

PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA EMPRESA MAPLAS

AUTORES

ANGIE MANDINGA Y DIANEY QUIÑONES

**TECNOLOGÍA EN
GESTIÓN EMPRESARIAL 6TO
SEMESTRE NOCTURNO**

**INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO SIMÓN
RODRÍGUEZ. INTENALCO**

CALI-COLOMBIA

2024.

PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA EMPRESA MAPLAS

AUTORES

ANGIE MANDINGA Y DIANEY QUIÑONES

**TECNOLOGÍA EN
GESTIÓN EMPRESARIAL 6TO
SEMESTRE NOCTURNO**

**INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO SIMÓN
RODRÍGUEZ. INTENALCO
CALI-COLOMBIA**

2024.

Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN	5
Título del proyecto.....	6
1. Planteamiento del problema.....	6
1.1 Síntomas, Causas, Pronóstico, Control al pronóstico	7
1.2 Formulación del problema.....	7
1.3 Sistematización del problema.....	8
2. Objetivos	9
2.1 Objetivo general	9
2.2 Objetivos específicos	9
3. Justificación.....	10
3.1 Justificación práctica	10
3.2 Justificación teórica.....	11
3.3 Justificación metodológica.....	13
4. Marco referencial	14
4.1 Marco Teórico	20
a) Estructura organizacional:	20
b) Crecimiento organizacional:	22
4.2 Marco conceptual.....	26
4.3 Marco contextual.....	28
4.4 Marco Legal	30

4.5 Marco Temporal.....	31
5. Diseño Metodológico	32
6. Reseña histórica empresarial	34
7. Políticas de la empresa.....	39
1. Política de recomendaciones al recibir el equipo	39
2. Política de recomendaciones para recibir capacitación inicial o soporte técnico...	40
3. Política de Garantía.....	41
4. Política de devolución	42
8. Análisis de la situación actual de la empresa. 8.1 Análisis del sector.	47
Estrategias de Ventas.....	55
9. Plan de mejoramiento	58
Objetivo General.....	60
Objetivos específicos.....	60
Estrategias.....	61
10. Presupuesto de implementación.	71
11. Conclusión	73
12. Recomendaciones	74
13. Bibliografía / Web Grafía.....	75

INTRODUCCIÓN

Nuestro proyecto de grado tiene la finalidad de establecer un orden y proponer un plan de mejoramiento que genere un impacto positivo en la empresa MAPLAS CALI SAS, el sentido de este trabajo es dejar en claro la necesidad que tiene la empresa de mejorar para crecer, así mismo buscamos proponer una serie de variables, de las cuales se desprende una formulación, plan de acción, propuestas, toma de decisiones y análisis. Los objetivos específicos definidos en este trabajo delinean acciones claras y medibles que apoyan la organización de Maplas Cali SAS mediante un orden jerárquico bien definido y la implementación de estrategias que favorecen su crecimiento. Cada objetivo específico contribuye de manera directa a la formulación de un plan de acción viable y efectivo para lograr los cambios propuestos en la estructura organizacional. Para lograr nuestro objetivo, tendremos la tarea de analizar los departamentos, la jerarquía, la razón de ser de la organización y sus funciones.

Título del proyecto.

PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA EMPRESA MAPLAS CALI SAS.

1. Planteamiento del problema.

La empresa Maplas Cali SAS enfrenta una serie de desafíos organizacionales que están afectando su desempeño y crecimiento. En primer lugar, se observa la **falta de orden y una estructura organizacional clara**, lo que genera confusión y dificulta que cada individuo cumpla sus funciones de manera eficiente y alineada con los objetivos estratégicos de la empresa. Además, la **ausencia de una estructura jerárquica definida** contribuye a la falta de liderazgo y responsabilidad, lo que impide un flujo de trabajo coherente y una toma de decisiones efectiva. Por otro lado, la empresa está experimentando un **detenimiento en las ventas**, con una clara disminución en la llegada de nuevos pedidos, lo que sugiere un problema en la gestión comercial o en la relación con los clientes. Finalmente, la **falta de fidelización de los clientes** refleja un déficit en la satisfacción y lealtad hacia los productos o servicios ofrecidos por la empresa, lo que a largo plazo podría impactar negativamente en la estabilidad financiera y en el crecimiento sostenido de la organización.

1.1 Síntomas, Causas, Pronóstico, Control al pronóstico

SINTOMAS	CAUSAS	PRONÓSTICO	CONTROL
La organización carece de una estructura jerárquica.	Es una empresa familiar.	Desacuerdos entre los colaboradores y mala comunicación.	Establecer límites normativos que permitan que cada colaborador tenga claro que responsabilidad tenga a su cargo.
La empresa está presentando un detenimiento en las ventas, no ingresan pedidos.	No hay estrategias de marketing en el área de ventas.	Los colaboradores de Maplas se quejan porque no hay trabajo.	Establecer una jornada en la que el área de ventas sea capacitada, para impulsar nuevas estrategias de marketing.
No hay fidelización en los clientes de Maplas	Mala atención al cliente.	No se genera una buena experiencia para el cliente desde el asesoramiento.	Realizar un servicio de calidad desde el inicio de la cotización y establecer un servicio post venta.

1.2 Formulación del problema.

¿Qué plan desarrollar para establecer un orden y una estructura organizacional adecuada en la empresa Maplas Cali SAS?

1.3 Sistematización del problema

- ¿En qué situación se encuentra actualmente la empresa Maplas Cali SAS frente a la carencia de estructura organizacional?
- ¿Cuáles serían las estrategias que se deben diseñar y adaptar en la empresa

Maplas Cali SAS, para resolver el problema? (falta de orden y una estructura organizacional)

- De acuerdo con las estrategias que se van a diseñar, ¿Cuál es el plan de acción que se va a plantear para trazar el camino y poder alcanzar estas estrategias propuestas?

¿Cuál sería el costo-beneficio que tendrá la empresa Maplas Cali SAS, luego de que la reestructuración y la nueva planificación influya en esta problemática que se presenta (falta de orden y una estructura organizacional)?

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Diseñar una estructura y un orden jerárquico en la empresa Maplas Cali SAS que impulsen el aprovechamiento del recurso humano y este se convierta en una fortaleza para el crecimiento organizacional.

2.2 Objetivos específicos

- ✓ Proponer e identificar las estrategias que se deben aplicar en Maplas Cali SAS para establecer los límites jerárquicos.
- ✓ Establecer el plan de acción que se requiere para trazar el camino y poder lograr cada estrategia propuesta.
- ✓ Determinar el costo-beneficio que tendrá la empresa Maplas Cali SAS, luego de que la nueva estructura tenga impacto sobre la organización.
- ✓ Realizar un diagnostico empresarial para identificar las debilidades estructurales y funcionales de la empresa Maplas Cali, permitiendo establecer una base para la toma de decisiones en el proceso de mejoramiento.

3. Justificación

3.1 Justificación práctica

Este trabajo propone la aplicación de un orden estratégico que impulse el crecimiento organizacional, también se busca mejorar el ambiente laboral, obtener un mayor control en las decisiones que se tomen basándose en la estructura definida. La empresa **Maplas Cali SAS** enfrenta desafíos organizacionales que afectan gravemente su rendimiento y crecimiento. La falta de una estructura organizacional clara y la ausencia de una jerarquía definida generan confusión y dificultan la asignación adecuada de responsabilidades. Esto impacta negativamente en la eficiencia operativa, ya que los empleados no cuentan con una dirección clara para cumplir con sus funciones de manera alineada con los objetivos estratégicos de la empresa. La ausencia de un liderazgo efectivo impide la toma de decisiones coherentes y afecta el flujo de trabajo. Por lo tanto, es crucial mejorar la estructura organizacional y establecer una jerarquía clara para optimizar los procesos internos, fortalecer el liderazgo y la toma de decisiones. Igualmente, se debe trabajar en la mejora de la relación con los clientes para recuperar su confianza y fomentar la fidelidad, lo cual impactará positivamente en las ventas y en el crecimiento sostenido de la empresa. La implementación de estas mejoras es esencial para que **Maplas Cali SAS** pueda superar los obstáculos actuales y posicionarse de manera

competitiva en el mercado.

3.2 Justificación teórica

Esta investigación se realiza con el propósito de aportar conocimiento existente sobre la mejora de la jerarquía y estructura organizacional dentro de la empresa.

1. Teoría de la Contingencia: Adaptación al Entorno

Esta teoría de la contingencia, la efectividad de una organización depende de su capacidad para adaptarse a las condiciones cambiantes del entorno. En un mercado cada vez más dinámico y competitivo, es esencial que nuestra organización desarrolle una estructura que permita agilidad y flexibilidad. Esta teoría es fundamental ya que evalúa factores como el tamaño de la empresa, el tipo de industria y el mercado objetivo, las organizaciones pueden diseñar estructuras que mejoren la eficiencia y la comunicación interna.

2. Teoría del Diseño Organizacional: Claridad en Roles y Responsabilidades

El diseño organizacional se centra en cómo se deben estructurar las empresas para maximizar su efectividad. Al definir roles claros y establecer procesos bien coordinados, se minimizan los solapamientos y confusiones que pueden surgir en estructuras jerárquicas complejas. Por lo tanto, proponemos una revisión de nuestra estructura actual para simplificar los niveles jerárquicos y facilitar la comunicación entre departamentos. Esto permitirá que cada empleado comprenda su contribución al objetivo común, aumentando así la motivación y el compromiso hacia los resultados organizacionales.

3. Teoría del Capital Humano: Inversión en Talento

La teoría del capital humano resalta la importancia de invertir en el desarrollo de los empleados como un recurso clave para el éxito organizacional. Al mejorar nuestra jerarquía, podemos crear oportunidades para el desarrollo profesional y la formación continua del personal en todos los niveles. Esto no solo potenciará las habilidades individuales, sino que también fomentará un sentido de pertenencia y lealtad hacia la organización. Un entorno donde los empleados se sienten valorados y apoyados es más propenso a generar innovación y eficiencia.

3.3 Justificación metodológica

La metodología busca optimizar la eficiencia y la alineación de los cargos dentro de una jerarquía clara, lo cual facilita la toma de decisiones en los niveles estratégico, táctico y operativo, y mejora la efectividad en el logro de metas. Este enfoque se corresponde con el tipo de investigación exploratoria y descriptiva, que permitirá realizar un diagnóstico detallado de la situación organizacional actual a través de la observación directa y el análisis de documentos internos. Las fuentes de información, como encuestas a empleados, entrevistas a directivos y el análisis de informes financieros, proporcionarán los datos necesarios para identificar áreas de mejora, contrastar el diagnóstico con modelos organizacionales y generar propuestas de acción que impulsen el crecimiento y la fidelización de clientes, alineando así la estrategia organizacional con las necesidades de la empresa y fortaleciendo su estructura para alcanzar los objetivos propuestos.

4. Marco referencial

Título: Rediseño organizacional del área administrativa de una empresa productora de cardamomo, Guatemala, noviembre de 2006.

Autor: Irene Guadalupe Ixcot Panadero

Este informe se presenta de conformidad con los lineamientos académicos establecidos por la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, como evaluación final y requisito previo a obtener el título en el grado académico de Licenciado en la carrera de Administración de Empresas. El presente trabajo de investigación es un estudio realizado a la empresa productora de cardamomo, cuyo tema general es “Rediseño Organizacional del Área Administrativa de una Empresa Productora de Cardamomo”, se espera que los resultados sean de utilidad para la administración de esta. El objetivo general es desarrollar una propuesta de rediseño organizacional de la empresa, a efecto de asignar, ordenar y coordinar todas las actividades que ésta realiza, para maximizar la utilización de los recursos humanos, tecnológicos y por ende, la minimización de costos.

Conclusiones:

- Necesidad de alineación estratégica: La estructura organizacional debe estar alineada con los objetivos estratégicos de la empresa para garantizar eficiencia y eficacia en el logro de metas.
- Importancia de la comunicación interna: Una estructura bien diseñada facilita la comunicación efectiva entre departamentos y niveles jerárquicos, mejorando la colaboración y reduciendo conflictos.
- Flexibilidad y adaptabilidad: Las organizaciones deben ser capaces de adaptarse a cambios en el entorno empresarial, por lo que una estructura flexible permite ajustes rápidos y efectivos.
- Participación del personal: Involucrar a los empleados en el proceso de diseño estructural puede aumentar la aceptación de cambios y mejorar el clima laboral.

✓ *Título: Metodología para el diagnóstico y diseño de una estructura organizacional, Universidad nacional autónoma de México, 2007.*

Autor: Óscar Argüelles Guerrero

Este trabajo de investigación tiene como objetivo presentar características, elementos y principios de las organizaciones, y propone una metodología para diagnosticar y diseñar estructuras organizacionales. Su contenido resume qué es y cómo diseñar una estructura organizacional, tratando de ubicar su aplicación en el contexto de la planeación. Este texto va dirigido tanto a los estudiantes y profesionales de cualquier disciplina, como a las personas que de alguna forma tienen relación con el mundo de la planeación administrativa. Su contenido da al lector los conceptos básicos característicos de las organizaciones, así como las consideraciones necesarias para el diseño de una estructura organizacional, partiendo de un diagnóstico que revele la problemática interna como del ambiente exógeno. La metodología plantea un proceso de tres etapas: que en primer lugar propone cómo elaborar un diagnóstico organizacional, para identificar los principales problemas por resolver y sus posibles soluciones.

En segundo lugar, plantea como elaborar la Visión-Misión de la organización, las cuales representan los objetivos generales y punto de partida para el diseño de la estructura organizacional. Y por último, los elementos esenciales para representar la estructura organizacional resultado del ejercicio.

Conclusiones:

- Diagnóstico organizacional esencial: La metodología propone que un diagnóstico profundo de la situación actual de la organización es crucial para identificar las debilidades y las áreas que requieren mejora. Este diagnóstico se realiza mediante el análisis de los procesos internos, la cultura organizacional y el entorno externo, lo cual es fundamental para entender las necesidades estructurales.

- Estrategia alineada con la misión y visión: Después de realizar el diagnóstico, una de las conclusiones fundamentales es que la estructura organizacional debe alinearse con los objetivos estratégicos de la empresa. La misión y visión deben ser el fundamento para rediseñar la estructura, asegurando que esta apoye el cumplimiento de los objetivos empresariales.

Importancia de la flexibilidad y adaptabilidad: El estudio resalta la necesidad de que las estructuras organizacionales sean dinámicas y capaces de adaptarse a cambios en el entorno o en las necesidades de la organización. La flexibilidad es clave para mantenerse competitivo.

- Participación de los miembros de la organización: Otro hallazgo común en este tipo de metodologías es que la participación de los colaboradores en el diseño y diagnóstico organizacional es crucial para el éxito del proceso. Su involucramiento asegura que se tomen en cuenta sus experiencias y conocimientos, lo cual mejora la efectividad del rediseño.
- Énfasis en la mejora continua: Finalmente, la metodología pone de relieve que el diseño de una estructura organizacional no es un proceso estático. Las organizaciones deben comprometerse con una mejora continua, evaluando y ajustando la estructura según los cambios en el entorno y en sus objetivos.

4.1 Marco Teórico

Las bases teóricas en las que está fundamentada esta investigación son:

a) Estructura organizacional:

La estructura organizacional es la manifestación de la forma en la cual interactúan los procesos, tareas, actividades, información formal y personas para coordinar sus esfuerzos en el interior de una empresa, con el fin de alcanzar los objetivos estratégicos de la misma, para esto se ubica a cada colaborador en grupos de trabajo que finalmente forman los departamentos o divisiones de la empresa, en cada uno se identifica a un líder que ejerce autoridad y control en estos, posteriormente todos los líderes de departamento se encuentran bajo la supervisión de la alta gerencia. Esto se puede evidenciar en la siguiente definición: “La estructura organizacional es el sistema formal de tareas y relaciones de autoridad que controla cómo las personas coordinan sus acciones y utilizan los recursos para lograr las metas de la organización” (Jones, 2008, p.7).

El organigrama es la forma gráfica de visualizar la estructura organizacional, en esta se manifiestan sus tres componentes:

1. “La estructura organizacional designa relaciones formales de subordinación, como el número de niveles en la jerarquía y el tramo de control de los gerentes y supervisores” (Daft, 2010, p.90). Esto nos indica cuales son las personas responsables de cada proceso y que ejercen control sobre el grupo que supervisan.
2. “La estructura organizacional identifica el agrupamiento de individuos en departamentos y el de departamentos en la organización total” (Daft, 2010, p.90). Se establecen los grupos de trabajo, es decir, las personas que interactúan en cada departamento y los recursos que emplean para realizar los procesos de los cuales son responsables.

3. “La estructura organizacional incluye el diseño de sistemas para garantizar la comunicación, la coordinación y la integración efectivas de los esfuerzos entre departamentos” (Daft, 2010, p.90). Se establecen los mecanismos de comunicación formal entre los departamentos, es decir, como se deben coordinar para llevar a cabo la misión de la empresa, por ejemplo, los documentos que corresponden a solicitudes de materia prima que se requiere en producción y se solicitan al departamento de compras por medio de una orden escrita.

Lo más importante de la estructura organizacional es garantizar la transferencia de información, “La organización debe estar diseñada de tal modo que proporcione el flujo de información vertical y horizontal necesario para alcanzar las metas generales de la organización” (Daft, 2010, p.92). La estructura debe garantizar una comunicación asertiva y oportuna, que facilite la coordinación ante cambios inesperados en el entorno externo o interno de la empresa y permita la toma de decisiones acertadas para la organización.

b) Crecimiento organizacional:

El crecimiento organizacional ha sido un aspecto fundamental, el cual está presente de una u otra forma en cada organización e influye de manera directa sobre su permanencia en el mercado. Por esta razón es fundamental que las organizaciones tengan conciencia de que medidas deben implementar con el fin de no frenar su crecimiento, ni permitir un decrecimiento.

El crecimiento organizacional es la etapa del ciclo de vida en la que las organizaciones desarrollan las habilidades y competencias de creación de valor que les permiten adquirir recursos adicionales. El crecimiento permite que una empresa aumente su división de labores y su especialización y, por consiguiente, que desarrolle una ventaja competitiva (Jones, 2008, p.312).

Con relación a lo anterior se puede decir que el crecimiento le permitirá a la organización crear valor, y por consiguiente desarrollar una ventaja competitiva en el mercado. Sin embargo, la percepción del crecimiento en una organización llega a ser abstracto al basarse en diferentes enfoques, para determinar si una organización ha crecido o no, de ahí que en el siguiente fragmento afirmen lo siguiente:

Se ha partido de un error de base, al intentar definir lo que por su propia naturaleza no es, de forma homogénea, definible, toda vez que el fenómeno del crecimiento empresarial puede ser analizado desde distintas perspectivas: sociológica, organizativa, económica, financiera, etc. Aunque estos aspectos están muy relacionados, no necesariamente tienen que ser coincidentes, por lo que adquiere una especial relevancia la concreción del campo de actuación, para no desenfocar el alcance del estudio que se pretende realizar (Blázquez, Dorta y Verona, 2006, p.167-168).

Por lo tanto, es necesario tener claro el enfoque o la “percepción” por la cual optará la organización, para que con relación a esta se tomen las medidas necesarias en pro del crecimiento de esta.

Se definen 3 principales perspectivas las cuales son: Perspectiva del ciclo de vida, perspectiva basada en los recursos y perspectiva basada en la motivación (Blázquez et al., 2006).

La perspectiva del ciclo de vida considera que la vida de una organización se asemeja a la de los seres vivos, la cual está influida por diversas etapas y eventualmente morirá.

Teniendo en cuenta esta perspectiva se puede ver el crecimiento organizacional como algo

inevitable dentro de la organización. Como menciona Greiner (como se citó en Blázquez et al., 2006): Desde esta perspectiva, la empresa va evolucionando por fases, donde cada fase es consecuencia de una revolución de la anterior, lo cual genera una curva de crecimiento gradual con períodos de crecimiento interrumpidos por crisis volátiles.

Así, la empresa va evolucionando hacia la siguiente fase de crecimiento (p.176).

La perspectiva basada en los recursos se centra en la existencia de recursos con capacidad sobrante, susceptibles de ser empleados en nuevas áreas de actividad como inductores a la decisión del crecimiento empresarial en el que, sin duda, desempeña un papel primordial la

actitud emprendedora del empresario o directivo (Blázquez et al., 2006, p.178) Con relación a lo anterior se puede decir que es de gran importancia que las organizaciones tengan clara que perspectiva tienen en cuanto al crecimiento de su

organización, para que de este modo tomen las medidas necesarias para potenciar el crecimiento.

4.2 Marco conceptual

Las palabras y conceptos más relevantes dentro de la investigación y sus definiciones aplicadas a ésta son:

Colaboradores. (...) seres humanos provistos de dignidad y de importancia dentro del esquema de la estructura productiva (Guízar, 2013, p.285).

Cultura organizacional. Es el conjunto de suposiciones, creencias, valores y normas que comparten y aceptan los miembros de una organización (Guízar, 2013, p.284).

Departamentalización. Es la base sobre la cual los empleos se agrupan para el logro de metas organizacionales, teniendo en cuenta que toda organización tiene una forma propia y específica de clasificar y agrupar las actividades de trabajo (Soto, 2008, p.8).

Diseño organizacional. Desarrollo o modificación de la estructura de una organización (Soto, 2008, p.8).

Distribuidora. Persona física o jurídica de la cadena de suministro, distinta del fabricante o el importador que comercializa un producto (<https://dpej.rae.es/>, 2020).

Feedback. Se refiere a la retroalimentación que existe entre clientes y empresas, o los propios trabajadores de una marca (<https://economipedia.com/>, 2020).

Organigrama. Es una representación gráfica de la estructura jerárquica y funcional de una organización, permitiendo entenderla rápidamente de manera visual (<https://economipedia.com/>, 2020)

Organización. Compañía, sociedad, firma, empresa, autoridad o institución, o parte o combinación de ellas, tenga o no personalidad jurídica, y sea pública o privada, que tiene sus propias funciones y medios de decisión y gestión (<https://dpej.rae.es/>, 2020).

Proceso. Es una secuencia de acciones que se llevan a cabo para lograr un fin determinado. (<https://economipedia.com/>, 2020).

Recurso. Se denomina recursos a aquellos elementos que aportan algún tipo de beneficio a la sociedad. En economía, se llama recursos a aquellos factores que combinados son capaces de generar valor en la producción de bienes y servicios. Estos, desde una perspectiva económica clásica, son capital, tierra y trabajo (<https://www.definicionabc.com/>, 2007).

Subordinación. Sujeción a la orden, mando o dominio de alguien (<https://dle.rae.es/>, 2019).

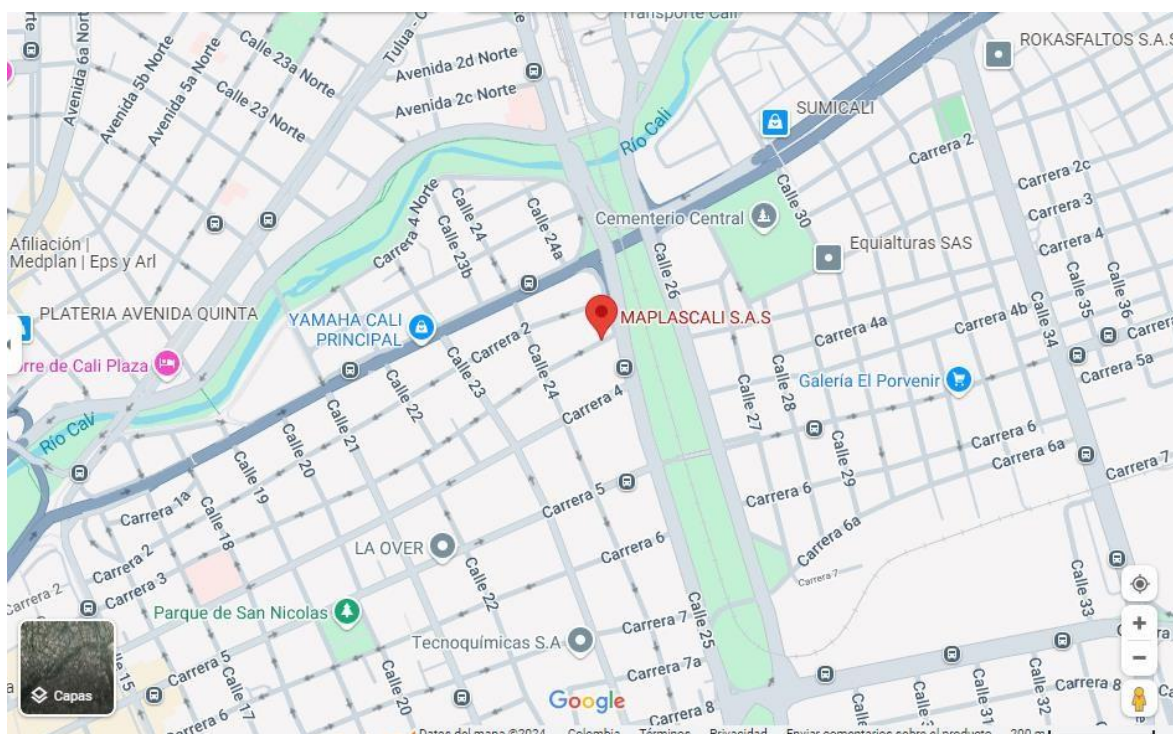
4.3 Marco contextual

Maplas Cali SAS es una empresa con más de 40 años de experiencia en el sector manufacturero, especializada en la fabricación e importación de máquinas para empaques. La mayor parte de sus ventas pertenecen a clientes que ya han

realizado compras anteriormente, brindan servicio de atención al cliente que ofrece soluciones de acuerdo con las necesidades de los clientes. Su crecimiento ha sido sostenido, pero enfrenta desafíos organizacionales debido a la falta de una estructura definida.

Cuenta con su sede en principal en la ciudad de Cali, capital del departamento de Valle del Cauca, la tercera ciudad más poblada y el tercer centro económico y cultural de Colombia.

Ubicada en Carrera 3 #24-129 San Nicolás. Rodeada de otras empresas reconocidas como: Periódico “El país”, Colombina y Tecnoquímicas.



4.4 Marco Legal

La presente empresa debe tener en cuenta el cumplimiento de la ley 1581 del 2012: “Reconoce y protege el derecho que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos que sean susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada”. El decreto 1387 del año 2013: “reglamentar parcialmente la Ley 1581 de 2012, por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales”, El Código de Comercio ya que este regula las actividades comerciales en el país. Adoptado mediante el Decreto 410 de 1971 y establece las reglas para los comerciantes, los contratos mercantiles, las sociedades comerciales y otras actividades económicas. Ley 1314 de 2009 este establece el marco normativo para la armonización de normas contables, de información financiera y de aseguramiento de la información con estándares internacionales, mejorando la calidad y transparencia de la información financiera, y la norma ISO 9001 que establece los requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad en la organización, para mejorar la eficiencia, la satisfacción del cliente y la calidad de los productos o servicios. MAPLASCALI S.A.S, pone en conocimiento a sus clientes la política de tratamiento de datos personales, en el cual busca proteger los derechos constitucionales y legales, como también la calidad de los productos y servicios ofrecidos por la empresa.

4.5 Marco Temporal

Esta investigación se ejecutará en dos periodos divididos que tiene una relación directamente con la formación del Instituto INTENALCO EDUCACIÓN SUPERIOR.

Los dos periodos establecidos son los siguientes:

Primera fase: Está comprendido entre agosto y noviembre del año 2023, durante este tiempo se llevará a cabo:

Propuesta de investigación y el anteproyecto de investigación con base a los temas expuestos en la catedra formulación y elaboración de proyectos.

Segunda Fase: Está comprendida entre agosto y noviembre del año 2024, durante este recorrido se ejecutará el desarrollo del plan de mejoramiento.

5. Diseño Metodológico

a) Tipo de investigación

La presente investigación tiene en principio un alcance exploratoria y descriptiva, donde se plantea realizar un diagnóstico en el cual se pueda compilar información interna sobre el diseño organizacional actual de la empresa; posteriormente realizar el análisis de los datos obtenidos y contrastarlos con la realidad de los procesos de la empresa y realizar las respectivas propuestas de acciones de mejora.

b) Método de investigación

Se hará uso del método de observación directa y análisis de documentos internos de la empresa. Ya que dentro del proyecto de investigación se pretende hacer un diagnóstico del modelo organizacional existente en la empresa en el momento de la investigación.

Se realizará el contraste del diagnóstico con la consulta bibliográfica de algunos de los modelos organizacionales existentes, con el fin de generar una propuesta de modelo organizacional que impacte positivamente a la necesidad de crecimiento en volumen de ventas y de clientes que experimenta la organización.

c) Técnicas de investigación

- **Encuestas a empleados:** esta nos permitirá analizar el clima organizacional, identificar áreas de mejora, sustentar recomendaciones.
- **Entrevistas a directivos:** evaluar toma de decisiones, identificar problemas y soluciones, comparar percepciones.
- **Análisis de informes financieros y administrativos:** diagnosticar la salud financiera, evaluar la eficiencia operativa, tomar decisiones basadas en datos, detectar riesgos y oportunidades.
- **Revisión documental:** Asociada a la estructura organizacional, observación de las funciones y procesos ejecutados por los colaboradores.
- **Diagnostico empresarial:** Según Rincón (2012) “El diagnóstico empresarial le permite a la administración conocer la situación actual por la que atraviesa el proceso organizativo, con qué cuenta la empresa y qué puede o debe hacer, qué estrategias implementar para superar los obstáculos que impiden obtener los resultados esperados, realizando seguimiento evaluativo a las mismas y, por consiguiente, efectuando los ajustes a que haya lugar. (Rincón, 2012)

6. Reseña histórica empresarial

La empresa Maplas Cali fue fundada en el año 1882, por su dueño Guido Sánchez, anteriormente reconocida como “Taller Industrial”. En sus inicios fue una empresa dedicada a la fabricación de repuestos para máquinas industriales, donde iniciaron con su empresa ubicada en el centro de la ciudad de Cali en “La Olla”. Contaban inicialmente con 5 trabajadores, 2 en el área de producción, 1 en contabilidad y 2 en ventas.

Maplas Cali, para el año 1986 comenzaron a fabricar máquinas industriales nombradas como C3N y C20 dedicadas a sellar costales, estas máquinas fueron vendidas a grandes empresas como Quaker, durante ese periodo de tiempo también fortalecieron su engagement fabricando máquinas para empresas como Kokoriko. Para el año 2013 la empresa fue comprada por Guido Andrés Sánchez, hijo del fundador y cambiaron su nombre a Maplas Cali, quien es actualmente el dueño de la organización, él ha sido el encargado de llevar a Maplas a un nivel actualizado en cuanto a tecnologías y prácticas, donde han incorporado un sistema de importación y exportación., donde también venden a nivel nacional e internacional, actualmente Maplas cuenta con 25 empleados en su única sede Cali y una sub área de Mantenimiento y Repuestos.

a) Tipo de empresa



**CONSTITUCIÓN SOCIEDAD POR
ACCIONES SIMPLIFICADA**
Registros Públicos

F-RP-0117

Versión 1

Vigencia: 16/06/2020

EL PRESENTE MODELO ES A TÍTULO ILUSTRATIVO PARA LA ELABORACIÓN DE DOCUMENTOS SUJETOS A REGISTRO. LA CÁMARA DE COMERCIO DE CALI SE EXIME DE CUALQUIER RESPONSABILIDAD POR EL USO DE ESTE.

**CONSTITUCIÓN SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA
MAPLAS CALI SAS**

Guido Andrés Sánchez, de nacionalidad Washington D.C, identificado(a) con documento número 1.125.787.707, domiciliado(a) en la ciudad de Cali, Valle del Cauca, declara -previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos-, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada Maplas Cali SAS), con un capital suscrito de \$5'000.000.000), dividido en 2 acciones de valor nominal de (\$2'500.000.000) cada una, que han sido liberadas en su **50%**, previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado.

Una vez formulada la declaración que antecede, el suscrito ha establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad por acciones simplificada que por el presente acto se crea.

Estatutos

Capítulo I

Disposiciones generales

Artículo 1º. Forma. - La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará **Maplas CaliSAS**, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: "sociedad por acciones simplificada" o de las iniciales "SAS".

Artículo 2º. Objeto social. - La sociedad tendrá como objeto venta de maquinaria para sellado. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

b) Capital Social

Capítulo II

Reglas sobre capital y acciones

Artículo 5º. Capital autorizado. - El capital autorizado de la sociedad es de \$5'000.000.000, dividido en 2 acciones de valor nominal de \$2'500.000.000 cada una.

Artículo 6º. Capital suscrito. - El capital suscrito inicial de la sociedad es de \$1'000.000.000, dividido en 2 acciones, de valor nominal de \$500.000.000 cada una.

Artículo 7º. Capital pagado. - El capital pagado de la sociedad es de \$1'000.000.000 dividido en 2 acciones de valor nominal de \$500.000.000 cada una.

c) Objeto Social

Artículo 2º. Objeto social. - La sociedad tendrá como objeto venta de maquinaria para sellado. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

d) Misión y visión empresarial

Misión: *En MAPLASCALI S.A.S presentamos soluciones de empaque, llenado y codificación al sector industrial en fabricación e importación de todo tipo de máquinas Selladoras, Empacadoras, Codificadoras y Llenadoras, satisfaciendo a nuestros clientes con altos niveles de calidad y servicio técnico, utilizando talento humano capacitado, calificado y comprometido con la productividad eficiente, generando confianza y estabilidad con todos nuestros usuarios.*

La misión propuesta busca ser inspiradora y acorde con la realidad del entorno en el cual se desarrolla, de tal forma que se encuentran vinculados los colaboradores y las partes de interés como clientes y sectores económicos beneficiados con las actividades de la organización.

Visión: *Para el año 2028, ser una marca líder y reconocida a nivel internacional por su alta calidad en fabricación y comercialización en el sector secundario de máquinas Selladoras, Empacadoras, Codificadoras y Llenadoras, con el objetivo de satisfacer todas las necesidades de nuestros consumidores.*

Brindar un servicio técnico comprometido, calificado y eficaz. Destacándose en el mercado como una empresa sostenible, confiable y estratégica con el fin de atraer nuevos clientes.

7. Políticas de la empresa

1. Política de recomendaciones al recibir el equipo

- Una vez el equipo es despachado, el área de servicio al cliente enviara guía con toda la información para que el cliente pueda realizar seguimiento con la transportadora.
- Es obligación del comprador; en el momento de la entrega verificar el estado del producto (Guacal, caja, empaque, estructura, cinta de seguridad). En caso del que el producto se encuentre en mal estado, el comprador debe reportar la situación a la empresa de Transporte que le está entregando y al departamento de servicio al cliente de MaplasCali SAS. (Cel. 318 6017646). Es muy importante que esta revisión se realice frente al personal de la transportadora para que, en caso de averías, golpes etc, la empresa de transporte se haga responsable y así evitar incurrir nuevamente en gastos de envío.
- No olvidar confirmar el recibido de su equipo con el área de Servicio al cliente de Maplascal SAS para programar su capacitación inicial.

2. **Política de recomendaciones para recibir capacitación inicial o soporte técnico**

- Una vez agendada la visita del técnico, el cliente debe tener el equipo destapado y en el punto de instalación, teniendo en cuenta que las cometidas eléctricas cumpla con las condiciones exigidas del equipo (110v o 220v).

-Si en el momento de realizar la visita de instalación se genera algún reproceso o reprogramación debido a que el comprador no cuenta con los requerimientos de instalación indicados, el desplazamiento y la mano de obra del técnico será cobrado, aunque la visita no haya cumplido su objetivo.

-Al momento de enviar al técnico a las instalaciones del comprador donde se debe ejecutar el servicio y nadie se encuentre para recibirlo o no se encuentra el personal que va a recibir la capacitación o soporte técnico, MaplasCali SAS no se hace responsable y esto genera cobro adicional por desplazamiento y mano de obra.

- MaplasCali SAS no presta servicio técnico en lugares de difícil acceso, o que pongan en riesgo la integridad de nuestros técnicos. Solo se prestará el servicio en ciudades principales. En estos casos se ofrece la atención virtual o videos de instalación.

3. Política de Garantía

- Las maquinas contarán con 12 Meses de Garantía Mecánica y 3 meses Eléctrica, a partir de la expedición de la entrega de la maquina o la Facturación de este (lo que ocurra primero), en condiciones normales de servicio. El cubrimiento de la garantía debe contar con la evidencia de la correcta instalación y manipulación de la máquina.

-Todo equipo eléctrico debe contar con las protecciones eléctricas que correspondan, MAPLASCALI SAS. no instala los equipos si las acometidas eléctricas no cumplen con estas condiciones, si lo hace por exigencia del cliente, será bajo su responsabilidad, quedará consignado en el acta de instalación y lo equipos quedarán por fuera de la garantía en sus partes eléctricas y electrónicas expuestas.

-Si las maquinas presentan fallas y/o requiere servicio técnico dentro del tiempo de cobertura de garantía y son manipuladas por personas NO AUTORIZADAS de MAPLASCALI SAS, no se aceptan reclamos y el cliente debe asumir daños o faltantes que se puedan presentar.

4. Política de devolución

- Todas las ventas que realiza la empresa son definitivas, después de recibido el pedido el cliente tiene 48 horas para presentar reclamo por algún motivo en cuanto a la calidad, cantidad, característica del producto o error en la Factura de compra enviada, después de este tiempo no se acepta ningún tipo de reclamo.

- Solo se aceptan devoluciones en los tiempos establecidos (5 días hábiles) a partir de la fecha de la carta de aceptación o facturación, si se reportan después de esa fecha ya no se aceptará.

-No se realiza devolución de dinero, pero el cliente puede adquirir otro producto de igual valor o mayor valor, en caso de ser de mayor valor este debe dar el excedente. -El producto devuelto debe ser imperativamente nuevo (sin usar), empaquetado en su embalaje original acompañado de todos los accesorios e instrucciones. Los costos de envío serán asumidos por el cliente. El reembolso del producto devuelto se hará dentro de los 30 días siguientes a la notificación del derecho de retracto.

-Al momento de ejercer el derecho de devolución, el cliente debe ponerse en contacto con el área de servicio al cliente de MaplasCali SAS, donde se le indicaran en detalle el proceso Cel. 318 6017646. En la solicitud de devolución se deberá incluir la siguiente información:
Información de contacto del Cliente: Nombre, dirección y número de teléfono del Sr./Sra. • Número de Factura • Referencia del producto.

a) Estructura empresarial – Áreas funcionales

La empresa Maplas Cali SAS no cuenta con una estructura empresarial.

b) Portafolio de productos

Maplas ofrece máquinas para soluciones de empaque, llenado y codificado:



Despulpadoras

DESPULPADORA DE FRUTAS



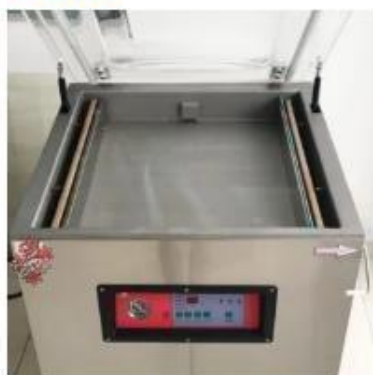
Enroscador

TAPADORA ROSCADORA DE ENVASES MANUAL.



Productos

SELLADORA DE VASOS SEMIAUTOMATICA



Empacadora al Vacío

EMPACADORA AL VACIO DOBLE BARRA 600MM



Empacadoras de Vacío

EMPACADORA PARA VACÍO BOMBA DE 10M2



Empacadoras de Vacío

SELLADORA AL VACIO DOBLE CAMPANA

c) Mercado

- Empresas (grandes, medianas y pequeñas), emprendimientos, tiendas y personas que trabajen con productos alimenticios.

d) Evolución Financiera

Analizando las gráficas financieras de la empresa podemos deducir que la evolución financiera de Maplas Cali cuenta con:

- **Ingresos anuales:** la empresa mantiene ingresos superiores a \$1'000.000.000 anuales.
- **Rentabilidad:** se ha mantenido estable, aunque con oportunidades de optimización en costos operativos.
- **Crecimiento del mercado:** ha tenido un crecimiento en el mercado con expansión a nivel nacional.

2022 vs 2023

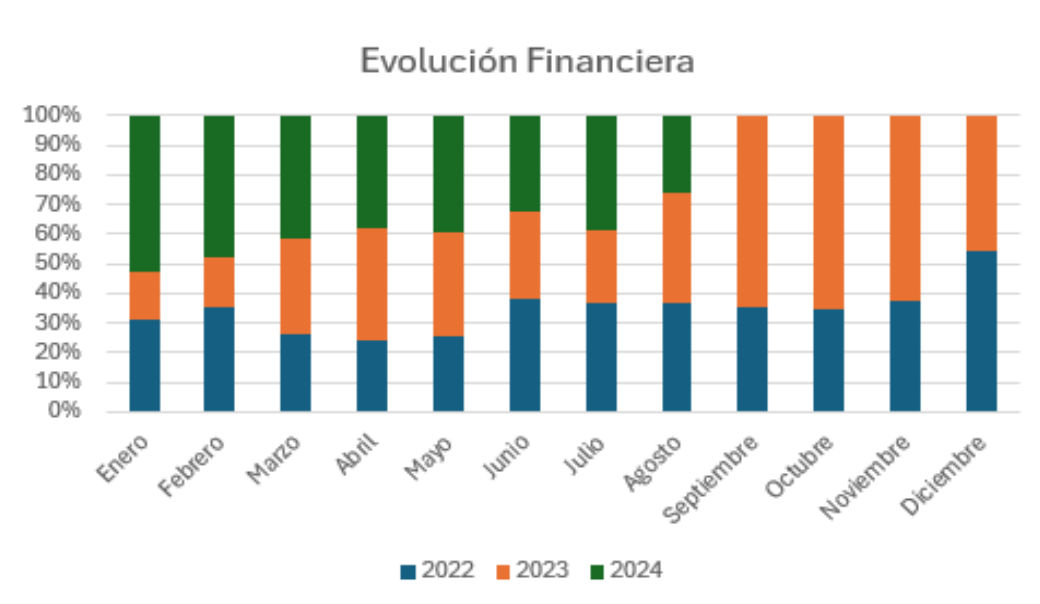
En el año 2023, la utilidad total aumento ligeramente en comparación con 2022 (\$2.047.000.000 vs \$1.992.000.000), hubo meses con aumentos significativos, como abril (\$202.000.000 vs \$130.000.000) y noviembre (\$241.000.000 vs \$145.000.000). Sin embargo hubo meses con disminuciones, como enero (\$85.000.000 vs \$170.000.000).

2023 Vs 2024

En el año 2024, la utilidad hasta agosto es de \$ 1.851.000.000, lo que sugiere que podría superar los años anteriores si la tendencia continúa. Se observan aumentos fuertes en meses como enero y febrero (\$287.000.000 en ambos meses, en comparación con los \$85.000.000 y \$101.000.000 de 2023). Sin embargo agosto muestra una caída (\$150.000.000 en 2024 vs \$215.000.000 en 2023).

En general el año 2023 tuvo mas estabilidad con una mejora progresiva en comparación con el año 2022. Mientras que el año 2024 ha mostrado un crecimiento significativo en algunos meses clave (enero, febrero, abril, mayo y julio), lo que indica un posible mejor desempeño financiero anual.

2022	UTILIDAD	2023	UTILIDAD	2024	UTILIDAD
Enero	\$ 170.000.000	Enero	\$ 85.000.000	Enero	\$ 287.000.000
Febrero	\$ 210.000.000	Febrero	\$ 101.000.000	Febrero	\$ 287.000.000
Marzo	\$ 100.000.000	Marzo	\$ 120.000.000	Marzo	\$ 158.000.000
Abril	\$ 130.000.000	Abril	\$ 202.000.000	Abril	\$ 203.000.000
Mayo	\$ 150.000.000	Mayo	\$ 211.000.000	Mayo	\$ 235.000.000
Junio	\$ 250.000.000	Junio	\$ 190.000.000	Junio	\$ 211.000.000
Julio	\$ 300.000.000	Julio	\$ 200.000.000	Julio	\$ 320.000.000
Agosto	\$ 210.000.000	Agosto	\$ 215.000.000	Agosto	\$ 150.000.000
Septiembre	\$ 96.000.000	Septiembre	\$ 178.000.000		
Octubre	\$ 103.000.000	Octubre	\$ 197.000.000		
Noviembre	\$ 145.000.000	Noviembre	\$ 241.000.000		
Diciembre	\$ 128.000.000	Diciembre	\$ 107.000.000		
Total	\$ 1.992.000.000	Total	\$ 2.047.000.000	Total	\$ 1.851.000.000



8. Análisis de la situación actual de la empresa.

8.1 Análisis del sector.

Sector Industrial: La industria ha tenido un desempeño positivo en 2024, con un crecimiento del 3,1% en el primer trimestre. Los sectores que han liderado este crecimiento son la industria manufacturera, la construcción y la minería. Las actividades económicas del sector industrial son básicamente las extractivas como la minera y la petrolera. Actualmente, Colombia vive un auge de exploración, explotación y exportación petrolera, lo que ha llevado al país a ocupar el cuarto lugar en producción en América Latina. En lo que se refiere a la minería, el país cuenta con importantes recursos en carbón, oro, esmeraldas y materiales para la construcción. A este sector se suman las actividades de transformación, como el envasado de legumbres y frutas, embotellado de

refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc. Algunos de los sectores con mayores caídas de producción en los primeros dos meses del año fueron: vehículos automotores, productos de cauchos, caucho y confitería, carrocerías, aceites de cocina.

La industria en Colombia tiene un papel central en la economía, ya que aporta 11,6% al PIB genera 2,4 millones de empleos, produce el 20,4% de las exportaciones nacionales y es el destino del 18% de la inversión extranjera directa.

ANÁLISIS MICHAEL PORTTER

1. Amenaza de Nuevos Entrantes:

El sector industrial en Colombia presenta barreras de entrada moderadas. La inversión en maquinaria, tecnología y la necesidad de cumplir con regulaciones de calidad pueden dificultar el ingreso de nuevos competidores. Sin embargo, el acceso a proveedores de insumos y la creciente demanda de productos manufacturados facilitan la entrada al mercado.

2. Poder de los Proveedores

Los proveedores de materias primas en el sector manufacturero tienen un alto poder de negociación, especialmente cuando se trata de insumos especializados o importados. Las empresas dependen de contratos con proveedores específicos, lo que puede generar fluctuaciones en costo y disponibilidad de materiales clave.

3. Poder de los clientes

La capacidad de negociación de los clientes varía según el nivel de diferenciación de los productos. En segmentos donde los productos son comunes, los clientes tienen un mayor poder para exigir precios bajos y mejores condiciones. En cambio, en mercados donde la calidad, el servicio posventa y la personalización son factores clave, el poder de los clientes es menor.

4. Amenaza de Productos Sustitutos

la innovación tecnológica ha aumentado la oferta de productos sustitutos en el sector industrial. Materiales más eficientes, procesos automatizados y nuevas alternativas de producción pueden reducir la demanda de productos tradicionales. Sin embargo, en industrias donde la calidad y el cumplimiento de normativas son fundamentales, la amenaza de sustitución es menor.

5. Rivalidad entre Competidores

El sector industrial en Colombia es altamente competitivo, con empresas nacionales e internacionales compitiendo por cuotas de mercado. La presión sobre precios, la necesidad de diferenciación y la fidelización de clientes juegan un papel clave en la sostenibilidad de las empresas. Factores como la inversión, la eficiencia operativa y la calidad del servicio son determinantes para lograr una ventaja competitiva.

a) La competencia.

PAGOMA S.A

- Años en el mercado (54 años)
- Industrias farmacéuticas, cosmetológica, logística, consumo masivo entre otros.
- Tipo de empresa: Mediana
- Ubicación: Domiciliada en Bogotá, con sucursal en yumbo.

COMAC IA SAS

- Años en el mercado (7años)
- Tipo de empresa: Pequeña
- Industria de bebidas, lácteos, cárnicos, aseo y cuidado personal, frutas y verduras, panadería, laboratorio entre otros.
- Ubicación: Domiciliada en Cali – Valle del Cauca

MAQUIPACK CALI

- Fabrica y comercialización de equipos de empaque, llenado y codificación
- Ubicación: Domiciliada en Cali- Valle del Cauca

INTERTEC

- Años en el mercado (25)
- Tipo de empresa: Pequeña
- Aseo y cuidado personal, bebidas, cárnicos, frutas y verduras, granos harinas y cereales, laboratorio, lácteos, logística, panadería, entre otros.
- Ubicación: sede principal Bogotá, otras Sedes Cali y Medellín

b) El mercado actual – Participación en el mercado.

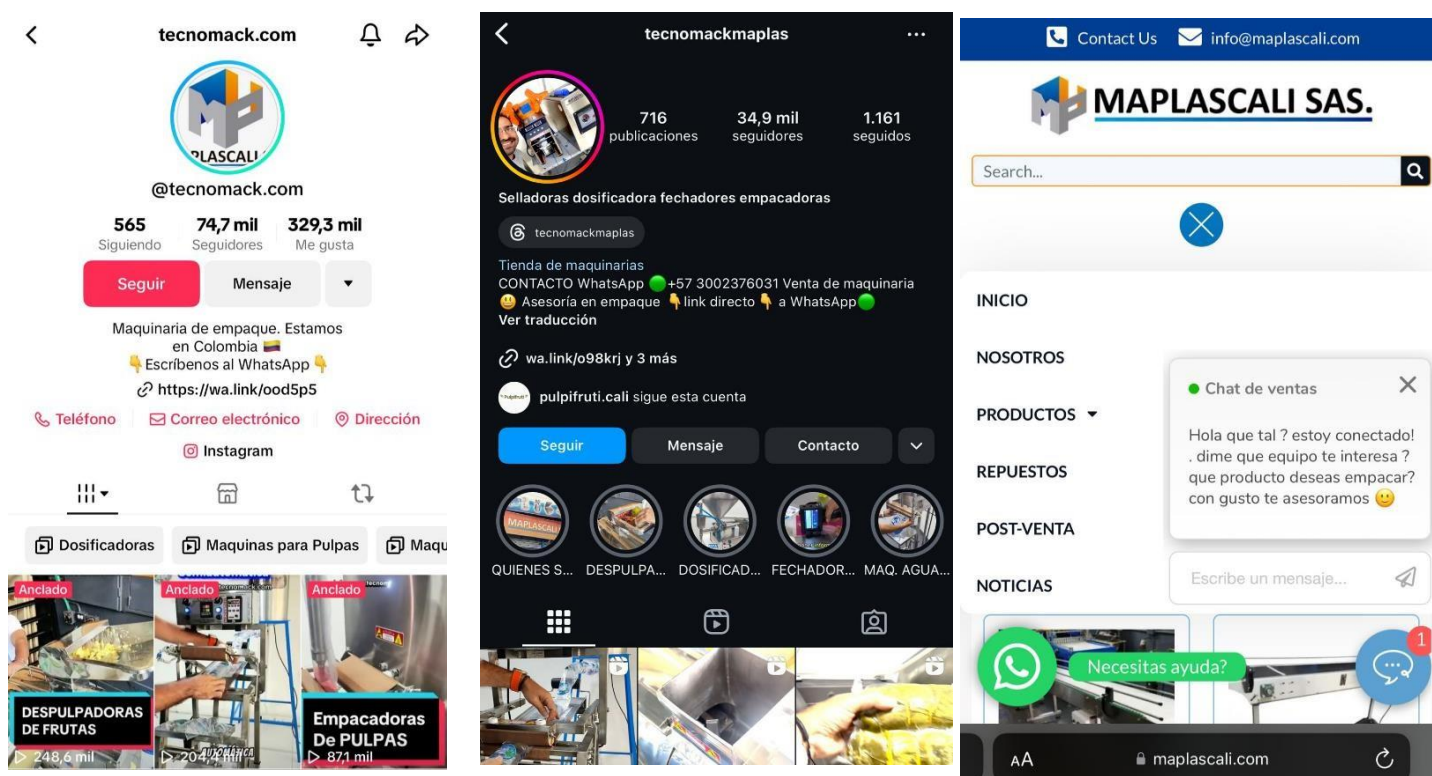
La empresa Maplas CALI SAS, una empresa enfocada en soluciones de empaque, sellado y etiquetado, ha impactado más de 500 clientes en Colombia y más de 25 a nivel Internacional, en los últimos 9 meses ha vendido aproximadamente 2´054.000.000, incluyendo proyectos de exportación a ciudades como Panamá, Costa Rica, Miami, Republica Dominicana, alcanzando una participación en el mercado del 1.5%.

Empresa	Participación
Maplas Cali	1,5
Otras Empresas	98,5



c) Estrategias de mercadeo y ventas

- Segmentación de Mercado: Identifican y segmentan a los clientes en función de sus necesidades específicas
- Marketing Digital: Desarrollan una presencia en línea a través de un sitio web optimizado donde brindan información relevante sobre las máquinas y sus funciones



Participación en Ferias y Eventos: Asisten a ferias de tecnología industrial para mostrar los productos, establecer contactos y captar nuevos clientes.

Estrategias de Ventas

- Capacitación del Equipo de Ventas: Proporcionan formación continua a los vendedores sobre las características técnicas y aplicaciones de los productos.
- Demostraciones de Producto: Realizan pruebas con los productos que manejan los clientes potenciales para mostrar la calidad y efectividad de los materiales.
- Atención Personalizada: Ofrecen un servicio al cliente, con atención personalizada para entender mejor las necesidades de cada cliente y proporcionar soluciones adecuadas, se llevará a cabo en modalidad virtual y presencial.



- Seguimiento Postventa: Realizan un seguimiento con los clientes después de la venta para asegurar su satisfacción y evaluar tu fidelización.

d) Matriz DOFA

✓ Análisis Interno y externo de la empresa:

MATRIZ DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Innovación en Productos 2. Experiencia en el Sector 3. Relaciones Sólidas 4. Atención al Cliente:	1. Dependencia de Proveedores 2. Visibilidad de Marca 3. Recursos Limitados 4. Adaptación al Cambio
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1. Crecimiento del Mercado 2. Tendencias Sostenibles 3. Expansión Geográfica 4. Tecnología Digital	F.O1.1 - Implementar campañas de marketing que resalten testimonios de clientes satisfechos y casos de éxito en la industria. - Buscar colaboraciones con universidades o centros de investigación para el desarrollo de tecnologías innovadoras. F.O4.2 - Realizar investigaciones y desarrollos para crear productos que utilicen menos energía y recursos, y que cumplan con estándares medioambientales. F.O2.3	D.O 4.1 Ofrecer programas de formación continua y talleres sobre nuevas tecnologías y prácticas sostenibles. - Realizar estudios de mercado para identificar las características que buscan los clientes en maquinaria y ajustar el portafolio de productos en consecuencia. D.O 2.3 - Implementar un sistema de gestión de relaciones con clientes (CRM) para mantener un seguimiento eficaz y personalizar la comunicación. D.O 3.1
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1. Competencia Intensa 2. Condiciones Económicas 3. Regulaciones 4. Avances Tecnológicos Rápidos	F.A 4.1 Implementar programas de lealtad y encuestas de satisfacción para recoger retroalimentación y mejorar continuamente el servicio. F.A 3.1 - Desarrollar promociones y publicidad que destaquen las ventajas competitivas, como la durabilidad o eficiencia de sus maquinarias F.A 3.3 - Establecer un equipo de cumplimiento normativo que monitoree regulaciones y realice auditorías internas periódicas.	D.A 4.4 Ofrecer talleres y formación continua sobre gestión de cambios y adaptaciones a nuevas normativas. D.A 4.2 - Implementar herramientas de comunicación y reuniones periódicas para asegurar que todos estén informados sobre estrategias y cambios. D.A 4.1 - Establecer un equipo de análisis de mercado que supervise las acciones de la competencia y ajuste las estrategias en consecuencia

✓

MATRIZ DOFA PARA EL SECTOR	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Innovación Continua: 2. Conocimiento del Mercado 3. Red de Distribución 4. Calidad de Producto	1. Dependencia de Proveedores 2. Visibilidad de Marca Limitada 3. Recursos Financieros Limitados 4. Adaptación a Cambios Rápidos
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ENSTRATEGIAS DO
1. Crecimiento del Sector Construcción 2. Tendencias Sostenibles 3. Digitalización 4. Expansión Internacional	F.O 4.3 Encuestas y Feedback: Realiza encuestas periódicas a clientes y empleados para recolectar opiniones sobre productos y servicios. F.O 2.4 Benchmarking: Compara tus procesos y productos con los de la competencia para identificar áreas de mejora y oportunidades.	D.O 4.4 Logística y Cadena de Suministro: Optimiza tu cadena de suministro para que sea flexible y capaz de adaptarse a diferentes regiones. Considera soluciones de logística local para mejorar la eficiencia. D.O 2.4 Capacitación Cultural: Ofrece formación sobre diferencias culturales y prácticas comerciales a tu equipo. Esto ayudará en las negociaciones y en la relación con proveedores y clientes internacionales.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1. Competencia Intensa 2. Inestabilidad Económica 3. Cambios Regulatorios 4. Avances Tecnológicos Rápidos	F.A 3.1 Investigación de Mercado Continua: Realiza análisis regulares sobre tendencias del mercado, comportamientos del consumidor y cambios en la industria. Usa herramientas de análisis de datos para identificar patrones. F.A 4.2 Matriz de Competencia: Crea una matriz que compare tus productos y servicios con los de la competencia. Incluye características, precios, y ventajas competitivas. Esto ayuda a identificar tus fortalezas y debilidades.	D.A 3.1 Formación y Capacitación: Capacita a tu equipo en habilidades clave que puedan contribuir a la eficiencia y reducción de costos. Un equipo bien preparado puede generar más valor. D.A 4.3 Análisis de Riesgos: Desarrolla un plan de contingencia para anticipar posibles escenarios económicos y establece medidas para mitigar su impacto.

9. Plan de mejoramiento

a) Área funcional de intervención

Área Administrativa

b) Diagnostico

- ✓ Representante legal / Gerente = Se encarga de la gestión de costos y operaciones.
- ✓ Secretaría = Se encarga de toda la parte administrativa de gerencia, es decir, se hace responsable por los temas relacionados a RRHH, Facturación, importaciones, exportaciones y tesorería.
- ✓ Gestor de producción = Es la practicante encargada de montar los pedidos al área de producción.

MATRIZ DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Equipo capacitado: Personal con habilidades y experiencia en administración. Tecnología adecuada: Sistemas de gestión que facilitan la administración de recursos.	Dependencia de ciertas personas clave: Falta de diversificación de conocimientos. Baja motivación del personal: Insatisfacción laboral que afecta la productividad. Procesos burocráticos: Trámites internos que ralentizan la toma de decisiones.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
Capacitación continua: Posibilidad de ofrecer formación y desarrollo profesional. Innovaciones tecnológicas: Implementación de nuevas herramientas que mejoren la eficiencia. Colaboración interdepartamental: Fomentar el trabajo conjunto con otras áreas para optimizar recursos. Tendencias de trabajo remoto: Adaptación a nuevas formas de trabajo que pueden aumentar la flexibilidad.	F.O 1.1 Capacitación continua: Implementar programas de formación regular para el personal. F.O 2.4 Optimización de procesos: Revisar y simplificar flujos de trabajo. F.O 1.3 Fomentar la comunicación: Realizar reuniones periódicas para fortalecer la colaboración.	D.O 1.1 Programas de capacitación: Ofrecer formación continua para el desarrollo profesional. D.O 2.2 Adopción de tecnología: Implementar nuevas herramientas que mejoren la eficiencia. D.O 2.3 Colaboración interdepartamental: Fomentar proyectos conjuntos con otras áreas. D.O 2.4 Flexibilidad laboral: Adaptar políticas de trabajo remoto para atraer y retener talento.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
Competencia: Otras organizaciones que están mejorando su eficiencia administrativa. Crisis económicas: Impacto en el presupuesto y recursos disponibles. Rotación de personal: Pérdida de talento y experiencia debido a la alta rotación.	F.A 2.1 Monitoreo de competencia: Estar al tanto de las prácticas administrativas de la competencia. F.A 1.2 Plan de contingencia: Desarrollar estrategias para mitigar el impacto de crisis económicas. F.A 2.3 Retención de talento: Implementar programas de motivación para reducir la rotación de personal.	D.A 1.1 Plan de capacitación: Implementar formación cruzada para aumentar la versatilidad del personal. D.A 2.1 Encuestas regulares: Realizar sondeos para identificar y abordar problemas de satisfacción laboral. D.A 3.2 Reducción de trámites: Simplificar procesos burocráticos para mejorar la agilidad.

Objetivo General

Diseñar un plan de mejoramiento estructural y de orden jerárquico para la consecución de la empresa.

Objetivos específicos

Evaluar la estructura organizacional actual

Definir roles y responsabilidades claras

Reducir niveles jerárquicos innecesarios

IMPLEMENTACION DEL PLAN DE MEJORAMIENTO

Concepto de Misión y visión

Visión propuesta

Visión Para el año 2028, ser una marca líder y reconocida a nivel local al norte de la ciudad de Cali, por su alta calidad en fabricación y comercialización en el sector secundario de máquinas Selladoras, Empacadoras, Codificadoras y Llenadoras, con el objetivo de satisfacer todas las necesidades de nuestros consumidores.

Brindar un servicio técnico comprometido, calificado y eficaz. Destacándose en el mercado como una empresa sostenible, confiable y estratégica con el fin de atraer nuevos clientes.

c) Formulación del plan de mejoramiento

Estrategias

ESTRATEGIA 1	Rediseñar la estructura organizacional y jerarquica de la empresa.
ESTRATEGIA 2	Crear el manual de cargo y funciones.

Teniendo como referencia de matriz el perfil competitivo, realizando diagnostico interno y externo, analizando la empresa e identificando las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, en el cual están basadas las estrategias y las actividades a implementar en el área administrativo. Se ha diseñado un plan de mejoramiento en el que se determinarán las estrategias en el área ya mencionada.

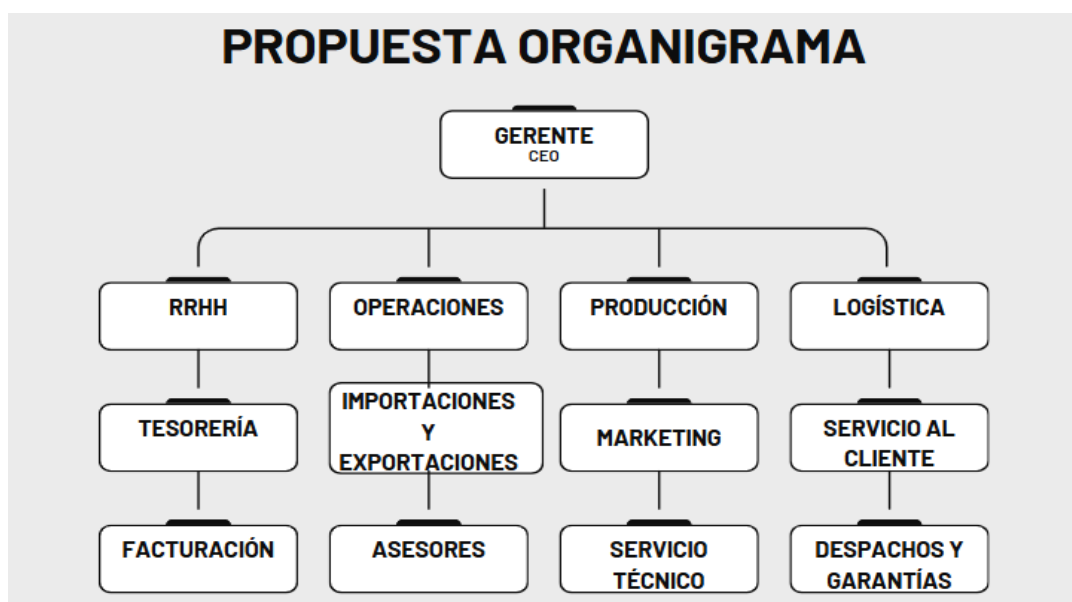
✓ Plan de acción

En el siguiente cuadro de plan de acción, se establecen las estrategias recomendadas con una ampliación de su objetivo a cumplir y actividad o acción que se debe llevar a cabo, por quién se llevara a cabo y el valor que esta representa.

PLAN DE ACCIÓN						
ÁREA	ESTRATEGIA	OBJETIVO	ACTIVIDADES	TIEMPO	RESPONSABLE	COSTO
ADMINISTRATIVA	Rediseñar la estructura organizacional y jerárquica de la empresa.	Optimizar la estructura organizacional de la empresa para mejorar la comunicación, aumentar agilidad en la toma de decisiones y fomentar un ambiente de trabajo colaborativo alineando los roles y responsabilidades con los objetivos estratégicos de la organización.	-Conocer el manual actual. - Realizar sistema de observación y entrevista con los colaboradores. - Describir los procesos. - Graficar. - Proceso de revisión por parte de los directivos. -Socialización con los empleados.	TEMA: Organigrama. LUGAR: Club de Ejecutivos HORA: 9AM DIRIGIDO A: Niveles tácticos y operativos. RECURSOS: - Videobeam - Refrigerio TIEMPO: 2 horas	Gerente	\$ 1.706.000
	Crear el manual de cargo y funciones.	Definir de manera clara y concisa las responsabilidades, competencias y expectativas de cada puesto en la organización, con el fin de mejorar la eficiencia creativa, facilitar la evaluación de desempeño y promover la alineación con los objetivos de la empresa.	- Conocer las actividades que realizan los colaboradores por medio de entrevistas y método de observación con los colaboradores. - Describir procesos. - Socializar procesos y actividades con los directivos. - Crear el manual de cargo y funciones. - Socialización con los colaboradores.	TEMA: Manual de cargos y funciones. LUGAR: Club de ejecutivos HORA: 9AM DIRIGIDO A: Niveles tácticos y operativos. RECURSOS: -Videobeam -Refrigerio TIEMPO: 2 horas	RRHH	

Estrategia 1	Actividades	Tiempo	Estrategia 2	Actividades	Tiempo
	Conocer el manual actual	2 días		Conocer las actividades que realizan los colaboradores por medio de entrevistas y metodo de observacion con los colaboradores	2 meses
	Realizar el sistema de observacion y entrevistas con los colaboradores	1 semana		Describir los procesos	1 mes
	Describir los procesos	1 mes		Socializar procesos y actividades con los directivos	1 dia
	Draficar	1 semana		Crear el manual de cargos y funciones	4 meses
	Proceso de revisión por parte de los directivos	1 semana		Socializacion con los colaboradores	1 dia

✓ Propuesta de organigrama



Estrategia #1

Objetivo: Rediseñar la estructura organizacional y jerárquica de la empresa. Meta: Mejorar la comunicación interna entre los colaboradores y líderes.

Estrategia #2

Objetivo: Crear el manual de cargo y funciones.

Meta: Definir los roles y responsabilidades de los empleados.

✓ Propuesta Manual de cargos y funciones.

A nivel táctico

	FORMATO DE PERFILES DE CARGO	Elaborado Por: Coordinador de Selección y Liderazgo	Revisado Por: Coordinador Aseguramiento de Calidad	proba ir Nacional um	o Por: de gestión ana
		CODIGO	Versión	echa de Ac	ualización
		FT-GH-005	2	2/11/2024	
NOMBRE DEL CARGO:					
AREA ORGANIZACIONAL: RECURSOS HUMANOS					
SUBORDINADO A:					
PROCESO: TACTICO					
II. PROPOSITO DEL CARGO - (Razón de ser del cargo)					
Garantizar el cumplimiento de las estrategias y objetivos del área asegurando los procesos operativos para llevar a cabo las estrategias planteadas.					
III. ALCANCE DEL CARGO					
ACIONAL	x	EGIONAL		OCAL	RUPO
IV. AREAS CLAVES DE GESTIÓN: Actividades para el logro de los resultados					
RESPONSABILIDADES CLAVES DEL CARGO		RESULTADOS ESPERADOS - METAS		CRITERIOS DE DESEMPEÑO	
Gestión de operaciones diarias		Garantizar el cumplimiento de los plazos		Adaptar y ajustar las estrategias para su ejecución práctica en el corto y mediano plazo. Asegurar que los recursos (humanos, financieros, materiales) se utilicen de manera eficiente para cumplir con los objetivos tácticos.	
Supervisión y capacitación del personal		Capacitar al personal sobre el uso adecuado de la maquinaria, procedimientos de mantenimiento y seguridad en el trabajo.		Proveer retroalimentación	

		constructiva para mejorar la efectividad del equipo y las operaciones.
Coordinación de proyectos	Coordinar la instalación, reparación, y puesta en marcha de maquinaria, cumpliendo con los estándares establecidos por la empresa.	Tomar decisiones rápidas sobre proyectos pequeños o reparaciones que puedan surgir de manera inesperada
Monitoreo de desempeño y reportes	Supervisar indicadores clave de desempeño (KPIs), como tiempo de inactividad de la maquinaria, eficiencia en el uso de materiales, plazos de entrega, entre otros.	Reportar a la alta dirección sobre el progreso de las operaciones, necesidades de recursos y cualquier problema operativo que requiera atención.
Aplicación y análisis de las pruebas DICS	Gestionar y analizar el proceso de cada persona	Entrega y aplicación de los resultados solicitados
RESPONSABILIDADES CLAVES DEL CARGO EN RELACION AL SGSST	RESULTADOS ESPERADOS - METAS	
Sobre el sistema de gestión y seguridad y salud en el trabajo	• Procurar el cuidado integral de su salud. • Suministrar información clara, veraz y completa sobre su estado de salud. • Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo de Empresa. • Informar oportunamente al empleador o contratante acerca de los peligros y riesgos latentes en su sitio de trabajo • Participar en las actividades de capacitación en seguridad y salud en el trabajo definido en el plan de capacitación SST. • Participar y contribuir al cumplimiento de los objetivos del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo	

RESPONSABILIDADES CLAVES DEL CARGO EN RELACION AL SGSSI	RESULTADOS ESPERADOS - METAS	
Cumplir con todas las políticas y procedimientos de seguridad de la información.	- Cumplimiento de metas en los objetivos de seguridad de la información	% De cumplimiento de cada uno de los objetivos de seguridad de la información
• Asegurar el cumplimiento de las políticas que tenga a su cargo, la implementación de los controles de seguridad de la información que le hayan sido designados.	- Eficacia de los controles de seguridad de la información	% De cumplimiento de cada uno de los objetivos de seguridad de la información
• Responder por la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los activos tipo información e instalaciones de procesamiento de información que le hayan sido asignados.	- Baja o nula ocurrencia de incidentes de seguridad de la información	Cantidad de incidentes de seguridad de la información ocurridos en los activos asignados

• Reportar cualquier evento, incidente o situación irregular que identifique y que comprometa la Seguridad de la Información de la compañía.	- Eficacia de los canales de reporte de eventos e incidentes de seguridad de la información		Cantidad de reportes de situaciones/eventos/incidentes de seguridad de la información		
V. PERFIL DE COMPETENCIAS					
COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES	NIVEL REQUERIDO	COMPETENCIAS POR NIVEL DE GESTION-TACTICO	NIVEL REQUERIDO	COMPETENCIAS DEL PROCESO	NIVEL REQUERIDO
ESPIRITU DE LOGRO	ALTO	CALIDAD DEL TRABAJO	ALTO	PENSAMIENTO ESTRATEGICO	MUY ALTO
PASION POR EL CONOCIMIENTO	ALTO	TOLERANCIA A LA FRUSTRACION	ALTO	COMUNICACION	ALTO
EMPATIA Y VOCACION DE SERVICIO	ALTO	PLANIFICACION Y ORGANIZACION	ALTO	SENTIDO DE URGENCIA	ALTO
PENSAMIENTO ANALITICO	MUY ALTO	INTELIGENCIA EMOCIONAL	ALTO	ORIENTADA AL LOGRO	ALTO
SENTIDO DE PERTENENCIA	ALTO	ATENCION AL DETALLE	ALTO	TRABAJO EN EQUIPO	ALTO
VI. REQUERIMIENTOS GENERALES					
EDUCACION	FORMACION COMPLEMENTARIA/ADICIONALES		EXPERIENCIA		
Profesional en Administración de empresas o Ingeniería Industrial	Deseable conocimiento en herramientas Office (avanzado), conocimiento en el sector industrial.		Experiencia mínima de 2 años		
ELABORADO POR: Departamento de RRHH	REVISADO POR: Departamento de RRHH	APROBADO POR: Gerente General	ACEPTADO POR:		
FECHA:	FECHA:	FECHA:	FECHA:		

A nivel operativo

	FORMATO DE PERFILES DE CARGO	Elaborado Por: Coordinador de Selección y Liderazgo	Revisado Por: Coordinador Aseguramiento de Calidad	Proba ir Nacional um	o Por: de gestión ana
		CODIGO	Versión	echa de Ac ualización	
		FT-GH-005	2	2/11/2024	
NOMBRE DEL CARGO:					
AREA ORGANIZACIONAL: RECURSOS HUMANOS					
SUBORDINADO A:					
PROCESO: OPERATIVO					
II. PROPOSITO DEL CARGO - (Razón de ser del cargo)					
Garantizar que las actividades diarias y los procesos fundamentales se lleven a cabo de manera eficiente, efectiva y alineada con los objetivos estratégicos de la empresa.					
III. ALCANCE DEL CARGO					
ACIONAL	x	EGIONAL		OCAL	RUPO
IV. AREAS CLAVES DE GESTIÓN: Actividades para el logro de los resultados					
RESPONSABILIDADES CLAVES DEL CARGO		RESULTADOS ESPERADOS - METAS		CRITERIOS DE DESEMPEÑO	
Gestión de control de calidad		Analizar y garantizar los procesos de control de calidad.		Asegurar que los productos, servicios o procesos cumplan con los estándares de calidad establecidos, realizando controles y correcciones cuando sea necesario.	
Resolución de problemas		Resolver problemas operativos de forma rápida y efectiva.		Tiempo promedio de resolución de incidencias, número de problemas no resueltos.	
Mejora continua		Proponer e implementar mejoras en los procesos operativos que aumenten la productividad o reduzcan los tiempos de ejecución sin sacrificar la calidad.		Mantener comunicación constante con otros equipos, supervisores y áreas para asegurar que las operaciones se desarrollen sin inconvenientes y en línea con los objetivos.	
RESPONSABILIDADES CLAVES DEL CARGO EN RELACION AL SGSST		RESULTADOS ESPERADOS - METAS			

Sobre el sistema de gestión y seguridad y salud en el trabajo	- o • Procurar el cuidado integral de su salud. • Suministrar información clara, veraz y completa sobre su estado de salud. I • Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo de Empresa. a • Informar oportunamente al empleador o contratante acerca de los peligros y riesgos latentes en su sitio de trabajo . • Participar en las actividades de capacitación en seguridad y salud en el trabajo definido en el plan de capacitación SST. c - Participar y contribuir al cumplimiento de los objetivos del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo el SG-o
--	--

RESPONSABILIDADES CLAVES DEL CARGO EN RELACION AL SGSSI		RESULTADOS ESPERADOS - METAS			
Cumplir con todas las políticas y procesos de seguridad de la información.		- Cumplimiento de metas en los objetivos de seguridad de la información		% De cumplimiento de cada uno de los objetivos de seguridad de la información	
• Asegurar el cumplimiento de las políticas que tenga a su cargo, la implementación de los controles de seguridad de la información que le hayan sido designados.		- Eficacia de los controles de seguridad de la información		% De cumplimiento de cada uno de los objetivos de seguridad de la información	
• Responder por la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los activos tipo información e instalaciones de procesamiento de información que le hayan sido asignados.		- Baja o nula ocurrencia de incidentes de seguridad de la información		Cantidad de incidentes de seguridad de la información ocurridos en los activos asignados	
• Reportar cualquier evento, incidente o situación irregular que identifique y que comprometa la Seguridad de la Información de la compañía.		- Eficacia de los canales de reporte de eventos e incidentes de seguridad de la información		Cantidad de reportes de situaciones/eventos/incidentes de seguridad de la información	
V. PERFIL DE COMPETENCIAS					
COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES	NIVEL REQUERIDO	COMPETENCIAS POR NIVEL DE GESTION- OPERATIVO	NIVEL REQUERIDO	COMPETENCIAS DEL PROCESO	NIVEL REQUERIDO
ESPIRITU DE LOGRO	ALTO	CALIDAD DEL TRABAJO	ALTO	RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS	ALTO
PASION POR EL CONOCIMIENTO	ALTO	TOLERANCIA A LA FRUSTRACION	ALTO	COMUNICACIÓN	ALTO
EMPATÍA Y VOCACIÓN DE SERVICIO	ALTO	PLANIFICACION Y ORGANIZACIÓN	ALTO	SENTIDO DE URGENCIA	ALTO
PENSAMIENTO ANALITICO	ALTO	INTELIGENCIA EMOCIONAL	ALTO	ORIENTADA AL LOGRO	ALTO
SENTIDO DE PERTENENCIA	ALTO	ATENCION AL DETALLE	ALTO	AGIL	ALTO
VI. REQUERIMIENTOS GENERALES					
EDUCACION	FORMACIÓN COMPLEMENTARIA/ADICIONALES		EXPERIENCIA		
Técnico, Tecnólogo o Profesional en Administración de empresas, Procesos Administrativos	Deseable conocimiento en Power BI, herramientas Office Word, Excel, Power Point (básico), conocimiento en el sector industrial.		Experiencia mínima de 6 meses a 1 año		

ELABORADO POR: Departamento de RRHH	REVISADO POR: Departamento de RRHH	APROBADO POR: Gerente General	ACEPTADO POR:	
FECHA:	FECHA:	FECHA:	ECHA:	

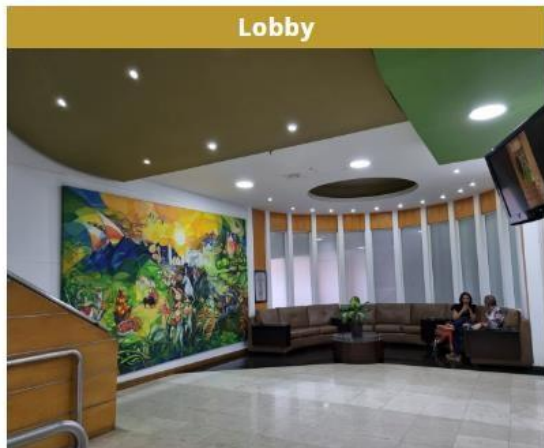
10. Presupuesto de implementación.

PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACIÓN			
SALÓN - CLUB DE EJECUTIVOS			
1	Sesión	Socialización con directivos	
		Capacidad 5 personas por 2 horas	\$ 300.000
		Videobeam	\$ 102.000
		Máquina de agua y café	\$ 50.000
		Refrigerio	\$ 50.000
2	Sesión	Socialización nivel táctico	
		Capacidad 15 personas por 2 horas	\$ 300.000
		Videobeam	\$ 102.000
		Máquina de agua y café	\$ 50.000
		Refrigerio	\$ 150.000
3	Sesión	Socialización nivel táctico	
		Capacidad 15 personas por 2 horas	\$ 300.000
		Videobeam	\$ 102.000
		Máquina de agua y café	\$ 50.000
		Refrigerio	\$ 150.000
TOTAL PRESUPUESTO			\$ 1.706.000

Piso 9

Cuenta con 2 áreas de interés

Lobby



Recepción



Salón 4



Capacidad:

Max: 15 personas

Medidas: 3,86 x 6,56 m (25,33 m2)



11. **Conclusión**

Este trabajo tuvo la finalidad de establecer un orden y proponer un plan de mejoramiento que genere un impacto positivo en la empresa Maplas Cali y de esta manera identificar las principales deficiencias en relación con la falta de comunicación interna entre los colaboradores y la falta de una estructura organizacional que regule los cargos dentro de la empresa. A lo largo de la investigación, se detectaron varios puntos críticos que afectan la estructura organizacional, tales como la falta de comunicación interna, la definición de los papeles de cargo y la ausencia de un gerente que encabece la organización. Esta falta de claridad en la distribución de roles no solo ha afectado la operatividad, sino que también ha ocasionado tensiones y duplicación de esfuerzos, al no saber con precisión quién debe tomar decisiones o asumir tareas específicas en distintos proyectos. En conclusión, este plan de mejoramiento no solo busca resolver los problemas inmediatos de comunicación y organización dentro de Maplas Cali, sino que también establece una base sólida para el crecimiento sostenido y la mejora continua en el futuro.

12. **Recomendaciones**

Se espera que la implementación de este plan no solo fomente la organización sino que también establezca un ambiente de trabajo más colaborativo y enfocado en resultados. En este contexto, el trabajo desarrollado ha demostrado que, a través de un enfoque estructurado y la implementación de un plan de mejoramiento bien fundamentado, es posible no solo abordar, sino superar los principales desafíos operativos que enfrenta actualmente la empresa Maplas Cali. Además, facilitará la alineación de todos los miembros de la empresa con los objetivos estratégicos establecidos, lo cual es fundamental para maximizar el rendimiento y asegurar la consecución de las metas a corto, mediano y largo plazo. Finalmente, la correcta implementación de este plan contribuirá al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa, alineándolos con su misión y visión. Esto asegurará que Maplas Cali no solo cumpla con sus metas operativas y financieras, sino que también se fortalezca como una organización responsable, con un compromiso sólido con el desarrollo de su equipo humano, el impacto social y la sostenibilidad a largo plazo.

13. **Bibliografía / Web Grafía.**

PAGINA WEB MAPLAS CALI

<https://maplascal.com/>

SIGNIFICADOS Y GLOSARIO

<https://dle.rae.es/significado>

MICHAEL PORTER

<https://blog.euncet.com/las-5-fuerzas-de-porter/>

PLAN YAGUAS

<https://peru.fzs.org/wp-content/uploads/2022/01/10-11-diseno-de-plan-maestro-pn-yaguas-baja.pdf>

CÁMARA DE COMERCIO CALI

<https://www.ccc.org.co/>

CLUB EJECUTIVOS CALI

<https://clubdeejecutivos.com/es>

TEORIA DE LA CONTINGENCIA EN ADMINISTRACIÓN

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=teoria+de+la+contingencia++en+administraci%C3%B3n&oq=teoria+de+la+contingencia++en+admini#d=gs_qabs&t=1731605753593&u=%23p%3DRyxzLPCBe4cJ

TEORIA DEL DISEÑO ORGANIZACIONAL

<https://ciencia.lasalle.edu.co/qs/vol2/iss1/12>

TEORÍA DEL CAPITAL HUMANO

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5480847>