eventos	Producción de eventos corporativos y reuniones, eventos sociales y soluciones integrales para eventos	No tiene	Mediano	Nacional e internacional	16 años
Producción de eventos 911	Diseño gráfico y digital, publicidad, creación de marcas, producción audiovisual, producción logística de eventos, suministro de personal, decoración y montaje de eventos	No tiene	Mediano	Nacional e internacional	20 años
DU Brands	Publicidad, producción audiovisual, creación de marcas, producción logística de eventos, decoración, conciertos, suministro de personal	Si tiene	Mediano	Nacional e internacional	13 años
4E Dominio en logística	Logística de eventos, publicidad BTL, mercadeo y diseño gráfico, decoración, apps	Si tiene	Mediana	Nacional	14 años
Quinta generación	Planeación y ejecución de eventos, catering, stands, acompañamiento logístico, streaming, activaciones de marca, servicios para viajes, hotelería, transporte	Si tiene	Grande	Nacional e internacional	13 años



Módulo 2

Estructura corporativa e identidad empresarial

Promesa de marca

Simplifica, Facilita, Integra

Propósito

En Ingenia Soluciones S.A.S., nuestro propósito es ser su aliado confiable y asumir los desafíos más complejos, simplificando su experiencia y satisfaciendo sus necesidades, haciéndolo fácil para usted.



Misión

Ingenia Soluciones se dedica a aportar valor en la prestación de diversos servicios en el sector eventos a organizaciones e instituciones de carácter público y privado, brindando propuestas innovadoras y efectivas mediante un cubrimiento integral 360 en la planificación y estrategia, producción técnica y logística, marketing y demás soluciones integrales, mediante un impacto positivo en el bienestar, la productividad y el crecimiento de sus miembros, enfocándonos en satisfacer las necesidades de nuestros clientes en todas las etapas de su experiencia, contribuyendo con ello a la transformación de nuestra sociedad, a partir de un enfoque de pasión y mejora continua.

Visión

En los próximos 5 años, Ingenia Soluciones estará dentro de los 10 grupos empresariales de servicios integrales logísticos más importantes de Colombia, impactando el sector corporativo, institucional y social, destacándose por la excelencia y amplia trayectoria. Esto mediante el desarrollo de un portafolio de servicios diversificado de alto valor, la implementación de un enfoque sostenible, personal altamente calificado y el respaldo de alianzas estratégicas sólidas que nos permitan brindar soluciones integrales y de calidad, garantizando experiencias memorables a nuestros clientes en cada ocasión.



Objetivos corporativos

Objetivo general

Posicionar a la empresa como una marca reconocida a nivel nacional, siendo una opción confiable y de alta calidad que garantiza la satisfacción de las necesidades del cliente, con el fin de establecer relaciones duraderas, fomentar la lealtad del cliente y contribuir al crecimiento sostenible de la empresa en el mercado.

Objetivos específicos

- Fortalecer el reconocimiento de la empresa a través de estrategias efectivas en redes sociales y mercado digital, con el objetivo de aumentar la visibilidad de la marca.
- Diseñar un portafolio innovador de productos y servicios, adaptado a las necesidades cambiantes del cliente, para maximizar su satisfacción y fidelización en un mercado dinámico.
- Crear un sistema de fidelización de clientes que permita establecer relaciones sólidas con experiencias personalizadas y de alto valor para fortalecer la lealtad hacia la organización.
- Implementar estrategias de reducción de costos, optimización de procesos y diversificación de ingresos para asegurar un crecimiento financiero sostenible en la organización.

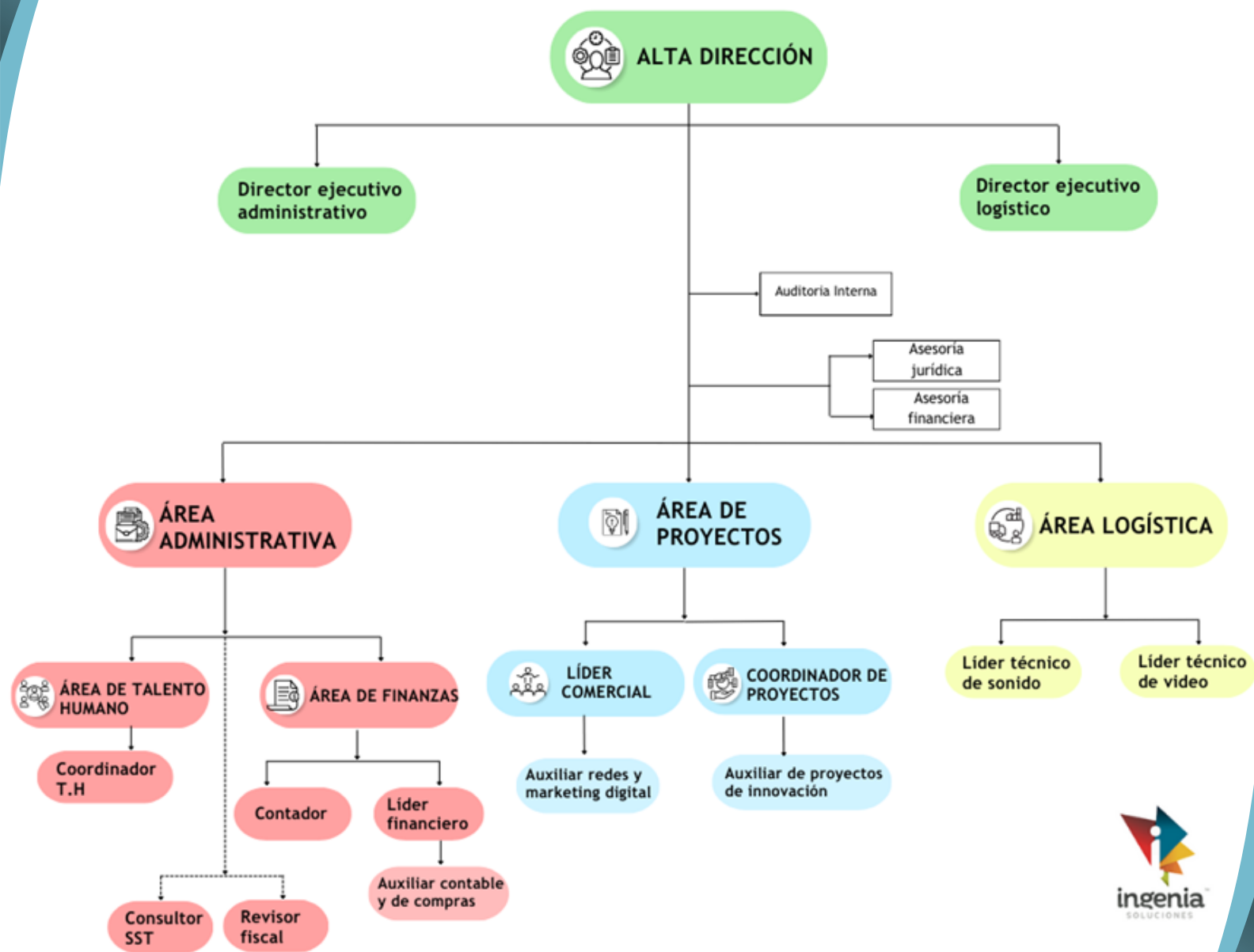


Valores organizacionales

- **Excelencia:** Nos esforzamos constantemente por alcanzar la más alta calidad en los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes.
- **Creatividad e innovación:** Buscamos continuamente nuevas ideas y enfoques para crear experiencias únicas e inolvidables.
- **Compromiso con el cliente:** Priorizamos las necesidades y expectativas de nuestros clientes, ofreciendo un servicio personalizado y gratificante.
- **Trabajo en equipo:** Valoramos y promovemos la colaboración entre los miembros de nuestro equipo para lograr los objetivos de nuestra organización.
- **Adaptabilidad:** Tenemos la capacidad para ajustarnos a los cambios imprevistos en diferentes situaciones, garantizando el éxito de nuestros servicios.
- **Responsabilidad:** Cumplimos con nuestros compromisos y obligaciones como organización, tomando decisiones acertadas y considerando el impacto que generamos.



Organigrama



Mapa de procesos



Módulo 3

Balanced Scorecard

Mediante esta herramienta se medirán los indicadores de gestión establecidos para las áreas financiera, clientes, procesos internos y aprendizaje y crecimiento, teniendo en cuenta la frecuencia de cada uno.

Indicadores de gestión

Financieros

Objetivo estratégico	Nombre indicador	Proceso	Fórmula	Unidad de medición	Frecuencia	Responsable
F1. Incrementar la rentabilidad	Retorno sobre el capital invertido (ROIC)	Gestión financiera	$\% \text{ ROIC} = (\text{EBIT} / \text{Capital invertido}) * 100$	Porcentaje	Trimestral	Líder financiero
F2. Aumentar ingresos	Tasa de crecimiento de ventas	Ventas	$\% \text{ TCV} = (\text{Ventas actuales} - \text{Ventas anteriores} / \text{Ventas anteriores}) * 100$	Porcentaje	Mensual	Líder financiero
F3. Minimizar costos y gastos de operación	Índice de gastos operativos (OER)	Gestión financiera	$\% \text{ OER} = (\text{Costos y gastos operativos} / \text{Ingresos totales}) * 100$	Porcentaje	Trimestral	Líder financiero



Clientes

Objetivo estratégico	Nombre indicador	Proceso	Fórmula	Unidad de medición	Frecuencia	Responsable
C1. Fidelizar a los clientes	Tasa de retención de clientes	Mercadeo y ventas	%TRC= (Número de clientes que realizan segunda compra/ número total de clientes) *100	Porcentaje	Semestral	Líder comercial
C2. Proporcionar una experiencia satisfactoria al cliente	Indicador de satisfacción del cliente (ISC)	Mercadeo y ventas	% ISC= (suma calificación de los clientes/ total de clientes) *100	Porcentaje	Mensual	Líder comercial
C3. Fortalecer la posición en el mercado	Participación en el mercado	Ventas	%PM= (Clientes año actual- clientes año anterior) /clientes año anterior) *100	Porcentaje	Anual	Líder comercial



Procesos internos

Objetivo estratégico	Nombre indicador	Proceso	Fórmula	Unidad de medición	Frecuencia	Responsable
P1. Realizar acuerdos y colaboraciones estratégicas con proveedores	Índice de contribución de alianzas estratégicas	Área comercial y de ventas	$\%ICA E = \left(\frac{\text{Beneficio total generado por alianzas/inversión total en alianzas}}{\text{Beneficio total}} \right) * 100$	Porcentaje	Mensual	Coordinador de proyectos
P2. Diversificar el portafolio de servicios	Variación de portafolio de servicios	Ventas	$\%VPS = \left(\frac{\text{Cantidad productos ofrecidos actualmente} - \text{Cantidad productos anteriormente}}{\text{Cantidad productos ofrecidos anteriormente}} \right) * 100$	Porcentaje	Trimestral	Coordinador de proyectos
P3. Optimizar la eficiencia en la prestación de servicios	Índice eficiencia de servicios (IES)	Área administrativa	$\%IES = \left(\frac{\text{tiempo de ejecución de servicio} - \text{tiempo planificado para ejecución de servicio}}{\text{tiempo planificado para ejecución de servicio}} \right) * 100$	Porcentaje	Por servicio	Coordinador de proyectos

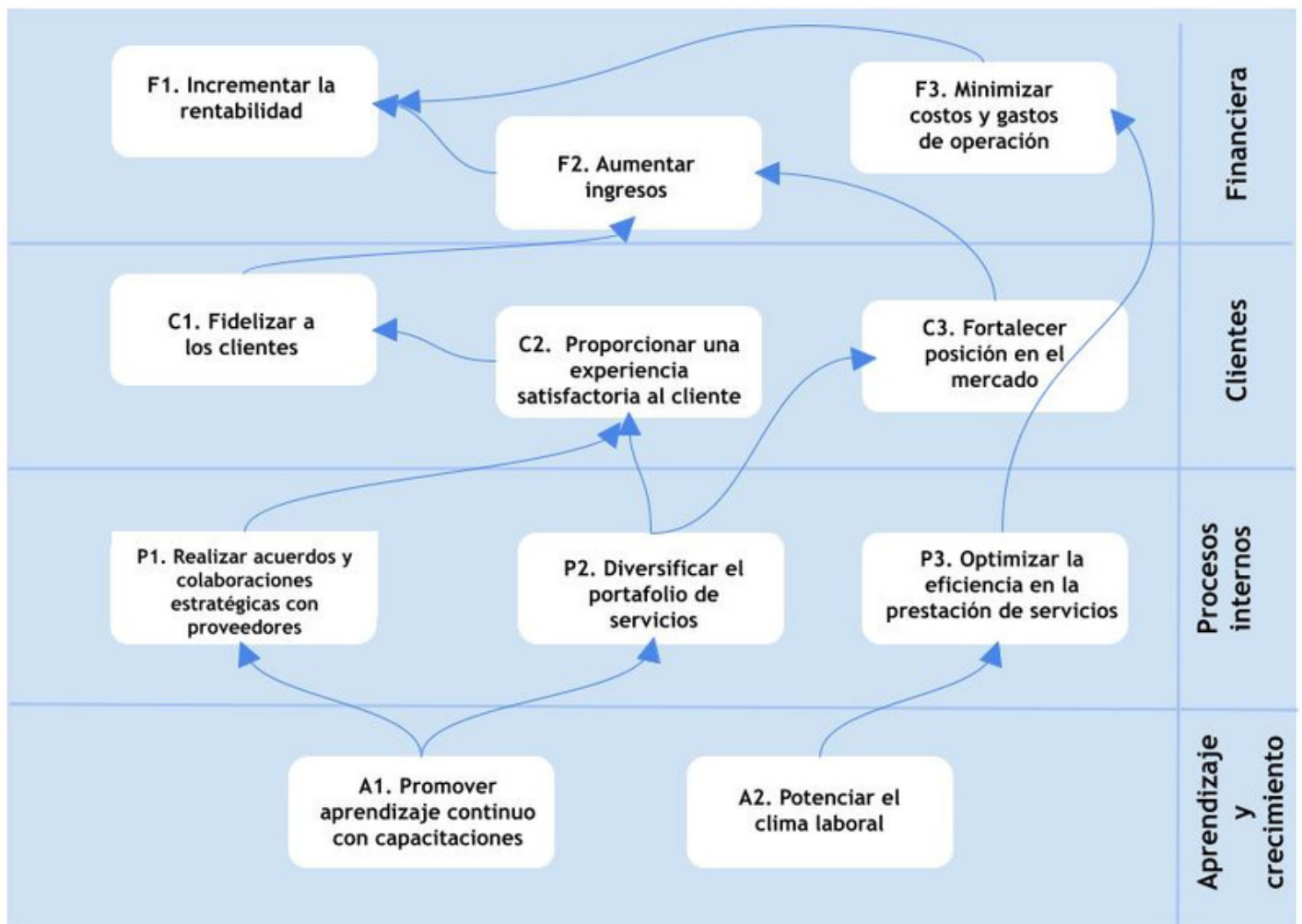


Aprendizaje y crecimiento

Objetivo estratégico	Nombre indicador	Proceso	Fórmula	Unidad de medición	Frecuencia	Responsable
A1. Promover aprendizaje continuo con capacitaciones	Índice de capacitaciones a personal (ICP)	Recursos humanos	$\%ICP = \left(\frac{\text{capacitaciones realizadas}}{\text{capacitaciones programadas}} \right) * 100$	Porcentaje	Trimestral	Director ejecutivo administrativo
A2. Potenciar el clima laboral	Índice de satisfacción laboral (ISL)	Recursos humanos	$\% ISL = \left(\frac{\text{personal satisfecho}}{\text{personal encuestado}} \right) * 100$	Porcentaje	Mensual	Director ejecutivo administrativo



Mapa estratégico



Módulo 4

Estrategias de competitividad

Con base en los análisis y medidas evidenciadas en los módulos previos, se han formulado las siguientes estrategias en pro del desarrollo de la empresa:

- Incorporación de un cargo auxiliar de redes y marketing digital.
- Incorporación de un cargo auxiliar para proyectos de innovación.
- Inversión destinada a fortalecer el área de marketing.
- Inversión para impulsar proyectos de innovación.
- Inversión en la implementación de un enfoque sostenible en la organización.

