

## LA NUEVA ERA DE LA REVOLUCIÓN ORGANIZACIONAL: ANALISIS Y PROPUESTA PARA EL SECTOR ELECTRICO-INDUSTRIAL

A new era of organizational revolution: analysis and proposal for the electrical industry

**Steven Daza Perdomo**

stdazap@poligran.edu.co

0000-0001-6393-9371

**Eric David Sánchez Gutiérrez**

ersanchez7@poligran.edu.co

0000-0001-6393-9371

**Manuel Méndez Pinzón**

mmendez@poligran.edu.co

Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano  
Administración de empresas  
Colombia

### Resumen

El análisis de los procesos administrativos y la estructuración de nuevos modelos en el desarrollo productivo de las organizaciones logra involucrar tanto a las áreas administrativas y de gestión como también las operativas. Por medio de estos procesos se pretende llevar a cabo una serie de mejoras a nivel interno que tienen relación directa con el contexto y necesidades del nivel externo. En este trabajo se implementó el uso de matrices administrativas que permiten estudiar las oportunidades y amenazas, generando un diagnóstico completo el cual permite validar el estado actual de la empresa. A su vez con la intención de promover la implementación de estrategias y el fin de difundir políticas administrativas responsables, se pretende compartir de manera clara y precisa los resultados de una investigación realizada a una empresa del sector eléctrico.

En desarrollo del ejercicio de diagnóstico se recopilaron previamente todos los parámetros necesarios para poder llevar a cabo esta investigación, se buscó toda la información disponible de cada departamento y se analizó el comportamiento del área administrativa, financiera y operativa. Esto permitió establecer el funcionamiento de todos los organismos a partir del diagrama de flujo donde se estudian los factores internos y externos que intervienen en la operación.

Con el desarrollo de una nueva línea de negocio se busca implementar una herramienta que permita complementar el funcionamiento directo de las actividades primarias, en donde se encuentra la instalación de infraestructuras y redes eléctricas como también el mantenimiento de estas. Se puede establecer un incremento tanto en número de clientes como de los ingresos a partir de la implementación de un modelo sistemático que genera una eficiencia mayor en cada proceso, generando un incremento en los rendimientos financieros y un aumento de sus líneas de negocio.

**Palabras clave:** Líneas de negocio, Diagnóstico empresarial, revolución organizacional.

### Abstract

The analysis of administrative processes and the structuring of new models in the productive development of organizations manages to involve both the administrative and management areas as well as the operational ones. Through these processes it is intended to carry out a series of internal improvements that are directly related to the context and needs of the external level. In this work, the use of administrative matrices was implemented that allow the study of opportunities and threats, generating a complete diagnosis which allows to validate the current state of the company. In turn, with the intention of promoting the implementation of strategies and in order to disseminate responsible administrative policies, it is intended to share clearly and precisely the results of an investigation carried out on a company in the electricity sector.

In development of the diagnostic exercise, all the necessary parameters were previously compiled to be able to carry out this investigation, all the available information of each department was searched, and the behavior of the administrative, financial and operational area was analyzed. This allowed to establish the functioning of all the organisms from the flow chart where the internal and external factors involved in the operation are studied.

With the development of a new line of business, the aim is to implement a tool that allows complementing the direct operation of the primary activities, which includes the installation of infrastructures and electrical networks as well as their maintenance. An increase in both the number of clients and income can be established from the implementation of a systematic model that generates greater efficiency in each process, generating an increase in financial returns and an increase in its business lines.

*Recepción:* 26.02.2021

*Aceptación:* 14.05.2021

**Cite este artículo como:** Daza, S., Sánchez, E., Méndez, M. La nueva era de la revolución organizacional: análisis y propuesta para el sector eléctrico-industrial. Working papers FNGS, 2 (2), pp. 12-23.

## INTRODUCCIÓN

Este ejercicio de investigación parte de un diagnóstico empresarial que se estructuró usando la información suministrada desde una empresa prestadora de servicios electromecánicos, la cual desarrolla sus actividades a nivel nacional e internacional, contando con más de 20 años de experiencia en el sector terciario y ofreciendo soluciones en el área eléctrica en obras civiles diseñadas por empresas de alto perfil a nivel nacional. Se agrupa como una microempresa al reportar ingresos menores a \$1.130 Millones de pesos, según la normativa estipulada por el Gobierno Nacional en el decreto 957 del 05 de junio del 2019.

Se inicia con el estudio interno de la compañía, donde se encuentran bases para solidificar los procesos operativos e instaurar nuevas líneas de negocio. Se requiere el análisis puntual de todas las áreas que componen a la empresa donde encontramos el eje financiero, generando una recolección de datos puntuales dentro de los que se cuentan los índices financieros que permiten hallar las necesidades más urgentes para atender, entre los que se identificaron las cuentas por cobrar a clientes.

El estudio se acompañó con un análisis del entorno mediante el cual se logró visualizar los parámetros que arroja el comportamiento del sector, por medio de la matriz de entorno Tecnológico PESTEL (Parada, 2013), con la que se busca reconocer el comportamiento del entorno en relación con la empresa, comparando factores administrativos, tecnológicos y de innovación.

Por otro lado, se desarrolló la matriz Porter (1979) que ayudó a proponer un marco de reflexión estratégico para determinar lo estratégico en un sector que se plantea; generando un análisis interno donde se encuentra el nivel operativo, acompañado de los procesos que permiten comprender el funcionamiento de la organización. Es posible también lograr conocer a detalle las diferentes situaciones que no permiten desarrollar los procesos de una manera efectiva, generando un retraso en el cumplimiento de la visión propuesta desde el área corporativa, la cual se propone en un periodo no mayor a un año, incrementar el número de clientes en un 20%.

La empresa se muestra fuerte y competitiva en el manejo y fidelización de sus clientes, generando un ambiente de confianza y profesionalismo en cada trabajo que realiza. Así se logra, generar una carga estable de trabajo en proyectos y licitaciones. El problema que se identifica involucra el factor de la innovación y desarrollo de mercado, donde no se encuentra un uso inadecuado de los canales de publicidad directa, elementos que no permiten expandir la cartera de clientes, sumando el uso de procesos que generar un incremento en la carga laboral y desperdicio de recursos a partir del uso de herramientas y la implementación de procesos antiguos.

## MARCO TEÓRICO

Este análisis se llevó a cabo por medio del uso y estructuración realizado en base a las matrices administrativas, cuyo objetivo es poder establecer un estudio detallado de cada elemento que interactúa de manera directa con las actividades de la empresa, tanto de forma interna como externa. El proceso de investigación establece el uso de herramientas entre las que se encuentran el PESTEL, PORTER, MEFE, MEFI y finalmente la matriz SPACE.

Estructurando una línea de investigación generada a partir de elementos propios de la administración, se efectúa el inicio de la investigación partiendo del estudio de los factores externos por medio del modelo PESTEL, un estudio que agrupa los factores políticos, económicos, sociales, de tecnología, ecología y finalmente los factores legales. Este estudio permite conocer a detalle el entorno de la empresa, uno que interactúa y define su impacto en base a un modelo de clasificación y nivel de relevancia de menor a mayor en cada uno de sus factores de impacto.

Para el segundo paso, se determina el uso de la matriz PORTER un estudio que sostiene el análisis de la rentabilidad por medio de las 5 fuerzas de Porter. Las fuerzas se dividen en el estudio de los nuevos competidores, estableciendo este elemento como una amenaza directa a las actividades ordinarias de la empresa, para el segundo elemento es posible establecer el nivel de negociación de los clientes, un elemento que permite establecer el nivel de influencia y control que tiene la empresa sobre sus productos y clientes, dos elementos esenciales en la operación de la misma. Luego de entender el nivel de influencia que tiene el producto sobre el mercado es posible establecer la capacidad de respuesta que tienen por sobre la llegada de nuevos productos sustitutos, en donde es posible encontrar amenazas que van desde precios más accesibles hasta un alto nivel de practicidad y modernidad, por ende, es posible elaborar un marco de riesgos con base a los factores que generan cambios agresivos dentro de la organización. Por último, tenemos el poder de negociación de los proveedores, un elemento no menos importante y que refleja una alta relevancia sobre las actividades principales ya que puede afectar de manera directa la producción y rentabilidad del negocio.

El objetivo principal del diagnóstico realizado es comprender los factores de cambio que afectan de manera directa el funcionamiento de la empresa y estructurar un plan que permita solidificar cada proceso con base en unos objetivos que proponen un cambio a nivel interno y externo, para ello es necesario elaborar un diagrama claro tanto de los factores de mayor impacto de nivel interno y externo. La auditoría interna que permite la MEFI, busca identificar tanto las debilidades como las fortalezas en todas las áreas estructurales, con ello es posible elaborar una estrategia que logre mitigar al máximo los riesgos y la relación existente en el entorno, cabe resaltar que este estudio es resultado de las herramientas DOFA y PORTER.

La MEFE permite evaluar los factores externos y calcula la importancia de cada factor, en base al principio de las oportunidades y amenazas presentes en el entorno competitivo, estableciendo un parámetro de clasificación por relevancia entre 0.0 y 1.0 donde 0.0 hacer referencia a menos importante y 1.0 a más relevante y urgente.

Para lograr establecer el camino correcto para llegar a estructurar una estrategia clara y que permita contrarrestar elementos de alto impacto, se requiere establecer un cruce entre elementos, un diagrama que presenta la relación entre factores de diferentes campos y estudia su posible interferencia en el nuevo modelo elaborado. Estas miden el nivel de respuesta frente a diferentes situaciones, donde se define el tipo de empresa, estructurando un marco de ventaja competitiva en relación a las empresas del sector. Para las fuerzas financieras es posible generar un nivel de estrategia que considere dos opciones pasando de un nivel conservador a un nivel agresivo en base a la situación y a la necesidad mencionando también la capacidad para ejecutarla. Las fuerzas de la industria concentran la capacidad para sobresalir en el mercado, estableciendo la estrategia a usar en base a la situación actual de la empresa. En última instancia encontramos el factor de impacto ambiental una fuerza que promueve su importancia en base a la necesidad básica de proteger y promover el buen uso de los recursos.

## **METODOLOGÍA**

El proceso inicia con la recolección de toda la información estructural de la empresa, tanto contable como administrativa, datos suministrados por parte de la gerencia de esta organización, sumado a esto en relación con los procesos que se ejecutan en el ejercicio piramidal de la organización, se debe conocer las funciones de cada persona dentro de la organización y la respectiva cadena de mando.

Luego de tener toda la información anterior, se ejecutó una investigación para conocer el estado actual de la compañía en relación con su entorno y sector laboral, donde se utilizaron las matrices administrativas como herramienta de estudio, para analizar las diferentes variables que interactúan de manera directa, permitiendo dar una validez al diagnóstico que se va a llevar a cabo.

El análisis externo permite reflejar la situación actual de la empresa contra sus competidores y la solidez con la que enfrenta a sus potenciales amenazas. Ese análisis permite desarrollar oportunidades de mercado, y llegar a una conclusión basada en los diferentes modelos que se puedan implementar.

El resultado de esta matriz demuestra la validez requerida y sustenta la situación de la empresa dando una oportunidad de mejora que se busca sobre la base de lo que se quiere establecer estructuralmente, que es la parte de virtualidad y la sistematización de los proyectos que se desea implantar así a futuro.

El análisis interno se hace parte del estudio de la capacidad financiera de la organización, con él se puede generar un argumento que especifique las necesidades actuales de la compañía. Se construye a partir de la matriz PESTEL la cual se elabora bajo las directrices que la rigen, como el factor político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal, sustentando los resultados generados por las matrices MEFE y MEFI.

Al concretar y almacenar toda la información dentro de las matrices y sistemas administrativos, se genera un resultado donde se proyecta en la matriz MPS (matriz de perfil competitivo) a partir de la cual se logra comprender la posición en el mercado de la empresa, tras relacionarla con tres empresas pertenecientes al mismo sector productivo.

Tras analizar la situación en relación con el mercado, se construye la matriz SPACE. Es una matriz que ofrece analizar diferentes estrategias mediante un análisis de la empresa, y se utiliza para poder llevar a cabo las estrategias generando un promedio sobre las 4 fuerzas (FF, EA, VC y FI) que a su vez describe los factores que tienen un mayor impacto en el trabajo. Como consecuencia de las fuerzas, se genera automáticamente una figura con los 4 perfiles donde encontramos tanto el perfil agresivo, competitivo, defensivo y conservador.

Con un perfil definido, el sistema arrojará un total de 3 estrategia a implementar, con el propósito de atender de manera adecuada la situación actual de la empresa.

Este estudio se complementa con el análisis financiero por medio del estudio Horizontal y Vertical de los estados financieros de los 3 periodos anteriores comprendidos entre los años 2017, 2018 y 2019, se compara el comportamiento de los ACTIVOS, PASIVOS y PATRIMONIO.

### Diagnóstico Inicial

La empresa objeto de este análisis presta servicios en las áreas de mantenimiento e instalación de componentes eléctrico-mecánicos y se encuentra certificada en tareas especializadas en el campo de entidades como el Consejo Colombiano de Seguridad en el área de ingeniería eléctrica.

El proceso de evaluación interna ejecutado agrupó el ejercicio financiero de los años fiscales 2018 y 2019. En este análisis se identificó una disminución de los ingresos como producto de la disminución de los servicios prestados. Se evidencia que esta disminución puede ser producto del comportamiento de las cuentas por cobrar pues la deuda de los clientes demuestra una disminución clara en los servicios prestados entre los años 2018 y 2019:

### Cuentas comerciales por cobrar

Corresponde a las partidas por cobrar que a 31 de diciembre de 2019 y 2018 quedaron pendientes de pago por parte de los clientes que tenía la compañía en esas fechas (ver Tabla 1).

Activos					
Activo corriente	Nota	2019	2018	Variación	%
Efectivo y equivalentes al efectivo	4.1	19.622.930	1.551.615	18.071.315	1164,68%
Cuentas comerciales por cobrar		169.106.802	348.568.155	-179.461.353	-51,49%
Otras cuentas por cobrar	4.2	85.403.549	174.000	85.229.549	48982,50%
Anticipos de impuestos y contribuciones	4.3	43.357.546	87.320.429	-43.962.883	-50,35%
inventarios	4.4	43.290.000	-	43.290.000	100,00%
<b>Total activo corriente</b>		<b>360.780.827</b>	<b>437.614.199</b>	<b>-76.833.372</b>	<b>-17,56%</b>

Tabla 1. Relación activos. Fuente elaboración propia a partir de los estados de resultados

Al 31 de diciembre de 2019 las otras cuentas por cobrar corresponden a: (i) anticipos a proveedores \$71.367.830; (ii) anticipos a trabajadores \$275.069; (iii) anticipos a socios \$13.760.650.

Al 31 de diciembre de 2018 las otras cuentas por cobrar corresponden a anticipos sobre nómina a empleados por \$174.000.

Estas cifras representan y justifican el comportamiento de la empresa entorno a sus procesos, clientes y sector, ya que se ven rezagados ante el crecimiento de nuevas empresas y desarrollo innovador de empresas consolidadas en el sector. La competencia generada en el trascurso de los últimos 3 años demuestra un crecimiento en las necesidades de los clientes (ver tabla 2).

<b>RYMEL INGENIERIA ELECTRICA S.A.S</b>	<b>77.884</b>	<b>14,01%</b>
<b>INELCO S.A.S</b>	14.383	2,59%
<b>MECANICOS ASOCIADOS S.A.S</b>	461.936	83,11%
<b>CONMEL INDUSTRIAL LTDA</b>	1.605	0,29%
<b>TOTAL</b>	<b>555.808</b>	<b>100%</b>

Tabla 2. Fuente Información sacada EMIS competidores (21/05/2020)

Responder de manera acertada a este comportamiento es la clave para mejorar y aumentar la capacidad para responder a la demanda actual del mercado. Durante la evaluación anterior se evidencia un problema producto del reporte financiero, donde se detecta una baja en los ingresos.

A partir de un diagnóstico productivo con base en este indicador, se produce el primer resultado por medio de la matriz MEFI, la cual nos arroja un resultado negativo asociado con las debilidades en el factor de la Tecnología e innovación que genera un repliegue en las utilidades generadas por los servicios y una pérdida de capacidad y recursos de operación en algunas obras que requieren elementos específicos, modernos y eficientes.

La matriz MEFI sustenta el análisis de factores administrativos, financieros, tecnológicos/ innovación, recursos humanos de mercado y de producción. Con un total de 20 factores internos se analizarán las fortalezas y debilidades. Para el factor de Tecnología e innovación se generó un resultado compartido, al identificar dos factores como debilidad (ver tabla 3):

Factor	Factor Crítico de Éxito	Descripción	MEFI
Tecnología	Sistema de información segura	Falta de manejo de precios en la plataforma web para los clientes.	DEBILIDAD
Tecnología	Falta de software, para el seguimiento de cada planta de energía para llevar un	A falta de este Software a la hora de la operación se tiene que buscar el fallo de la	DEBILIDAD

seguimiento de sus condiciones.	de sus	planta de energía y esto toma demasiado tiempo.
---------------------------------	--------	---

Tabla 3. Factores críticos de éxito. Fuente: Elaboración propia

La tabla anterior muestra un resultado contundente en relación los puntos que se deben considerar, para la creación de la estrategia, partiendo de los elementos que requieren de una atención prioritaria.

Para el segundo resultado tenemos el factor del mercado, uno de los eslabones más débiles encontrado dentro del estudio, dicha debilidad se asocia con la falta de nuevos procesos.

Factor	Factor Crítico de Éxito	Descripción	MEFI
Mercadeo	Política de Marketing	Cuenta con una sola página web, no muy reconocida.	DEBILIDAD

Tabla 4 factores críticos de éxito. Fuente: Elaboración propia

El factor de mercadeo es un punto en donde se genera una mayor interacción y dependencia en el proceso más importante, la captación de nuevos clientes es un factor que debe ser atendido si la empresa busca expandir el número de sus operaciones.

Al identificar cada factor, el siguiente paso es agruparlos y medir el nivel de relevancia. Para los 6 factores se elabora un diagrama de barras donde se organizan desde el factor más relevante hasta el factor más irrelevante basándose en el ranking que se estableció con el fin de ajustar a las necesidades del mercado, ya que se solicita una modernización de sus servicios. Con las unidades se puede identificar el factor con más participación dentro del estudio y con sus decimales es preciso identificar el número de Fortalezas que agrupan a sus factores:

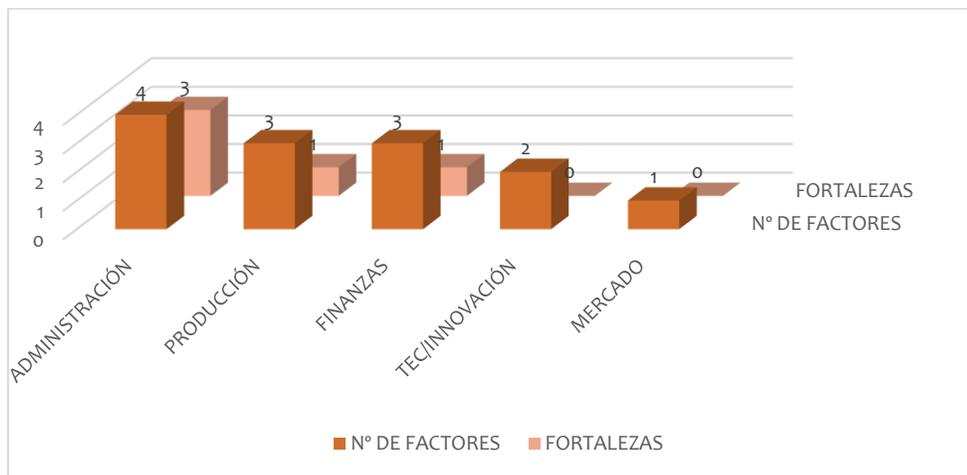


Figura 1. MEFI. Fuente: Elaboración propia

Como resumen de la Figura 1, el factor recursos humanos es un elemento de menor urgencia con un total de 7 factores identificados y un total de 5 fortalezas. Ahora se divide el número de factores con el valor de sus fortalezas, esto nos arroja un puntaje de 1,4 para el factor de RRHH. Seguidamente se procede a realizar el mismo proceso con los demás factores.

FACTOR	NÚMERO/FORTALEZA	RESULTADO
ADMINISTRACIÓN	4/3	1,3
PRODUCCIÓN	3/1	3
FINANZAS	3/1	3
TEC/INNOVACIÓN	2	2
MERCADO	1	1

Tabla 4. Factores críticos de éxito. Fuente: Elaboración propia

El resultado evidencia la necesidad de generar nuevos procesos en los factores de tecnología e innovación y mercado, dos elementos de alta urgencia en la organización si se quiere lograr alcanzar el objetivo de incrementar las ventas y el número de clientes.

La innovación en los servicios se puede implementar de una manera en la que se pueda desarrollar y ajustar de acuerdo con las necesidades de la empresa un software de mantenimiento, el cual permite generar un control programado en los equipos a los que se les realiza los servicios de instalación y mantenimiento. Esto genera una eficiencia sobre los recursos y procesos que la organización percibe como un avance hacia la implementación de nuevos procesos y líneas de negocio, permitiendo así generar una mayor competitividad en el sector.

Complementando el desarrollo de la estrategia que permita mejorar los procesos internos, el mercado debe ser atendido mediante la generación de una actualización en los procesos de mercadeo en donde se amplió la cartera de clientes, generando una estrategia agresiva donde se genere publicidad de los nuevos procesos y líneas de negocios que llegan al momento de implementar el software de mantenimiento, vendiendo y haciendo énfasis en los beneficios que trae consigo este nuevo sistema. El desarrollo de la marca y consolidación en el mercado se crea a partir de una renovación de todos los canales de promoción en los que encontramos a las redes sociales, página web y canales los canales de BTL.

### ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Iniciando con el análisis financiero por medio del estudio Horizontal y Vertical de los estados financieros de los 3 periodos anteriores comprendidos entre los años 2017, 2018 y 2019, se compara el comportamiento de los **ACTIVOS, PASIVOS y PATRIMONIO**. El resultado arroja la siguiente gráfica:

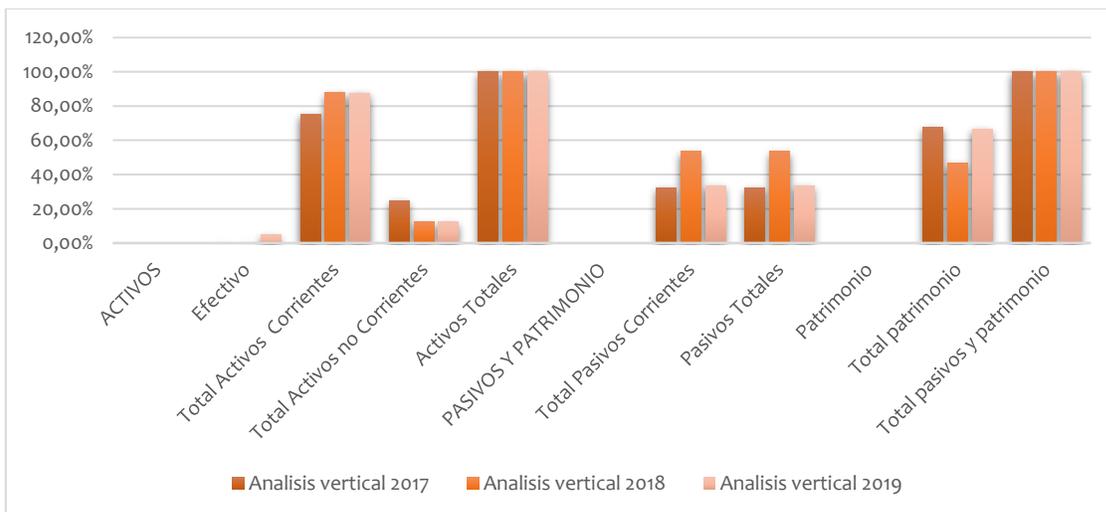


Figura 2. Análisis Vertical. Fuente: Elaboración propia

Las barras demuestran un comportamiento similar entre los tres periodos para el grupo de los activos, donde se encuentra una política de cartera responsable, generando la mayor parte de los activos en corrientes, un elemento que permite consolidar un buen flujo de caja.

Por el lado de los pasivos y patrimonio se encuentra una situación en donde el periodo 2018 es dominante de manera pronunciada sobre los otros dos periodos, esto debido al incremento en el número de servicios prestados, donde se genera de manera simultánea un incremento en los gastos operativos y obligaciones financieras.

El análisis horizontal hace énfasis en la comparación de dos periodos con respecto a los mismos factores financieros en los cuales se estudiará el comportamiento tanto del activo como de los pasivos y patrimonio.

Con resultados contundentes, que demuestran la recesión de las cifras en el total de activos corrientes y pasivos corrientes se pone en evidencia una clara necesidad de generar y desarrollar una estrategia que permita incrementar el número de ventas logrando una optimización de los recursos, generando una eficiencia en cada proceso, para así regular e incrementar las cifras anteriores.

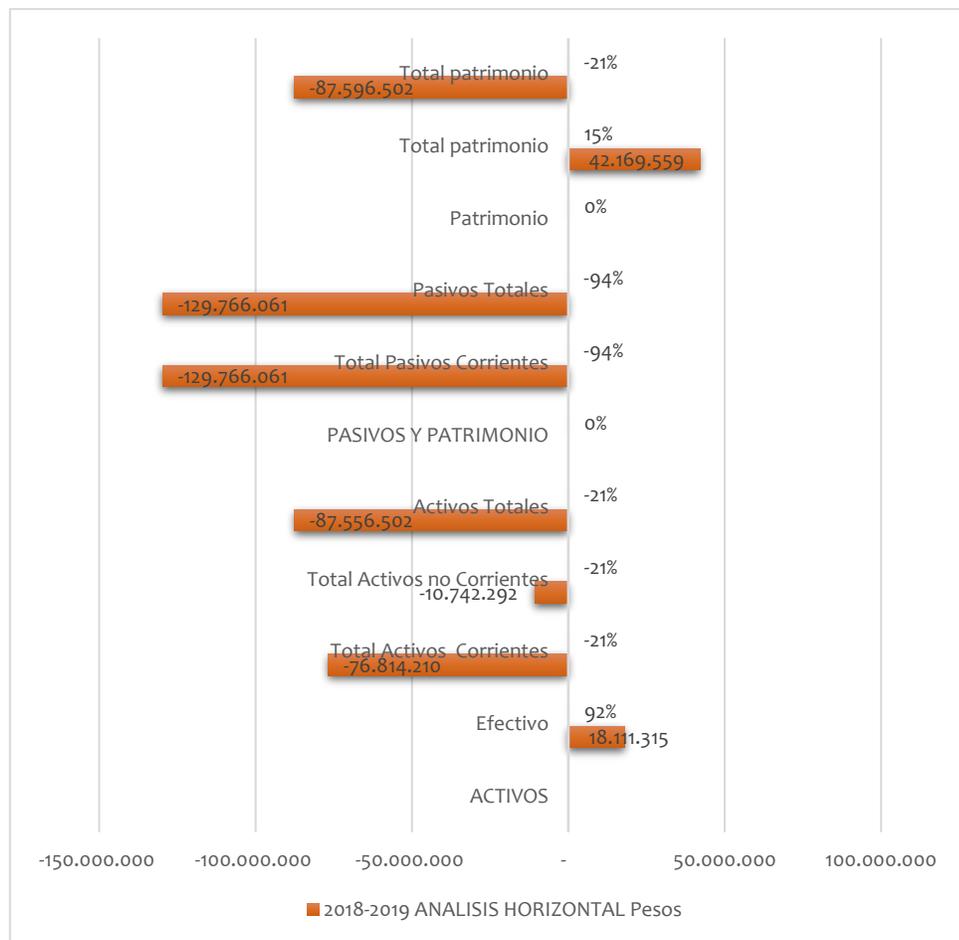


Figura 3. Análisis horizontal. Fuente: Elaboración propia

### CMI Cuadro de Mando Integral

En este punto se presenta el “Cuadro de Mando Integral” que permite estructurar las estrategias a implementar por medio de un plan de desarrollo a corto y largo plazo. La estrategia debe ser clara además de contar con el factor tiempo, quien es el encargado de definir los tiempos de ejecución y proyección para la estrategia.

<b>ESTRATEGIA</b>	
<i>Incrementar el número de los servicios a prestar, generando un incremento en el flujo de caja por un 40% de capital libre de cualquier obligación. con el objetivo de generar un mayor número de utilidades y optimización de recursos, se plantea la implementación de un nuevo software que genere un ambiente mayor de productividad en los servicios prestados.</i>	
<b>MISIÓN</b>	<b>VISIÓN</b>
<i>Realizar servicios técnicos y profesionales enfocados al mantenimiento, control y montajes para la infraestructura eléctrica, electrónica y electro neumático.</i>	<i>Actualmente se plantea una expansión en sus servicios, partiendo del concepto de diversificación conglomerada, donde se pretende integrar al portafolio servicios en un total de 10 en un periodo no mayor a 1 año.</i>

Tabla 5. Cuadro de mando integral. Fuente: Elaboración propia.

Analizando el aporte de valor agregado que le generará a la empresa en materia de innovación, productividad y lo más importante, en materia del desarrollo de la estrategia que implica en este caso una expansión de los servicios a prestar. En este punto es necesario analizar si los objetivos propuestos, aportan al desarrollo de la estrategia.

### Escala de la Estrategia

Para el desarrollo y la implementación de la estrategia propuesta, se elabora un diagrama que se divide en 3 segmentos del organismo empresarial. El primer nivel denominado estratégico, agrupa el órgano administrativo y de alta gerencia, donde se propone llevar a cabo una estrategia y desde donde se transmite la información a toda la organización.

En el segundo nivel encontramos el órgano táctico donde se lleva a cabo el proceso de ejecución de cada proceso, en él se debe generar un proceso mediante el cual el nivel operativo debe ejecutar acciones generando como resultado un cierre de proceso en el nivel operativo.

Para el último nivel tenemos al órgano operativo, el cual integra a los operarios y sus diferentes capacidades y disciplinas. Este dispone de la información del nivel táctico, esto le permitirá ejecutar las actividades pertinentes de manera correcta.

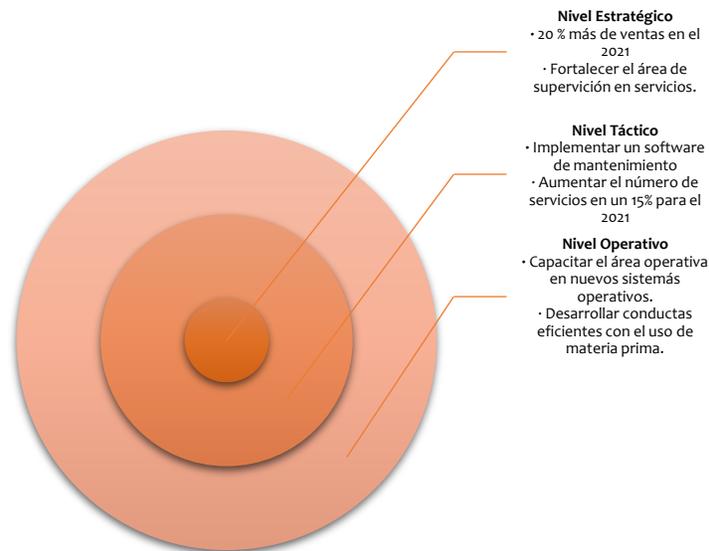


Figura 4. Escala de la estrategia. Fuente Elaboración Propia.

### Propuesta estratégica

Después de realizar el Diagnóstico y comparar con la situación actual las acciones a corto plazo de la PYME se visualizan en un escenario favorable de acuerdo con los puntos analizados previamente en cada una de las áreas funcionales de la empresa.

Se procederá inicialmente con un proceso de control y verificación de los Estados de Resultados, con una periodicidad mensual, para lograr mejorar el control en los procesos de operación para cada contrato, en periodos con un alto flujo de servicios.

La implementación de nuevos servicios requiere un mayor control de los grupos de trabajo y los respectivos procesos, en donde se propone la contratación de más personal con habilidades con relación a los servicios nuevos que se implementaran, esto le permitirá a la organización tener un desarrollo apropiado de cada servicio.

Dados los puntos anteriores, la estrategia propuesta, integra la implementación de un “Software de control” en el cual se puede desarrollar los nuevos servicios, generando una alta optimización de recursos en cada trabajo. Este elemento permite hacer un seguimiento a los mantenimientos realizados y con ello, crear un informe detallado del estado actual en diferentes periodos de cada equipo. Esto permitirá generar un canal de comunicación asertivo con los clientes al momento de evidenciar la inminente necesidad de un mantenimiento en sus equipos generando a su vez un servicio oportuno.

El desarrollo de este sistema se presenta como una oportunidad para generar más ingresos, tener un control óptimo de los servicios y así poder implementar más esfuerzos en áreas puntuales, que permitan atraer un mayor número de clientes como el desarrollo de estrategia publicitarias, que le permitan tener un mayor alcance de sus servicios a los potenciales clientes, estructurando un target adecuado a las soluciones que ofrece la empresa.

Al iniciar con la implementación de esta herramienta, se generará una mecanización de los procesos además de una optimización de recursos y procesos, obteniendo un mejor rendimiento administrativo y operativo.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La empresa analizada enfrenta diferentes problemas para poder entrar al mundo moderno, ya que varios de los procesos presentan una recurrente falta de actualizaciones y desarrollo de nuevos métodos en su operación. La empresa presenta problemas en los procesos y el diseño de estrategias de mercadeo, ya que no cuenta con canales sólidos de promoción y distribución de sus servicios.

Esta empresa reúne una serie de valores, que se consolidan a lo largo de su historia al ser un organismo que funciona en relación con la tradición de 20 años, resultado del trabajo impuesto por un mismo dueño a lo largo de este tiempo. Se mantiene en vigencia debido al cuidado e implementación de procesos responsables, siempre proporcionando soluciones de calidad en áreas de servicio puntuales.

El establecer una empresa en uno de los mercados más grandes, es resultado de consolidar procesos a lo largo de su existencia. Pero lograr esa constancia presenta un reto y es lograr funcionar nuevos mecanismos en cada proceso, logrando generar una mayor longevidad de los mismos sin caer en la disfuncionalidad. Ante la falta de procesos que generen un desarrollo y posicionamiento de marca, la compañía pierde terreno en el sector como consecuencia de las nuevas empresas emergentes en el mismo.

Se concluye que es una empresa en la cual se puede llevar a cabo un proceso de reformulación organizacional en el nivel operativo. Generando un cambio donde se implementen nuevos objetivos y estrategias que garantizan un crecimiento económico, junto a la imagen y marca de la empresa.

## Referencias bibliográficas

- Commel industrial Ltda. (2021). Información corporativa. Recuperado de: <https://www-emis-com.loginbiblio.poligran.edu.co/php/companies/index?pc=CO&cmpy=4924765>
- Min comercio (06 junio de 2019). Gobierno expide nueva clasificación de empresas a partir de sus ingresos. Lugar de publicación: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/gobierno-expide-nueva-clasificacion-de-empresas-decreto-957-del-05-de-junio-del-2019>
- Prada, P. (2021). Análisis PESTEL, una herramienta de estrategia empresarial de estudio del entorno <http://www.pascualparada.com/analisis-pestel-una-herramienta-de-estudio-del-entorno/pestel-2/>
- The Power MBA. (s.f.) Las 5 fuerzas de Porter: análisis de las fuerzas competitivas de una empresa. Recuperado de: <https://www.thepowermba.com/es/business/las-5-fuerzas-de-porter/>