

---

# ANTOLOGÍA DE EXPERIENCIAS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

---

*PATRICIA RODRÍGUEZ-PARRA  
CINDY LORENA CASTRO TOCUA  
RUBÉN EMIRO PATIÑO MEDINA*



Fundación Universitaria  
**SAN MATEO**

Editorial

---

# **ANTOLOGÍA DE EXPERIENCIAS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

---



---

# ANTOLOGÍA DE EXPERIENCIAS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

---

*PATRICIA RODRÍGUEZ-PARRA  
CINDY LORENA CASTRO TOCUA  
RUBÉN EMIRO PATIÑO MEDINA*



Fundación Universitaria  
**SAN MATEO**

Editorial

## **Antología de Experiencias en Administración de Empresas: Proyecto Integrador**

© 2021, **Fundación Universitaria San Mateo, Bogotá**  
**Facultad de Ciencias Sociales Administrativas y Afines**

© **Autores 2021**  
© **Patricia Rodríguez-Parra**  
© **Cindy Lorena Castro Tocua**  
© **Rubén Emiro Patiño Medina**

**Primera edición, 2021**  
ISBN: 978-958-53142-3-8

### **Colección libros de divulgación y/o compilación de divulgación**

#### **Autoridades Académicas**

María Luisa Acosta Triviño, Vicerrectora de Investigación y Bienestar  
Richar Alberto Rangel Martínez, Vicerrector Académico  
Vivian Janeth Ferreira Díaz, Vicerrectora Extensión y Calidad  
Andrea Meza Ferreira, Vicerrectora de Servicios Académicos  
Elizabeth Araque Elaica, Decana Facultad Ciencias Sociales Administrativas y Afines  
Ricardo Acosta Triviño, Director de Investigación

#### **Preparación editorial**

##### **Editorial Universitaria San Mateo**

Raúl Cera Ochoa, coordinador de publicaciones  
Paula Cabezas García, correctora de estilo  
Jhon Edisson Solano Medina, maquetación

#### **Transversal 17 No 25-25**

[editorial@sanmateo.edu.co](mailto:editorial@sanmateo.edu.co)

<https://www.sanmateo.edu.co/editorial.html>

#### **Bogotá, D.C., Colombia, 2021**

Este libro ha sido pasado por procedimientos editoriales, que garantizan el cumplimiento de los criterios de selectividad, temporalidad, normalidad y disponibilidad propuestos por el Ministerio de Ciencias y Tecnología Minciencias. Licencia Creative Commons - Atribución - Uso no comercial – Sin derivar  
Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada en sistema recuperable o transmitida en ninguna forma o por medio electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otro, sin previa autorización por escrito de la Coordinación de Publicaciones de la Fundación Universitaria San Mateo y de los autores.

Hecho en Bogotá, D.C., Colombia

*Catalogación en la publicación – Biblioteca Nacional de Colombia*

Rodríguez Parra, Patricia, autor  
Antología de experiencias en administración de empresas / Patricia Rodríguez Parra, Cindy Lorena Castro Tocua, Rubén Emiro Patiño Medina. -- Primera edición. -- Bogotá: Fundación Universitaria San Mateo, 2021.

1 recurso en línea: Archivo de texto: PDF. – (Libros de divulgación y/o compilación de divulgación)

ISBN 978-958-53142-3-8

1. Fundación Universitaria San Mateo. Programa de Administración de Empresas - Investigaciones 2. Administración de empresas - Enseñanza superior - Investigaciones - Bogotá - Siglo XXI 3. Enseñanza universitaria - Investigaciones - Bogotá - Siglo XXI 4. Método de proyectos - Investigaciones - Bogotá - Siglo XXI I. Castro Tocua, Cindy Lorena, autor II. Patiño Medina, Rubén Emiro, autor

CDD: 658.0071186148 ed. 23

CO-BoBN- a1101945

# CONTENIDO

<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>7</b>
---------------------	----------

## **TÉCNICO PROFESIONAL EN PROCESOS ADMINISTRATIVOS**

<b>Damaría LTDA</b> .....	<b>25</b>
<b>Juan Valdez SA</b> .....	<b>27</b>
<b>Caja Plast F-E SAS</b> .....	<b>29</b>
<b>Beauty Zone</b> .....	<b>31</b>
<b>Botikit EU</b> .....	<b>33</b>
<b>Propuesta innovadora de comercialización de calzado de la empresa TACHO</b> .....	<b>35</b>
<b>Move: renovando el pensamiento en la sociedad</b> .....	<b>36</b>
<b>Art Designs SAS</b> .....	<b>37</b>
<b>Caja Plast F-E SAS</b> .....	<b>38</b>
<b>Asesorías NPL</b> .....	<b>40</b>
<b>Cosmético Alliance</b> .....	<b>42</b>

## **TECNOLOGÍA EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

<b>Plan de negocio para la distribuidora Life SAS</b> .....	<b>45</b>
<b>Creación de una línea de jabones artesanales a base de elementos orgánicos para la empresa Saudável</b> .....	<b>47</b>
<b>Mundo Detallista</b> .....	<b>49</b>
<b>Keyps</b> .....	<b>52</b>
<b>Solar Charter</b> .....	<b>54</b>
<b>Romeo y Paleta</b> .....	<b>55</b>
<b>Análisis de la línea de producción de concreto en la empresa M&amp;A Group SAS</b> .....	<b>57</b>
<b>Gestión de la producción en la empresa Alimentos San Sebastián con su producto Agua de la cima</b> .....	<b>58</b>
<b>Gestión de la línea de producción de sanitarios de la empresa Corona</b> .....	<b>60</b>

## **PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

<b>Consultoría FPG CORP SAS</b> .....	<b>63</b>
<b>Empresa de envases y pitillos biodegradables amigables con el medio ambiente</b> .....	<b>65</b>
<b>Sleep Warm</b> .....	<b>68</b>
<b>Consultoría gestión de mercadeo</b> .....	<b>70</b>

## PRESENTACIÓN

Las nuevas necesidades en el sector de educación superior, presentes a nivel nacional en los últimos años (2019-2021), así como la influencia a nivel internacional, han llevado a las Instituciones de Educación Superior (IES) a entender las dinámicas y los modelos de enseñanza-aprendizaje a través de sus modelos pedagógicos, ejecutados en manos de los docentes como partícipes y actores. Ya no solo se trata sobre la didáctica utilizada al interior de las clases, sino que se orienta a todo el ecosistema educativo; hacia las competencias derivadas de la profesión y aquellas dadas desde las propias asignaturas; también la enseñanza y cómo se imparten, pero sobre todo sus resultados.

Tras los últimos sucesos políticos y de salud pública en el país, las nuevas dinámicas pedagógicas han llevado a las instituciones a desarrollar nuevas estrategias de enseñanza que permitan llegar a los estudiantes de manera óptima para completar su formación. Asimismo, entregarles la oportunidad de un aprendizaje propio que les posibilite contar con las competencias para enfrentar los retos nacientes. Todo ello gracias a los factores que atañen al contexto profesional que los rodea.

Como institución conocedora de estas necesidades, la Fundación Universitaria San Mateo (2018) establece dentro de su modelo pedagógico el trabajo por proyectos. Consiste en la elaboración de un producto al final del periodo académico que permite articular el trabajo de cada asignatura y evidenciar el desarrollo de competencias por parte de los estudiantes. Su propósito es dar solución desde el campo disciplinar a las diferentes problemáticas presentadas por la comunidad y las empresas.

De igual manera, en su papel de herramienta entre la academia y la sociedad, la investigación está presente en el aprendizaje por proyectos con la generación de capacidades de innovación y creatividad. Como articulador del conocimiento pertinente, y basado en el respeto de los derechos de autor, permite su comparación y actualización, así como la toma de decisiones a partir de la recolección de datos y la orientación a plantear soluciones prácticas e innovadoras para las problemáticas que se presentan en los diferentes contextos. Por tanto, es un ejercicio académico y toma de decisiones de investigación formativa cuando se le brinda a los estudiantes herramientas que aumentan sus conocimientos basados en leyes y principios aplicados; no solo situados desde supuestos, error que se comete cuando solo se tienen en cuenta conocimientos basados en la experiencia y no se exploran los existentes.

Como estrategia pedagógica del aula, en el aprendizaje basado en proyectos y en la investigación formativa, el proyecto integrador es la temática central del presente libro. A su vez, el propósito es visualizar los resultados provenientes del proyecto ejecutado por parte del programa de administración de empresas de la Fundación Universitaria San Mateo, de la mano con la articulación de sus asignaturas como mecanismo de socialización de los

resultados de su práctica, a partir de las tres líneas del grupo de investigación FUS Empresas: marketing social, asociatividad y clúster para el desarrollo regional y mejoramiento de procesos empresariales e innovación empresarial a partir de la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Este libro está dividido en cuatro capítulos, resultado del proceso académico del programa administración de empresas y desarrollado durante los periodos 2021-1 y 2021-2 por parte de los estudiantes. Cada uno es descrito en esta sección por parte de la directora del programa Lorena Castro, el coordinador del proyecto en el programa Rubén Patiño y la coordinadora de investigación formativa Patricia Rodríguez. El primer capítulo nos introduce al tema planteado, así como al desarrollo del proyecto integrador, sus competencias y resultados de aprendizaje al aplicarlo. Los tres capítulos restantes corresponden a la socialización de los proyectos por parte de los estudiantes desde las líneas de investigación del programa, su impacto y el proyecto integrador como investigación formativa. Cada uno está dividido según los niveles de educación superior que se ofrece del programa: técnico profesional en procesos administrativos, tecnología en gestión administrativa y profesional en administración de empresas.

## **El Proyecto Integrador en el programa de Administración de Empresas**

El proyecto integrador (PI) en el programa de administración de empresas pertenece a la facultad de ciencias administrativas de la Fundación Universitaria San Mateo. Es una estrategia pedagógica y didáctica en modalidad formativa. Establece un proceso de enseñanza y aprendizaje basado en indagación, consulta, observación e implantación para la socialización del conocimiento.

La estrategia permite que los estudiantes participantes realicen una aplicación de las temáticas correspondientes a las asignaturas definidas de manera consensuada desde el área administrativa. Estas se ofertan con el objetivo de interpretar los procesos administrativos en las diferentes áreas de la empresa a nivel operativo y gerencial, teniendo en cuenta estándares normativos y organizacionales. De esta manera, plantea soluciones que lleven a la empresa a la consecución de sus objetivos; a su vez, desde el direccionamiento estratégico le permite obtener y consolidar competencias con amplia visión para contribuir a alcanzar la meta.

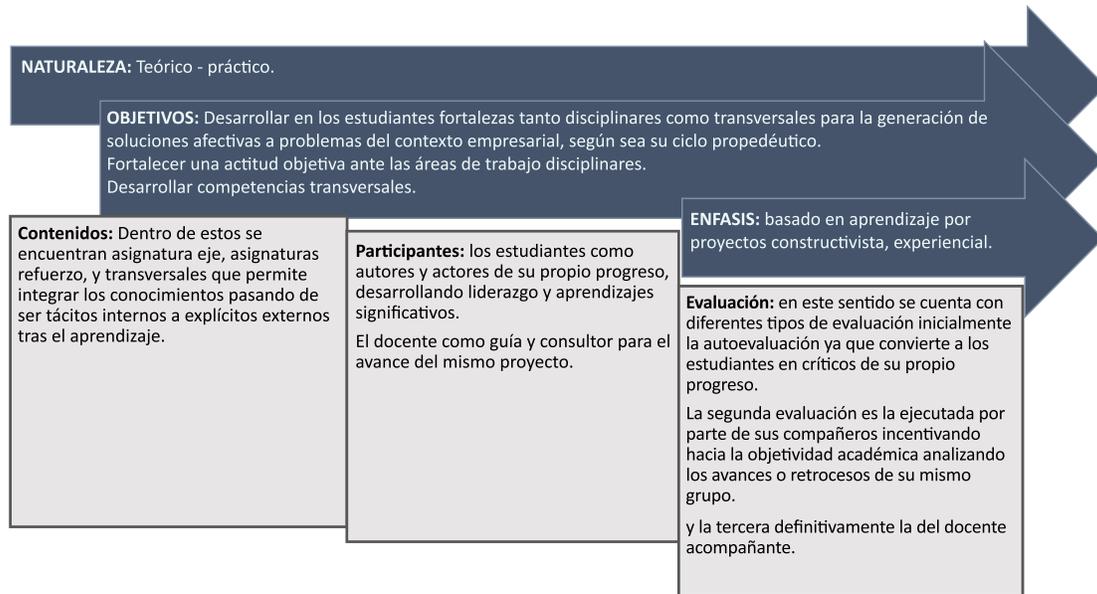
La importancia para la administración de empresas está dada en el mismo quehacer del programa. La organización de áreas en las cuales los estudiantes han venido realizando aprendizajes genera una práctica pedagógica de construcción conjunta donde la teoría y práctica se reúnen con el fin de obtener un producto propio del nivel de formación.

Dicho proyecto está inmerso en la propuesta curricular del programa. El modelo por aprendizaje experiencial y por proyectos refuerza la formación integral. No solo se observa el componente disciplinar, sino que al unísono se establecen competencias blandas como la comunicación escrita y oral. A su vez, otras transversales como el liderazgo, trabajo en equipo, gestión de la presión, organización, flexibilidad y mirada crítica le permiten vincular cada una a su proceso de aplicación del aprendizaje.

Es de tener en cuenta que este proyecto no solo es de impacto a nivel académico: se sabe que provee a las empresas una aplicabilidad de los resultados, promoviendo la competitividad y la productividad. Asimismo, impulsa a los estudiantes a realizar un proceso de observación del contexto donde se desenvuelve profesionalmente, lo que le implica planear, diseñar y ejecutar estrategias sistemáticas y pertinentes para el logro de cambios en el entorno. Como es una herramienta para generar capacidades de aprendizaje colaborativo, y de pensamiento crítico por parte de sus integrantes, su articulación conlleva al desarrollo de competencias específicas y transversales.

Por su parte, el concepto *proyecto* proviene del vocablo latino *proiciere-proieci-proiecm* que significa “armar adelante” (proyección, proyectar y proyecto). Entonces, el proyecto es toda idea que se tiene en el presente con miras a que se materialice en el futuro, mediando entre el presente, el futuro y su logro: un proceso con pasos específicos que procure la consecución del resultado deseado. Dicho proyecto cuenta con las siguientes características (figura 1).

**Figura 1.** Características del PI en la administración de empresas



**Fuente:** documento institucional de la Fundación Universitaria San Mateo.

Como metodología de aula permite al estudiante mayor autonomía en el desarrollo conceptual, en su aplicación y en el desarrollo de habilidades requeridas para la elaboración de un producto académico proyectual. Lo anterior, con miras a la realización de una tarea como consecuencia del análisis previo de un problema que le es entregado. Según el Reglamento Proyecto Integrador (2021-2):

Por medio de este se hace posible la consolidación de un marco de referencia común sobre la manera de entender y abordar interdisciplinariamente problemas tomados tanto de la reflexión teórica como de la vida práctica. Para buscar soluciones a las problemáticas que se presentan en relación con las mismas y su impacto en la vida personal, laboral y social del estudiante. (Fundación Universitaria San Mateo, s.f.)

Dentro del proceso de análisis de resultados en semestres anteriores, el programa de administración de empresas genera metas a alcanzar para el PI por semestres, estableciéndose desde las unidades curriculares. De acuerdo con Rodríguez-Parra y Acosta (2022), quien basó su propuesta en Tobón (2006), los estudiantes deben saber, actuar y valorar en su ejercicio de aprendizaje. Por ende, se asume que deben contar con un resultado del proceso de enseñanza-aprendizaje en unidades, como se demuestra en la tabla 1.

**Tabla 1.** Saberes mínimos para desarrollar y medir el proceso académico

Saberes mínimos para desarrollar según Tobón			Saberes mínimos para medir como resultados de cada uno de estos		
Saberes prácticos	Saberes teóricos	Saberes valorativos	Cómo es su desempeño	Qué debe conocer	Cuál es la actitud que posee

Fuente: Rodríguez-Parra y Acosta (2022).

Ahora bien, las temáticas se estipulan desde una visión productiva, en el marco de las problemáticas del sector donde se acuerda presentar el proyecto, con una mirada estratégica y pedagógica en su formulación, dando inicio de derecha a izquierda en la cadena del sector productivo (Rodríguez-Parra y Acosta, 2022). En sí, es preguntarse cuál sería la necesidad del sector y organización y así revisar en retrospectiva, con una mirada analítica-crítica desde el mismo currículo y los resultados provenientes de este. El objetivo es un impacto directamente en la ejecución del producto; permite realizar un seguimiento de los temas impartidos, las enseñanzas, las didácticas al interior de cada parte del proceso y los resultados de aprendizaje desarrollados por el estudiante.

### **Competencias desde la administración de empresas y resultados de aprendizaje**

Desde el programa, y a través de la estrategia, se busca fortalecer en los estudiantes competencias administrativas y gerenciales en el proceso de aprendizaje, que permitan involucrar sus conocimientos en la toma de decisiones, en la gestión del recurso de una organización y en la dirección empresarial. Asimismo, el fortalecimiento del desarrollo del pensamiento crítico, liderazgo, entre otros aspectos que consolidan la formación de líderes en este campo disciplinar.

Como consecuencia, se da un análisis inicial a la formación según sus componentes para la generación del producto a través de los resultados de aprendizaje (figura 2). Bajo esta mirada, a partir del componente de formación misional, básico, específico y complementario disciplinar, así como las competencias de las asignaturas por nivel de formación, se establecen los resultados de aprendizaje para el PI del programa. Están orientados a cada una de las áreas y asignaturas que conforman el plan de estudios.

**Figura 2.** Componentes necesarios para la construcción del PI



Fuente: Restrepo (2007).

Por consiguiente, a través de la integración de asignaturas disciplinares y el trabajo interdisciplinario de docentes se ejecutan los lineamientos para dar cumplimiento al perfil del egresado, el cual se visualiza en la tabla 2.

**Tabla 2.** Perfil del egresado

Denominación del perfil	Técnico profesional en procesos administrativos	Tecnología en gestión administrativa	Profesional en administración de empresas
Perfil profesional	El técnico profesional en procesos administrativos de la Fundación Universitaria San Mateo interpreta los procesos administrativos en las diferentes áreas de la empresa a nivel operativo, asiste en la recopilación de la información administrativa y organizacional para aportar de manera responsable al cumplimiento de los objetivos empresariales y la mejora continua, teniendo en cuenta las normativas vigentes existentes.	El tecnólogo en gestión administrativa de la Fundación Universitaria San Mateo gestiona los recursos existentes dentro de la organización de manera honesta, identificando herramientas para una mejor toma de decisiones en cada caso. Asimismo, coordina los procesos administrativos en las diferentes áreas de la organización, direccionadas hacia el cumplimiento de las metas, liderando el avance para su culminación, para aportar a la competitividad y la productividad.	El profesional en administración de empresas de la Fundación Universitaria San Mateo planea las estrategias a desarrollar dentro de la organización que le permita aportar a la toma de decisiones, dirige equipos de trabajo a través de una comunicación asertiva, controla los indicadores de gestión organizacional, verifica el avance de estos en pro del cumplimiento de las metas establecidas, teniendo en cuenta el contexto nacional e internacional en los mercados cambiantes.

**Nota.** Elaboración propia a partir de documentos institucionales de la Fundación Universitaria San Mateo.

El PI del programa propone que los estudiantes generen un proceso de investigación y desarrollo con una mirada hacia la innovación y la mejora continua de los procesos organizacionales, con estrategias de aplicación de reingeniería y metodologías organizativas que llevan al desarrollo organizacional. De esta manera, logra el bienestar de sus empleados, utilidades para sus accionistas, cuidado de medio ambiente, satisfacción de sus clientes y apoyo al gobierno desde la empresa formal para la tributación correspondiente. Por ello, en vías de conseguir el resultado se establece realizar una pregunta orientadora como se muestra en el ejemplo a continuación.

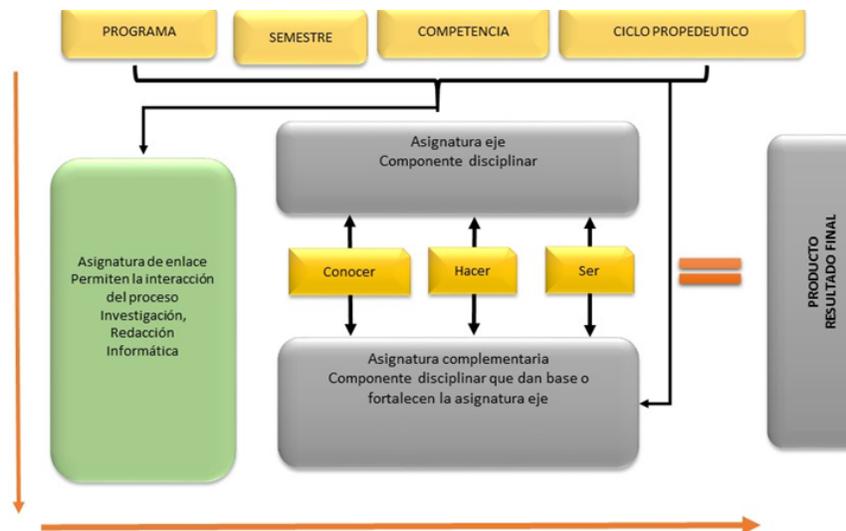
**Tabla 3.** Resultado según pregunta orientadora

Ciclo	Semestre	Asignatura eje	Asignaturas complementarias	Asignatura enlace	Pregunta orientadora	Producto académico	Producto empresarial
Técnico	I	Servicio al cliente	Principios de Economía  Contabilidad General	Informática 1  Metodología del estudio	¿Cómo aplicar la mejora continua a través de los procesos de servicio al cliente?	Video de presentación de resultados  Reporte escrito	Informe documentado de recomendaciones a las organizaciones

**Nota.** elaboración propia a partir del programa curricular de administración de empresas, Fundación Universitaria San Mateo.

Posterior a esta organización se analizan los resultados de aprendizaje de cada una de las asignaturas participantes para así dar claridad del proceso, complementando la información y la ruta a seguir.

**Figura 3.** Esquema de participación de componentes en el PI



**Nota.** Documentos institucionales de investigación formativa, Fundación Universitaria San Mateo.

Es así como bajo esta estructura se establece el acompañamiento de los docentes participantes, uno con el rol al igual que la asignatura, dirigiendo tanto a estudiantes como a docentes de la ruta a seguir. Además, de manera interdisciplinar se crean los contenidos conceptuales que harán parte del proyecto, las estrategias a implementar y la generación de razonamiento reflexivo y progresivo de una o varias disciplinas. Esto permitirá establecer una mirada crítica al proceso y potenciar el autoaprendizaje.

### **Investigación y el proyecto integrador en el programa administración de empresas**

Las líneas de investigación y sus núcleos problemáticos generados desde el programa son la guía para que el estudiante se enfoque desde su perfil profesional. Va dirigido hacia la concientización de ayuda a la sociedad, generando valor agregado hacia él, partiendo de las necesidades empresariales y sociales. Asimismo, los productos resultado de la implementación del PI están orientados a dichas líneas.

En este sentido, el PI del programa articula su estructura como herramienta. Desde las líneas de investigación permite al estudiante proponer procesos que logren visualizar de manera científica las necesidades de los diferentes sectores productivos como ofertantes; además de las necesidades o cambios que requieren los demandantes, en este caso los clientes.

En el siguiente apartado se presentan las líneas de investigación del programa y su influencia en el PI, espacio en donde se gestan escenarios que contribuyen con el desarrollo humano y cultural. Lo anterior, mediante los procesos de investigación e innovación, contruidos a través del grupo de investigación interdisciplinar FUS Empresas: Innovación y Desarrollo Creativo. A partir de sus tres líneas se establece contar con una meta cuando se habla de producto. Estas son marketing social, asociatividad y clúster para el desarrollo regional, así como mejoramiento de procesos empresariales e innovación empresarial a partir de la incorporación de tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

La institución genera en sus estudiantes y docentes procesos formativos que motiven este propósito. Como insumo se tiene entonces a las nuevas generaciones estudiantiles que, con la ayuda de la información generada por la carrera en formación, los PI, sus líneas de investigación, más el medio tecnológico; propondrán cambios, mejoras o lanzamiento de nuevos productos o servicios.

Ahora bien, los enfoques investigativos asociados al PI brindan dirección al área académica. Por tanto, de manera inicial desde la administración se considera contar con procesos que le permitan aportar a mejorar las necesidades del país; así como orientar hacia la expansión de oportunidades de las organizaciones y de sus miembros. Bajo esta perspectiva se establecen las líneas determinadas por el programa.

## Marketing social.

Esta línea de investigación tiene como objetivo construir procesos de indagación alrededor del análisis de las necesidades, preferencias e intereses de los mercados. Su propósito es crear e implementar estrategias que permitan mejorar y mantener el bienestar de la sociedad y el consumidor. Así, a través de ella se generan propuestas de innovación empresarial enfocadas en generar productos y herramientas propias que impacten el mercado y propicien escenarios de competitividad empresarial. Según Philip Kotler y Kevin Keller (2011) lo anterior implicaría “El diseño, implantación y control de programas que buscan incrementar la aceptación de una idea o causa social en determinados grupos objetivo” (p. 5).

Por parte de Miguel Ángel Moliner Tena (1998), el mercadeo social habla de la gestión de las causas sociales. Aquí el “mercadeo” abarca tres grandes áreas que una empresa no debería descuidar:

- Marketing social interno: si los propios miembros de la compañía no creen en la causa, es difícil que la puedan transmitir con efectividad a los demás. La empresa debe fomentar el cambio cultural desde dentro y en sus propios trabajadores para comunicarse hacia el exterior de una forma efectiva.
- Marketing social externo: se trata de acciones publicitarias para dar a conocer la causa, campañas, eventos, entre otros. Es decir, de todas las estrategias que se realizan hacia fuera para mostrar los valores y actitudes que promueve la empresa, crear opinión e invitar a los demás a implicarse.
- Marketing social interactivo: el receptor se concibe como un agente activo con capacidad crítica y herramientas para interactuar con la empresa y dar su feedback o retroalimentación. El “marketing” social no descuida al cliente que asume la causa como propia y lo tiene en cuenta como un agente más de la campaña.

**Tabla 4.** Núcleos de la línea de investigación

Línea de Investigación	Núcleos Problémicos
Marketing Social	Necesidades Sociales Teorías Competitividad del Mercado - Producto Sistemas de Información Organizacional Oferta Social Perfil Comportamiento del Mercado Meta

**Nota.** Líneas de investigación del programa de administración de empresas, Fundación Universitaria San Mateo.

## **Asociatividad y clúster para el desarrollo regional.**

Desde la comprensión por las actividades asociativas y de clúster en el sector organizacional, esta línea de investigación orienta su desarrollo en la consolidación de procesos de innovación y competitividad. Lo anterior, a través de la construcción de modelos de asociatividad que permiten la interrelación de diferentes actores de la cadena de valor, frente a la producción de bienes y servicios. Para ello, el estudiante genera investigación mediante procesos de consultoría que contribuyen con la planeación estratégica de las compañías y el crecimiento regional.

Entonces, se convierte en uno de los pilares para fortalecer los propósitos de crecimiento económico con valor agregado. Al respecto López y Calderón (2006), citados en Competitividad, redes de empresas y cooperación empresarial de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2010), la definen como “una estrategia resultada de una cooperación o coalición de empresas en función de un objetivo en común, en la que cada participante mantiene independencia jurídica y gerencial” (p. 14).

Una estrategia clave para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) en el mundo globalizado es fomentar la solidaridad, democracia, igualdad y equidad, promoviendo la creación de clúster y redes empresariales en cadenas productivas competitivas. De acuerdo con las formas de asociatividad son cadenas productivas de valor, así como redes y clúster para el desarrollo.

**Tabla 5.** Núcleos de la línea de investigación

<b>Línea de Investigación</b>	<b>Núcleos Problémicos</b>
Asociatividad y Clúster para el Desarrollo Regional	Modelos de Asociatividad Sistemas Productivos Competitividad Planeación Estratégica Desarrollo Regional

**Nota.** Líneas de Investigación programa de administración de empresas, Fundación Universitaria San Mateo.

## **Mejoramiento de procesos empresariales e innovación empresarial a partir de la incorporación de tecnologías de la información y la comunicación.**

Con base en el análisis del uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), esta línea de investigación responde a la indagación de las formas en las que culturalmente se han venido enfrentando y articulando a favor del sector productivo. Por tanto, se busca el mejoramiento de los procesos empresariales, a través de la creación de estrategias que conduzcan hacia la innovación y el desarrollo de los diferentes sistemas organizacionales, en donde se procure discernir frente a la gestión del conocimiento, contribuyendo con el crecimiento económico del país y las compañías.

**Tabla 6.** Núcleos de la línea de investigación

Línea de Investigación	Núcleos Problémicos
Mejoramiento de Procesos Empresariales e Innovación Empresarial a partir de la incorporación de tecnologías de la información y la comunicación	Innovación como Estratégica Empresarial
	Gestión del Conocimiento Organizacional
	Gestión de la Innovación
	Comunicación Organizacional
	Sistemas de Gestión Organizacional

**Nota.** Líneas de Investigación programa de administración de empresas, Fundación Universitaria San Mateo.

### **La investigación formativa dentro del proyecto integrador**

Una de las principales metas formativas con las que cuentan en la actualidad los docentes universitarios es disponer de estrategias pedagógicas que fomenten en los estudiantes la aprehensión del conocimiento, la comprensión de sus conceptos y las diversas formas de ejecutar lo aprendido. La primera forma de realizarlo es tener un trabajo interdisciplinario, por cuanto las diferentes áreas que componen el currículo deber resaltarse en cada uno de sus aportes y transdisciplinario porque mira a los diferentes sectores de la economía.

La Ley 30 de 1992 manifiesta que una de las principales características en la educación superior es su compromiso con la investigación; definitivamente, el país depende en parte de los nuevos hallazgos o desarrollos que pueda brindar. Bajo esta mirada la Misión de sabios del año 2019 se conformó con el fin de establecer las nuevas metas para el avance de la ciencia, la tecnología y la innovación en los diferentes sectores económicos del país. De esta manera, buscan dar respuesta a los desafíos productivos y sociales de manera escalable, replicable y sostenible (Gobierno de Colombia, 2019).

Para la Fundación Universitaria San Mateo es claro su propósito en lo que respecta a la investigación formativa. En este sentido, tiene en cuenta las dos posiciones que se encuentran en el medio académico; por un lado, la formación para investigar y por el otro la investigación formativa.

Entonces, se hace necesario visualizar la propuesta del PI desde la investigación formativa, definida por Parra (2004) como el enseñar usando un método de investigación, con características dirigidas por un docente, en este caso líder del PI. Por el otro, estudiantes que están formándose cuando este tipo de aprendizaje los estimula a desarrollar procesos de trabajo colaborativo, despertando una actitud crítica ante las diversas problemáticas que se presentan. Asimismo, conlleva a soluciones innovadoras y prácticas dentro del contexto disciplinar en el que desenvuelven; además, la creatividad toma fuerza con nuevas propuestas que aportan al desarrollo de diversas soluciones.

La investigación formativa tiene como objeto de estudio las diferentes disciplinas en la formación de los estudiantes y en sus contextos. Es un campo que se desarrolla a través de los proyectos de aula, proyectos de investigación pedagógica y la investigación en sí misma. Su principal objetivo es generar actitudes y competencias básicas para que los estudiantes aborden realidades, se apropien de los conocimientos trabajados, reflexionen, asimilen y conozcan cada vez más la esencia de sus disciplinas. Lo anterior, para la transformación de las comunidades con las que trabajan, favoreciendo así un mayor desarrollo y mejor calidad de vida.

Ahora bien, la investigación formativa fortalece en la comunidad académica procesos de creatividad e innovación. Es allí en donde sus componentes afloran dentro de los participantes para la co-creación de soluciones innovadoras a productos, procesos o servicios, generación e intercambio de flujos de información y conocimiento entre los diversos agentes que posibilitan la competitividad de los sectores productivos, siendo consecuente con el método de aprendizaje. Miyahira Arakaki (2009) manifiesta que esta “sigue la lógica de la investigación científica siendo estrategia permite que el estudiante aprenda a aprender, a pensar de manera crítica y analítica, y a buscar, encontrar y utilizar los recursos apropiados para aprender” (p. 121). Por su parte, Guerrero Useda (2007) define la formación para la investigación como:

Conjunto de acciones orientadas a favorecer la apropiación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes necesarios para que estudiantes y profesores puedan desempeñar con éxito actividades productivas asociadas a la investigación científica, el desarrollo tecnológico y la innovación, ya sea en el sector académico o en el productivo. (p. 120).

Sobre los aspectos visibles en egresados, y en la investigación aplicada, se dan resultados e impactos en el contexto real. En este sentido, la formación para la investigación es asumida por la institución como un proceso sistemático y planeado. Por tanto, se indaga y programa con el objetivo de conseguir resultados constantes en el tiempo. Esto significa que en el mediano y largo plazo se convierte en una capacidad que se traduce en una ventaja competitiva para los egresados y, en sí, para los partícipes de la investigación.

Consciente de las necesidades del país, la Fundación Universitaria San Mateo procura aportar al desarrollo a través del fomento para la construcción de ideas y la aplicación de la tecnología sobre las habilidades, el aprendizaje y el capital humano. Lo anterior, desde el mismo currículo de los programas, aplicados en las diversas estrategias pedagógicas de enseñanza; en donde se puede implementar enmarcado en características como la mejora de procesos, productos y servicios. Por ello, cuenta

con grupos de semilleros, así como con asignaturas dedicadas a la investigación formativa, que acompaña a la formulación y ejecución de proyectos investigativos como opción de grado. Definitivamente, el PI reúne los elementos propios de la disciplina y de las asignaturas transversales que le permiten fortalecer las competencias. Esto es demostrado a través de las siguientes hojas donde son los mismos estudiantes que validan su proceso de aprendizaje.

Ello da un oriente a seguir en la formación de los nuevos profesionales del área administrativa. Como primer eje de la misión se encuentra las ciencias sociales, desarrollo humano y equidad. En este contexto el oriente dado es “mejorar los estándares de competitividad de la población, así como garantizar una educación de calidad que se refleje en las dinámicas innovadoras” (Gobierno de Colombia, 2019, p. 5).

En sí, es evidente la integración que se requiere entre la investigación y los sectores empresariales; además del papel que tiene el sector educativo frente a la formación del capital humano para el fortalecimiento de las habilidades blandas como el trabajo en equipo, comunicación escrita y oral; así como una mirada crítica ante las situaciones cambiantes del contexto. Lo anterior, con el fin de generar y transferir conocimiento.

De por sí, la investigación es un proceso innato que se inicia con la exploración del medio que circunda al ser humano. El ejercicio pedagógico está direccionado hacia el fortalecimiento en el estudiante de todas aquellas fuentes de conocimiento que a lo largo del aprendizaje se suscita. Asimismo, genera interés en el educando sobre la realidad y aspectos de alta dificultad, ya que el mundo desarrolla dinámicas cada vez de mayor complejidad en su vertiginoso afán de crear y competir.

Es así como la investigación formativa desarrolla en los estudiantes habilidades en interpretación, análisis y síntesis de la información, en la búsqueda de problemas disciplinares no resueltos. De la misma manera, está el pensamiento crítico y observación, representación y comparación; también directamente relacionadas con la investigación formativa.

Bajo esta mirada, y a través de la investigación formativa, se propone en el PI el aprendizaje por descubrimiento y construcción (o investigación inductiva), utilizada para el análisis del fenómeno problema. Además, es una puesta en marcha de un proceso sistemático en el cual el estudiante es el autor y actor del proceso investigativo, por supuesto, bajo el acompañamiento de los docentes de cada una de las asignaturas con su liderazgo basado en el eje central de estas. También implica la búsqueda de activación del proceso cognitivo; la indagación y análisis de los resultados; la mirada crítica, al mismo tiempo propositiva, con propuestas de mejora e innovadoras, o la aplicación de conocimientos ya existentes ante las necesidades planteadas.

La formación de profesionales a través de estrategias investigativas permite generar en los estudiantes un pensamiento autónomo, crítico y creativo, que establezca a su egreso una continuidad en la aplicación del conocimiento para superar las brechas existentes en los contextos donde este se desenvuelve.

Como conclusión, la investigación formativa es un componente de enlace o un mediador en todo el proceso de desarrollo del PI. Asimismo, según sea el caso genera o fortalece habilidades comunicativas, de indagación y consulta, pero sobre todo de integración de los resultados derivados de este.

## Referencias

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2010). *Competitividad, redes de empresas y cooperación empresarial*. Publicación de las Naciones Unidas. [https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/7328/S2010207\\_es.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/7328/S2010207_es.pdf)
- Fundación Universitaria San Mateo. (s.f.). *Proyecto Integrador ingeniería & afines*. <https://www.proyectointegrador.com/PortalWEB/>
- Gobierno de Colombia. (2019). *Misión de sabios Colombia – 2019*. Ministerio de Ciencias. [https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/brochure\\_mision\\_de\\_sabios\\_16\\_abril.pdf](https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/brochure_mision_de_sabios_16_abril.pdf)
- Guerrero Useda, M. E. (2007). Formación de habilidades para la investigación desde el pregrado. *Acta Colombiana de Psicología*, 10(2), 190–192. <https://www.redalyc.org/pdf/798/79810218.pdf>
- Kotler, P., & Keller, K. (2011). *Marketing Management* (14a ed.). Pearson.
- Ley 30 de 1992 (28 de diciembre), por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior, D.O. 40.700. [http://www.legal.unal.edu.co/rlunal/home/doc.jsp?d\\_i=34632](http://www.legal.unal.edu.co/rlunal/home/doc.jsp?d_i=34632)
- Miyahira Arakaki, J. (2009). La investigación formativa y la formación para la investigación en el pregrado. *Revista Médica Herediana*, 20(3), 119–122. <https://doi.org/10.20453/rmh.v20i3.1010>
- Moliner, M. (1998). *Marketing social. La gestión de las causas sociales*. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing.
- Parra, C. (2004). Apuntes sobre la investigación formativa. *Educación y Educadores*, 7, 57–77. <https://doi.org/10.5294/edu>
- Restrepo, B. (2007, marzo). *Conceptos y aplicaciones de la investigación formativa, y criterios para evaluar la investigación científica en sentido estricto*. Escuela Politécnica Nacional. <https://www.epn.edu.ec/wp-content/uploads/2017/03/Investigaci%C3%B3n-Formativa-Colombia.pdf>
- Rodríguez, P., y Vargas Guzmán, F. E. (2022). Proyecto integrador, como generador de competencias y resultados de aprendizaje. *Pensamiento Americano*, 15(30), 1–14. <https://doi.org/10.21803/penamer.15.30.463>

Tobón, S. (2006). *Aspectos básicos de la formación basada en competencias. Proyecto Mesesup*. Universidad Veracruzana. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2019/07/Aspectos-basicos-de-la-formacion-basada-en-competencias.pdf>

---

# TÉCNICO

PROFESIONAL EN PROCESOS  
ADMINISTRATIVOS

---

# Damaría LTDA

## **Integrantes del proyecto:**

María Camila Aguilar Calderón  
Dayana Alfonso Acosta  
María Paula Arias Cubides

## **Resumen**

El objeto social de la empresa es la comercialización al por mayor de prendas elaboradas para vestir el segmento femenino. El portafolio de productos tiene las siguientes líneas: Kids, Teens y Dress Casual; asimismo, será competitiva en la industria de textiles. También satisface la necesidad del entorno donde se encuentra ubicada geográficamente: en el barrio San Victorino, localidad Santa Fe, Bogotá, Colombia.

## **Objetivos**

Proponer actividades de mejora continua a través de los procesos de servicio al cliente para la empresa Damaría LTDA, en relación con la cultura de servicio en la organización, la comunicación asertiva con los clientes, estrategias de fidelización de clientes y los métodos de evaluación del servicio. Para lograrlo se espera establecer los principios contables y económicos para la empresa; así como aplicar herramientas ofimáticas como Word, Excel y Power Point, de manera que permitan la adecuada gestión y funcionamiento a la empresa.

## **Desarrollo y ejecución**

El proyecto deja la enseñanza sobre la importancia de ir consolidando día a día la cultura del servicio para el posicionamiento de la empresa en el mercado. Además, es un elemento que genera reconocimiento de la marca para lo cual se debe tener una política de servicio al cliente, misión y valores orientados a ofrecer un servicio de calidad a los clientes.

A su vez, se conocieron los métodos de evaluación del servicio a partir de los cuales se seleccionaron y aplicaron algunos para la empresa. Se comprendió que el comportamiento de los colaboradores, los recursos y estrategias del negocio deben siempre estar centrados y enfocados en el cliente, y en cómo satisfacer sus necesidades. Por último, se aplicaron estrategias para implementar y mejorar los procesos de fidelización para mantener y retener los clientes.

Otra reflexión que surge del proyecto es la aplicación de los aspectos legales y el tipo de sociedad relacionada con la empresa del proyecto; así como la realización del análisis económico del entorno donde se desarrollará el proyecto, identificando aspectos de comercialización, oferta y demanda. Además, se aplicaron conocimientos sobre herramientas tecnológicas e informáticas donde se realizó la página web del proyecto, la cual será utilizada para su presentación y sustentación. Por último, fortaleció el trabajo en equipo, colaborativo y compañerismo, aspectos importantes para aplicarlo en un negocio propio o en empresas donde se labora.

# Juan Valdez SA

## **Integrantes del proyecto:**

David Stiven Benavides Gómez  
Brandon Humberto Carvajal Gómez  
Andrea Tatiana Molina Tunjo

## **Resumen**

Juan Valdez simboliza a los caficultores de Colombia como marca del café premium en sus mercados actuales y potenciales. Asimismo, da identidad al café de Colombia promoviendo su consumo en el mercado internacional. Para mantener el buen nombre de la compañía y su marca en el mundo es relevante continuar fortaleciendo los procesos administrativos en relación con el servicio al cliente.

## **Objetivo**

Proponer estrategias para el fortalecimiento y consolidación de la cultura del servicio. Para esto se espera implementar métodos de evaluación de la satisfacción de la tienda Juan Valdez; así como mantener los principios contables y económicos para la empresa, aplicando herramientas ofimáticas como Word, Excel y Power Point, de manera que permitan la adecuada gestión y funcionamiento a la empresa para continuar fortaleciendo la calidad del servicio.

## **Desarrollo y ejecución**

Durante el proyecto se aplicaron estrategias para continuar fortaleciendo la cultura del servicio donde se propone revisar la identidad y filosofía del servicio; disponer de mecanismos para recoger peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y felicitaciones (PQRSF); así como aplicar planes de comunicación al interior de la empresa para que la comunicación fluya horizontal y verticalmente en todos los niveles. Asimismo, aplicar planes de capacitación y socialización con los clientes internos/colaboradores de la empresa;

disponer de mecanismos para el seguimiento/control y evaluación; revisar los métodos existentes de evaluación del servicio y la medición de la satisfacción por parte de los clientes.

Para esto, se propone implementar el método del cliente oculto o Mystery Shopper y ejecutar paneles de clientes y sesiones de grupo. Se deben llevar a cabo y aplicar los requisitos de la norma ISO 9001-2015, relacionadas con la satisfacción del cliente y la comunicación con ellos. En adición, se llegaron a las siguientes aproximaciones:

- El desarrollo del proyecto integrador favoreció el desarrollo de competencias en aplicación de herramientas tecnológicas y aplicaciones informáticas para la vida laboral y profesional.
- Permitió identificar y entender el sector económico verificando el comportamiento económico de los últimos tres años para conocer cómo la empresa está cambiando en este sector y la dinámica en el sector productivo o industrial a la que pertenece.
- Conocer cómo se crea una empresa legalmente, obligaciones de los comerciantes, análisis de cuentas; además de identificar cada campo de las cuentas, tipos de sociedad, tipo de empresa y así aplicarlo al proyecto.

# Caja Plast F-E SAS

## **Integrantes del proyecto:**

Hammer Andrey Espitia Carvajal  
Juan Carlos García Tabares  
María Andrea Llanos Rico  
Luis Felipe Leguizamo Gil

## **Resumen**

La razón social de la empresa es Caja Plast F-E SAS y su objeto social se enfoca en el cuidado y la protección del medio ambiente. Va dirigida a aquellas pequeñas, medianas y grandes empresas que dentro de sus procesos desechan en gran número residuos tanto aprovechables como no aprovechables.

## **Objetivo**

Proponer actividades de mejora continua través de los procesos de servicio al cliente para la empresa Caja Plast F-E SAS, en relación con el fortalecimiento de la cultura del servicio. Como objetivos específicos se busca establecer los procesos de fidelización de los clientes, la implementación de mecanismos para la evaluación de la satisfacción del servicio; disponer los principios contables y económicos para la empresa; además de aplicar herramientas informáticas como Word, Excel y Power Point, de manera que permitan la adecuada gestión y funcionamiento a la empresa.

## **Desarrollo y ejecución**

Hasta el momento nos hemos encontrado con el conocimiento de estrategias para fidelización de clientes. Aquí se debe sistematizar la información de los clientes y mantenerla actualizada; segmentar los clientes y establecer convenios o alianzas estratégicas con empresas para otorgar valor/beneficios a los clientes. De igual manera, hemos realizado las siguientes aproximaciones:

- Implementar métodos para evaluar el servicio, como el instrumento encuesta de satisfacción en formato digital y físico, cliente oculto y la encuestas a los funcionarios.
- Fortalecer la cultura del servicio a partir de una política de servicio y atención al cliente; la documentación y aplicación de procedimientos, protocolos de servicios y atención al cliente. Por último, la implementación de un programa de capacitaciones permanente para los funcionarios.
- Conocer la importancia de la contabilidad para una empresa porque se debe legalizar una actividad económica. Asimismo, comprender la clasificación de las empresas para identificar en qué sector económico y productivo se está desempeñando.
- Implementar y fomentar el uso de plataformas digitales didácticas, que contribuyan a la difusión de campañas de conciencia ambiental y responsabilidad social empresarial; también la realización de la página web para el proyecto; además del uso de otras herramientas que se pueden ejecutar para promover la empresa y para la comunicación con los clientes.
- Conocer sobre el entorno económico de la empresa, comercialización, oferta y demanda, relacionado con la empresa.

# Beauty Zone

## **Integrantes del proyecto:**

Andrés David Marín Pérez  
Angie Daniela Pimentel Camelo  
Johan Armando Vargas Salamanca  
Fredy Ricardo Vargas Urrego

## **Resumen**

La empresa tiene como razón social Beauty Zone. El objeto social es servicio de peluquería. El portafolio de productos es lavado de cabello, corte, tinte, coloración, ondulación, alisado, afeitado, recorte de barba, masajes faciales, arreglo de manos y pies, depilación, maquillaje y otros tratamientos de belleza.

## **Objetivo**

Implementar los procesos de servicio al cliente para la empresa Beauty Zone, como la cultura del servicio en la organización, la comunicación asertiva con los clientes, estrategias de fidelización de clientes y los métodos de evaluación del servicio. Para esto se busca establecer los principios contables y económicos para la empresa; además de aplicar herramientas ofimáticas como Word, Excel y Power Point, para ofrecer servicio de calidad a los clientes.

## **Desarrollo y ejecución**

En el desarrollo del proyecto se aplicaron conocimientos sobre cultura del servicio basada en los valores y bases éticas que rige la empresa. También se resalta la importancia de implementar capacitaciones adecuadas para los colaboradores de tal forma que se evidencie el manejo de procesos, protocolos del servicio y la atención del cliente. Asimismo, proponer un sistema de fidelización efectivo y constante para evitar su pérdida, estableciendo los diferentes canales de comunicación, utilizados de manera adecuada, dando respuesta inmediata a dudas e inquietudes de los clientes.

El proyecto fortaleció el desarrollo de competencias en la aplicación de herramientas tecnológicas a través de las cuales se puede potenciar la comunicación con los clientes y dar a conocer la empresa. Es esencial diseñar la página web del PI donde se coloca la información que los clientes deben conocer sobre la empresa, siendo la herramienta de presentación del proyecto.

De igual manera, es necesario aplicar herramientas informáticas para una adecuada gestión de los procesos administrativos, estableciendo una estructura de un sistema de inventario contable para los ingresos. Por último, analizar los aspectos legales para la empresa en relación con la cámara de comercio, tipo de sociedades y documentación legal en relación con la empresa.

Este proceso aportó en la realización de análisis económico, comercial y de demanda del entorno donde se encuentra la empresa y así poder determinar el sector económico y productivo en el que se desempeña.

# Botikit EU

## **Integrantes del proyecto:**

Jesús David Cortés Muñoz  
Freddy Alexander Ducuara García  
Juan Sebastián García Franco  
Kevin Alejandro Rodríguez Fúquene

## **Resumen**

La empresa tiene como razón social Botikit EU y el objeto social es la comercialización de elementos de seguridad industrial. La oferta económica es la producción y promoción de elementos para la seguridad industrial. Específicamente, el portafolio de productos contiene botiquines de seguridad en el trabajo, camillas para personas inmovilizadas, gafas de protección ocular, botas con suela de goma y punta de hierro, guantes de protección y cascos.

## **Objetivo**

Proponer actividades de mejora continua través de los procesos de servicio al cliente para la empresa Botikit EU en la cultura de servicio en la organización y la comunicación asertiva con los usuarios. Para esto se establecerán los principios contables y económicos para la empresa; se aplicarán herramientas informáticas y ofimáticas como Word, Excel y Power Point, de manera que permitan la adecuada gestión y funcionamiento a la empresa.

## **Desarrollo y ejecución**

Hasta el momento se llegaron a las siguientes aproximaciones:

- Estrategias para mejorar los medios/canales de comunicación con los clientes externos a partir de la implementación de nuevos medios y fortalecimiento de los existentes. Para esto se proponen los siguientes medios/canales para los clientes externos de la empresa: Chatbot, YouTube y actualizar la página web de la empresa.

- Estrategias para mejorar la cultura del servicio a partir de la implementación un plan de capacitaciones para el cliente interno, así como implementar un plan de comunicación permanente para que la comunicación se dé en forma vertical y horizontal en todos los niveles. Además, implementar un plan de mejora continua y elementos diferenciadores del servicio.
- Implementar la contabilidad de manera efectiva para mejorar los rendimientos financieros de la empresa; aplicación de los aspectos de legalización para la empresa y los tipos de sociedades para identificar el de la empresa. Por último, presentar de manera adecuada el estado, las cuentas y la actividad económica para el correcto pago de impuestos.

Es elemental llevar un análisis del comportamiento económico de los últimos años. Tener en cuenta la ley de oferta y demanda y los aspectos comerciales para realizar cálculos de precios en los productos. Por último, el proyecto permitió la aplicación de herramientas tecnológicas a través de las que se puede promover la empresa en el mercado y mejorar la comunicación con los clientes. Como resultado preliminar se diseñó una página web como medio de presentación y sustentación del proyecto.

# Propuesta innovadora de comercialización de calzado de la empresa TACHO

## Integrantes del proyecto:

Omar Castaño Romero  
Dylan Esneyders Castiblanco Páez  
María Paula Chipó Daza  
Leydi Xiomara Montañez

## Resumen

El presente trabajo consiste en la aplicación de los contenidos y conocimientos a partir de la metodología del PI de estudiantes de primer semestre del programa académico administración de empresas. En este contexto la investigación nace de la necesidad de implementar una tipología de calzado en Colombia, distinta a las trabajadas comúnmente, con una originalidad y comodidad para este tipo de personal. Ellos cuentan con largas jornadas laborales, ya que es una necesidad básica en estos profesionales de la salud, con un costo asequible para el comprador dando un producto de calidad.

La empresa tiene como razón social TACHO y el objeto social es producción y comercialización de calzado para personal de la salud. El fin es desarrollar un producto innovador y mejorado, especializado con las mejores técnicas de calidad, elaboración y materiales; para satisfacer la necesidad del mercado. Aquí el portafolio de productos es calzado tipo sneakers (o zapatilla), con especificaciones técnicas para médicos, enfermeros, odontólogos, esteticistas, optómetras, oftalmólogos y veterinarios.

## Objetivo

Proponer procesos y estrategias para la implementación en la empresa TACHO, en torno a la siguiente pregunta orientadora: ¿Cómo se aplican actividades de mejora continua empresarial a través de los procesos de servicio al cliente de una organización?, teniendo en cuenta la aplicación de procesos de servicio al cliente, principios contables, principios de economía y la aplicación de herramientas informáticas.

# Move: renovando el pensamiento en la sociedad

## Integrantes del proyecto:

Leidy Correa Arias  
Ingrid Medina Acevedo  
Jefferson Ortiz Pulgarín

## Resumen

El presente trabajo consiste en la aplicación de los contenidos y conocimientos a partir de la metodología del PI de estudiantes de primer semestre del programa académico administración de empresas. El trabajo se realiza empleando los conocimientos y herramientas que se van desarrollando en la clase de las asignaturas eje y complementarias que intervienen en el PI.

La empresa tiene como razón social “Move: renovando el pensamiento en la sociedad” a personas que quieran sentirse únicos, basados en lo que la sociedad cataloga como un estereotipo “Perfecto”. Move se encamina en lo exclusivo, creatividad, calidad, precios y servicios. Cumple con las expectativas de los clientes para que ellos se sientan cómodos y satisfechos por su nueva forma de vestir, proporcionando la mejor calidad y valor en el mercado.

Los productos de la empresa están dirigidos a damas y caballeros desde los dieciséis años de edad que puedan usar prendas de vestir acorde a sus gustos, edades y estilo de vida. Las prendas reflejan que no es importante la edad que se tenga; lo primordial es sentirte cómodo con lo que se usa diariamente. Los productos que ofrecen son blazers, pantalones, jeans, blusas, camisas, buzos, faldas y accesorios.

## Objetivo

Proponer los procesos administrativos para la empresa MOVE de acuerdo con la siguiente pregunta orientadora: ¿Cómo se aplican actividades de mejora continua empresarial a través de los procesos de servicio al cliente de una organización?, teniendo en cuenta la implementación de procesos de servicio al cliente, principios contables, de economía y la aplicación de herramientas informáticas.

# Art Designs SAS

## Integrantes del proyecto:

Yoan Enrique Becerra González  
Deisy Lorena Cabrera Fraile  
Laura Verónica Palomino Posada  
Javier Eduardo Porras Palomino

## Resumen

El presente trabajo consiste en la aplicación de los contenidos y conocimientos a partir de la metodología del PI de estudiantes de primer semestre del programa académico administración de empresas. El trabajo se realiza aplicando los conocimientos y herramientas que se van desarrollando en la clase de las asignaturas eje y complementarias, las cuales intervienen en el PI.

La empresa tiene como razón social Art Designs SAS. El objeto social es comercializar prendas de vestir con estampados. Realizaremos productos personalizados a los clientes dando a conocer una variedad de estilos, promoviendo el arte y mostrándonos como una marca diversa en sus prendas, sin dar limitantes a su género, religión u orientación sexual. Deseamos orientar el cambio de las personas proponiendo temporadas de verano, invierno, otoño y primavera; así, dando oportunidades de elección entre gustos e intereses a nuestro usuarios. Además, en cada temporada se implementará un enfoque visual diferente, llamativo e innovador.

La oferta económica de la empresa es una diversidad de prendas ambientadas en diferentes estilos. Busca la satisfacción del cliente por medio de nuestros productos tales como camisetas de gran tamaño (oversize), medias, gorras, pesqueros, crop tops, busos, sudaderas, overoles y demás al gusto del cliente. Es una idea de negocio que surge de los integrantes de este trabajo de PI

## Objetivo

Proponer estrategias para la empresa Art Designs SAS en torno a la siguiente pregunta orientadora: ¿Cómo se aplican actividades de mejora continua empresarial a través de los procesos de servicio al cliente de una organización?, teniendo en cuenta la aplicación de procesos de servicio al cliente, principios contables, de economía y la aplicación de herramientas de informáticas.

# Caja Plast F-E SAS

## **Integrantes del proyecto:**

María Camila Aguilar Calderón  
Juan Carlos García Tabares  
Freddy Alexander Ducuara García  
Hammer Andrey Espitia Carvajal

## **Resumen**

El presente trabajo hace referencia a la introducción de los diferentes ítems que se han venido desarrollado durante el segundo semestre cursado, aplicándolos a una empresa legalmente constituida con la razón social Caja Plast F-E SAS. En la actualidad las empresas enfocan más su interés en dirigir y administrar los recursos económicos, humanos y materiales. De esta manera, olvidan todo lo que en verdad conlleva administrar una empresa legalmente constituida, encontrando que aspectos como la documentación y archivo, los principios administrativos y fundamentos de marketing, son elementos vitales que componen una estructura fundamental en cualquier organización.

## **Objetivo**

Dar a conocer cómo funciona actualmente la empresa. A partir estos ítems se implementarán nuevos sistemas estructurados de gestión.

## **Desarrollo y ejecución**

Daremos a conocer la contextura organizacional, la planificación de actividades y, por medio de la materia “Documentación y archivo”, enfocaremos nuestra atención en la debida organización de todo lo relacionado con documentos físicos y digitales que puedan verse afectados de manera positiva de la empresa. Por el lado de principios administrativos y organizacionales, se identificarán todos aquellos componentes que esta materia nos brindó para identificar cómo a través del paso del tiempo una empresa debe mejorar su organización. Para que los resultados a largo plazo sean positivos, desde la materia “Fundamentos de marketing” evaluaremos todas las estrategias que se puedan

implementar; igualmente, mediante los conocimientos adquiridos y con ayuda de un plan de marketing se incentivará el buen uso de las plataformas digitales para obtener un mayor reconocimiento y aumentar la cantidad de clientes potenciales para la empresa.

Con las materias anteriormente mencionadas queremos implementar métodos de mejora que ayuden al bienestar interno y externo de Caja Plast F-E SAS. De tal manera que no solo ayude al crecimiento de la empresa, también de manera personal y profesional, para implementarlo en futuras empresas a las que podamos ayudar en los debidos procesos.

El objeto social de la empresa Caja Plast F-E SAS cuenta legalmente con todos los estándares de calidad. Está enfocada en el cuidado y la protección del medio ambiente y va dirigida a aquellas pequeñas, medianas y grandes empresas que dentro de sus procesos desechan en gran número residuos tanto aprovechables como no aprovechables.

Dentro de los servicios que ofrecemos en el mercado se encuentran la compra, venta y comercialización de materiales reciclables; además de la recolección, transporte, tratamiento y disposición final de residuos aprovechables, residuos peligrosos, ordinarios y biodegradables. Por último, contamos con una logística de recolección, capacitación, tratamiento de aguas, flota vehicular, suministro de equipos para embalaje y saneamiento ambiental.

# Asesorías NPL

## Integrantes del proyecto:

Paula Andrea Guerrero Quiroz  
Laura Stefannia Rodríguez Torres  
Angie Natalia Sanabria Roncancio

## Resumen

El presente proyecto se centra en el proceso del emprendimiento que creamos basándonos principalmente en nuestra carrera: asesorías administrativas y financieras. Emplearemos distintas estrategias que desarrollamos a lo largo del semestre pues cada materia nos aporta distintos métodos que nos ayudan a obtener una mejor visión por medio del emprendimiento. Teniendo en cuenta las principales áreas de administración, queremos contar nuestra experiencia principal, entre lo que compartimos con nuestros docentes y con la manera que se llevó el proyecto este semestre.

Como resultado, realizamos un proceso de emprendimiento creando nuestra propia empresa y haciendo cada mínima función que se le podría otorgar, como el logo y sus respectivos colores, o también el análisis de mercado que podríamos hacer si nuestra idea algún día da frutos. Además, hicimos la parte legal de la empresa siguiendo los prototipos del Código Sustantivo de Trabajo, implementando las normas y guiándonos de cada proceso que conlleva. Asimismo, elaboramos un análisis donde pudimos ver eficazmente algunas matrices para verificar si sería buena idea dentro del mercado o no; para esto medimos los tiempos de cada área y verificamos los rótulos de la empresa. Por último, hicimos la parte de finanzas donde obtuvimos algunas posibles competencias, activos, análisis financieros, y algunos tipos de inversión.

## Objetivo

Entender distintos métodos para el proceso de emprender e idealizar lo que queremos hacer en un futuro.

## **Desarrollo y ejecución**

Las materias que nos ayudaron a plantear nuestros conocimientos en la empresa y así llegar a la solución de la pregunta orientadora. Nos basamos en las áreas administrativas vistas en clase y las aplicamos en la empresa. También aporta ideas y sugerencias en los departamentos para que esta se pueda organizar de una manera mejor y se acople a nuestro proyecto. De igual manera, creemos que podemos alcanzar u obtener una idea sobre cómo administrar o utilizar el emprendimiento para lograr su correcta organización dentro de la empresa que creamos.

# Cosmético Alliance

## **Integrantes del proyecto:**

Luisa Fernanda Albadan Perdomo  
Kevin David Buitrago Suancha  
Daniel Felipe Sierra Charry  
Andrés Felipe Walteros Mattos

## **Resumen**

Cosmético Alliance es una idea de emprendimiento que nace con la unión de los compañeros de la Fundación Universitaria San Mateo con el fin de brindar y producir cosméticos naturales. Esta propuesta tiene la finalidad de cooperar en el crecimiento laboral colombiano, creando nuevos empleos y mejorando la calidad de vida de las diferentes personas que sean colaboradores de nuestra empresa.

## **Objetivo**

Identificar los diferentes procesos de emprendimiento frente al mercado de cosméticos. Para esto se establecerán las debilidades y fortalezas a la cual esta idea se está enfrentando, buscando el apoyo sobre una investigación de mercados que define un nicho de mercado preciso y seguro para la elaboración de este emprendimiento.

## **Desarrollo y ejecución**

Mediante este proyecto se pudo comprender el estado financiero que la idea de emprendimiento busca realizar. Esto apoya toda la parte administrativa en lo que se refiere a los procesos operativos que toda empresa tiene.

Por otra parte, se analizó la importancia en ámbitos legales sobre la implementación de los contratos laborales y la identificación de los derechos y deberes de los diferentes colaboradores. El objetivo es obtener una contratación legal según el Código Sustantivo de Trabajo y mitigar algún riesgo de demanda en el ámbito laboral que nos afecta directamente al emprendimiento que se tiene planteado realizar.

Con los aspectos implementados y validados anteriormente se realiza la ejecución de un rotulo y una plantilla. Allí se define el manual de funciones que da una visión en la búsqueda de la calidad en el ámbito operativo y administrativo para realizar mejoras internas continuas.

---

# TECNOLOGÍA

## EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA

---

# Plan de negocio para la distribuidora Life SAS

## Integrantes del proyecto:

Luz Helena Chacón Benavides  
Deysi Yurani Fajardo Pineda  
Álvaro Suarez Munera  
Jenny Marcela Wilches Luis

## Resumen

Dentro del desarrollo del proyecto integrador, correspondiente al cuarto semestre de administración de empresas (ciclo tecnológico), se vincularon cuatro asignaturas de gran importancia a la hora de pensar en el emprendimiento y la creación de nuevas ideas de negocio. Son factores característicos de profesión que garantizan la competitividad de las organizaciones.

## Objetivo

Brindar las herramientas para la elaboración de un plan de acción, de acuerdo con la estructura organizacional. Está dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros, para lo cual se plantea el interrogante: ¿se puede establecer un crecimiento empresarial a través del desarrollo de un plan de negocios para la creación de nuevas líneas o ideas de negocio?.

## Desarrollo y ejecución

Dentro de este contexto, y de acuerdo con el objetivo del trabajo, se involucran tres asignaturas que hacen parte del quehacer administrativo y que complementan de manera ideal al plan de negocios. Está la matemática de proyectos y el presupuesto, permitiendo todo el análisis financiero. Por otro lado, la gestión organizacional y administrativa es una herramienta para el manejo de un ambiente organizacional sano que haga más competitiva la empresa y permita alcanzar las metas.

En conclusión, se realiza un plan de negocios mediante la ejecución de los diferentes estudios del mercado, así como del sector técnico y financiero, pensando en la nueva línea de negocios para la empresa distribuidora Life SAS. Estamos apoyados en herramientas como la elaboración de un presupuesto mediante al análisis financiero utilizando las matemáticas de proyectos y, por supuesto, reconociendo la importancia de los colaboradores y el ambiente organizacional para el logro de los objetivos y metas propuestas.

# Creación de una línea de jabones artesanales a base de elementos orgánicos para la empresa Saudável

## Integrantes del proyecto:

Loren Jasmín Cárdenas Turca  
Michael Stiven Padua Florido  
Alejandra Rodríguez Ñungo  
Laura Andrea Rojas Contreras

## Resumen

El propósito de esta investigación es entender, desde una perspectiva empresarial, los procesos administrativos atinentes con la gestión de la producción utilizada en Saudável, una empresa de producción y comercialización de jabones artesanales para el cuidado de la piel.

## Objetivo

Generar un diagnóstico y plan de acción para la línea de producción donde se estudie el ciclo de vida del producto, el tipo de producción, los recursos disponibles, la localización, el grado de participación del cliente, la mano de obra, la intensidad del capital y el sistema de control de calidad.

## Desarrollo y ejecución

La finalidad de todo proyecto es dar solución a un problema. Nuestra idea de negocio nace desde una oportunidad que vimos desde una necesidad que no estaba siendo satisfecha en un grupo de personas. Para que realmente tenga éxito es importante que exista un buen sistema en donde se haga un análisis de los problemas, objetivos, planes, recursos, entre otros. Por medio de esta gestión podremos medir la capacidad e identificar la viabilidad del proyecto y para ello recopilamos la información necesaria que nos facilite evaluar la conveniencia.

A su vez, en la asignatura de gestión del personal se evidenció que para Saudável un factor fundamental para el aumento de la productividad es el talento humano y contar con un departamento del personal. El propósito es establecer un diseño de cargos

para controlar las técnicas capaces de promover el desempeño eficiente del personal. Asimismo, realizar apropiadamente el proceso de reclutamiento y selección para elegir a las personas adecuadas en la empresa.

Por otra parte, desde la gestión de calidad se desarrollaron estándares para productos, servicios, procesos y sistemas. Por medio de diferentes diagramas como Ishikawa se identificaron las causas de los posibles problemas que tiene la empresa. Este se complementa de buena forma con el de Pareto, permitiendo priorizar las medidas de acción relevantes en aquellas causas que representan un mayor porcentaje de problemas. Por último, a través del histograma se realizó una representación gráfica de unas variables en donde se describen datos cuantitativos representadas en barras que nos permiten mejorar en el proceso de calidad.

En el análisis Saudável se tuvieron en cuenta varios factores en el entorno interno y externo de la empresa, usando herramientas para el control y el seguimiento del proyecto donde podremos ver un análisis de la realidad externa. Sobre todo, será posible evidenciar cómo nos afecta el entorno social, cultural, económico y político. Por otro lado, desde lo interno analizamos el uso de los recursos, el tiempo, los costos y el personal que se requiere.

# Mundo Detallista

## Integrantes del proyecto:

Paola Andrea Acosta Riaño  
David Santiago Boyacá Ordoñez  
Loreidys Paola Feria Peña  
Carlos Enrique Ríos Garzón  
Liz Yurany Rojas Martínez

## Resumen

Mundo Detallista diseña la estructura para que el producto se vea con visualización a la hora, donde se ofrece la atención, adquisición y uso, para satisfacer a los clientes de su necesidad, donde encontrarán objetos físicos, servicios y organización de ideas. Tiene la cantidad de pedido de un producto y servicio, ya que adquirimos los elementos necesarios para satisfacer las necesidades de nuestros usuarios. También ofreceremos productos y servicios de la más alta calidad e innovadores; garantizaremos la disponibilidad y ofreceremos una propuesta de negocio que propicie crecimiento y desarrollo. Cumplimos con un espacio y tiempo para la visualización de los clientes.

Tenemos buenas promociones para los consumidores donde se visualiza el esfuerzo directo por parte de las publicidades mediante el mercado seleccionado. Esto afirma la composición de los productos que pueden ofrecer este tipo de negocio. Asimismo, se potencializa la capacidad de observación para el análisis de información que permite diseñar y recrear la elaboración de detalles, cerámicas personalizadas y manualidades de decoraciones. También se consolida en entrar a participar en varias necesidades del cliente que principalmente pretende aprovechar una oportunidad en la cual adquiere el trabajo en equipo que permite presentar diversas propuestas de todo tipo.

Entramos en fase de elaboración donde ofreceremos a nuestros clientes una visión comercial y personal en nuestra calidad del producto y servicio al que queremos llegar. A través de sugerencias, como el plan de marketing, se consultarán los aspectos para potenciar el crecimiento del negocio, así como al segmento específico en el que se desea centrar. Además de presentar la variedad de productos que los clientes pueden solicitar dentro de sus perspectivas.

## **Objetivo**

Analizar el mejor modo de operar del negocio, su distribución y todos los procesos funcionales del negocio. Se tiene la necesidad de implementar estrategias que aumenten las ventas y generen continuidad en los mercados. Por ende, en el mercado que se encarga de la confección de la adquisición productiva se ha detectado una muy buena oportunidad de negocio, al presentar una propuesta renovadora que se distinga de las que comúnmente se han venido realizando.

## **Desarrollo y ejecución**

Los clientes necesitan que el diseño o presentación del producto no solo les brinde visualidad y comodidad para las actividades que se realizan a diario, sino que se comuniquen y expresen la identidad que poseen como personas y, primordialmente, como integrantes de nuestro negocio. Entonces, se plasmará un aporte significativo al diseño en las que destaque una imagen que será exclusiva para cada entidad a través del manejo de la identidad y valores por el usuario. La necesidad que se ve en este mercado es la de crear nuevos accesorios que se adecuen a los requerimientos que tienen las personas que trabajan y ya tienen conocimientos con base en su experiencia; donde también aporte a nuestros empleados en un sentido de identidad que los diferencie y de este modo brindarles un producto que esté acorde a sus necesidades y fortalezca su imagen.

Además, se presenta la oportunidad de que al ser un producto nuevo se distinga de lo que se ha visto y sea una plataforma para la adquisición de nuevos potenciales clientes. Ellos serán la mejor forma de publicidad para el negocio pues transmitirán los beneficios del producto. Aquí diversos negocios se enfrentan a la amenaza directa de los competidores existentes en el mercado, cuando las empresas con tradición y experiencia se dedican a la elaboración de este tipo de producto. Comúnmente ofrecen el producto a precios muy económicos y esto se debe a la utilización de materiales de baja o mediana calidad y al hecho de que lo hacen en producción.

Por otro lado, queremos que nuestros clientes nos vean con gran base en nuestro producto desde la de calidad del servicio, calidad del producto, que no sea siempre lo tradicional y no arriesgarse por productos mal hechos. Además, la cultura de nuestro país escoge las propuestas que tengan menor costo y no le dan el valor adecuado a otras características más importantes como son la calidad y exclusividad. La propuesta tiene un punto muy fuerte: ofrecer un producto que se ha visto en el mercado pero con cambios que favorezcan para abrirse camino entre los demás competidores y lograr satisfacer las necesidades en los clientes.

Lamentablemente es este carácter nuevo el que se convierte en uno de sus puntos débiles. Al empezar, en cierta medida la inexperiencia y la falta de instalaciones propias dificultan un poco el desarrollo y la confección de la maquinaria. Sin embargo, un aspecto favorable es la nueva tendencia social que apoya la creación de productos innovadores o a los cambios nuevos, lo que le da una oportunidad de abrirse paso entre las otras empresas que no se preocupan por la creación de ideas que renueven el mercado. En el aspecto negativo, el hecho de que la cultura sea orientada al consumo de mercancía en oferta, o al precio más económico, es una amenaza latente ya que el diseño no fue un aspecto muy tomado en cuenta al momento de realizar la compra. Peor aún, se mira la exclusividad como una cualidad importante, lo que trataremos de hacer en equipo en un debido tiempo.

# Keyps

## **Integrantes del proyecto:**

Mauricio González Orozco  
Nury Julieth Mayorga Acuña  
Daniel Méndez Monroy  
Jeimmy Julieth Torres Vargas

## **Resumen**

Este proyecto está enfocado en una propuesta de idea de negocio que emprende a base de los problemas de la sociedad que se evidencian en la actualidad. El proyecto consiste básicamente en precisar situaciones sociales y establecer tratamiento desde los fundamentos de emprendimiento que nos pueda generar a nivel profesional y empresarial; así como desarrollar esta propuesta de creación de idea de negocio de manera creativa e innovadora. De igual manera, que nos ubique a nivel competitivo y poder satisfacer la necesidad de la sociedad, teniendo claro y pensar con cordura sobre la realidad que estamos hoy en día en Colombia.

El proyecto está basado en un análisis de todas las materias vistas durante el semestre, de modo que nos ha permitido hacer un desarrollo adecuado. Asimismo, esta propuesta de creación de idea de negocio nos da la capacidad de poder ejecutar este emprendimiento y poder constar de todos los procesos que estarán establecidos en los tiempos. Por último los fundamentos de emprendimiento nos brindarán un actuar para colocarnos en frente y lograr satisfacer la necesidad del cliente para su posterior distribución y comercialización del producto.

## **Objetivo**

Precisar situaciones sociales y establecer tratamiento desde los fundamentos de emprendimiento que nos pueda generar a nivel profesional y empresarial.

## **Desarrollo y ejecución**

Esta propuesta de creación de idea de negocio es la respuesta positiva al crear Keyps como empresa que brinde servicios que satisfagan la necesidad del cliente brindando

mayor seguridad no solo en nuestra capital Bogotá en donde dará inicio; también que su cobertura se extienda a nivel nacional; además de eso, generaremos fuentes de empleo como beneficio colectivo. Por ello consideramos desarrollar esta propuesta de creación de idea de negocio cumpliendo con los requerimientos de la universidad.

# Solar Charter

## **Integrantes del proyecto:**

Edwin Camilo Castillo Molina  
Hellen Moreno Cubillos  
Fernando Muñoz Molano  
Leidy Yesenia Poveda Vanegas  
Angela Liseth Rodríguez Nova

## **Resumen**

El presente proyecto surge a partir de la idea de creación de negocio, la cual involucra materias fundamentales en el desarrollo del sexto semestre tales como “Plan de negocios”, donde se diseñó la estructuración de una empresa o “Negocio innovador”, el cual permitirá cumplir los objetivos, misión y visión de la compañía.

## **Objetivo**

Concretar la idea de negocio de un emprendimiento sólido y posible, para que estos principios y destrezas se desarrollen hasta el punto de consolidar unas bases que permitan ejecutar los sueños empresariales.

## **Desarrollo y ejecución**

Esta propuesta de creación de idea de negocio es la respuesta positiva al crear Keyps como empresa que brinde servicios que satisfagan la necesidad del cliente brindando mayor seguridad no solo en nuestra capital Bogotá en donde dará inicio; también que su cobertura se extienda a nivel nacional; además de eso, generaremos fuentes de empleo como beneficio colectivo. Por ello consideramos desarrollar esta propuesta de creación de idea de negocio cumpliendo con los requerimientos de la universidad.

# Romeo y Paleta

## **Integrantes del proyecto:**

Karen Sofía Cristancho Beltrán  
Julián Alberto Molina Salinas  
Diana Marcela Parada Suta  
Ingri Tatihana Vidal Ortiz

## **Resumen**

El proyecto consistió en implementar todas las herramientas brindadas y aprendidas durante este ciclo y lograr aplicarlas a esta organización, que por supuesto permitió contribuir con nuevas ideas desarrolladas para el público interesado.

## **Objetivo**

Identificar las herramientas más importantes que nos brinda cada una de las materias que acompañan este proyecto para tomar decisiones para el mejoramiento empresarial.

## **Desarrollo y ejecución**

Del proyecto es destaca la manera sencilla y la forma de poder implementar y aplicar las herramientas vistas en el ciclo actual y lograr desarrollar un amplio panorama de mejoras y fortalezas. Asimismo, refleja en cada uno de sus apartados el proceso que se llevó a cabo a través de cada lineamiento planteado por las materias base y su impacto por medio de las herramientas utilizadas para con este.

En la asignatura “Plan de negocios” se obtuvo como resultado un elaborado plan estrictamente planeado por medio de herramientas capaces de solidificar una organización, así como con el fortalecimiento de una página web y manejo de redes sociales. También se llevó a cabo un esquema de presupuesto brindándole al proyecto una base presupuestal para la implementación de productos nuevos. Asimismo, en “Matemática de proyectos” se habló del manejo de la formulación para establecer tasas (%) y formas más conveniente de invertir en su sistema. Por último, en “Gestión organizacional y administrativa” se realiza una estructura organizacional completa

desde el organigrama hasta la elaboración de perfilamiento de cargos y liderazgo. Todo esto permitiendo determinar planes de mejora continua en la industria.

La importancia del desarrollo de este proyecto reside en trazar rutas claras a seguir para concretar lo que será el resultado final; así como la oportunidad de analizar las posibilidades de detectar los obstáculos y determinar cómo llegar a los objetivos planteados en el proyecto.

# Análisis de la línea de producción de concreto en la empresa M&A Group SAS

## Integrantes del proyecto:

Jeison Orlando Hueso  
Cristian Alejandro Ortiz  
Jonatan Steven Portilla  
Álvaro Suarez

## Resumen

El desarrollo constante de la infraestructura de cualquier país propende a mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Así, resulta imperativa la búsqueda continua de más (y mejores) técnicas y materiales que permitan acelerar este proceso de desarrollo. Por su parte, la evolución de la tecnología posibilita integrar en los procesos productivos de estos materiales, herramientas ágiles, y de alta eficiencia a costos que resultan bajos en relación con su beneficio. Por último, junto con mano de obra calificada y en constante capacitación se logra una fuerza de trabajo que permite asegurar la eficacia del proceso de producción. No obstante, como en cualquier procedimiento se pueden presentar no conformidades que se traducen en oportunidades de mejora.

## Objetivo

Analizar la línea de producción de la empresa M&A Group SAS, para identificar esas oportunidades de mejora y proponer soluciones que potencien el proceso actual y/o sustituyan actividades presentes por otras que aumenten la productividad y el rendimiento del proceso de producción de la empresa.

## Desarrollo y ejecución

Para entrar en contexto, la producción total de concreto premezclado mostró un incremento entre enero y agosto de 2021 con respecto del mismo periodo en el año inmediatamente anterior. El destino de esta producción se clasifica, mayormente, en vivienda, edificaciones y obras civiles. También está el concreto producido por la industria para el cual no es posible identificar su destino o uso final, por ejemplo, mayoristas, intermediarios, comercializadores, distribuidores, transformadores (prefabricados), etc.

# Gestión de la producción en la empresa Alimentos San Sebastián con su producto Agua de la cima

## Integrantes del proyecto:

Daniel Felipe Cortes Rinta  
Diego Andrés Rodríguez Delgado  
Lady Johana Rodríguez Rentería

## Resumen

El siguiente proyecto integrador es una metodología de investigación en la cual se constituyen las asignaturas “Formulación y evaluación de proyectos”, “Gestión de personal” y “Gestión de la calidad”. Por su parte, como asignatura eje “Gestión de producción” se une y se relacionan los conocimientos de cada asignatura y cada tema.

## Objetivo

Responder la pregunta orientadora indicada por la universidad ¿Cómo se lleva a cabo en un producto definido, el análisis de una línea de producción y sus estrategias, mediante la optimización de su capacidad y localización, en la empresa Alimentos San Sebastián?

## Desarrollo y ejecución

La empresa seleccionada fue Alimentos San Sebastián SAS y su marca de agua de la cima. Está dedicada a la purificación y distribución de agua para tomarla como referencia y analizar su sistema de producción. Actualmente cuenta con procesos de llenado y etiquetado de forma manual al poseer un recurso humano limitado; en vista del acelerado crecimiento de la compañía estos procesos son deficientes por lo cual se deberían implementar métodos más tecnológicos y sofisticados para agilizar dichos procesos y aumentar su producción.

La metodología de obtención de datos será de manera documental con un marco teórico y los aportes encontrados en cada asignatura, apoyándonos de nuestros docentes para su respectivo desarrollo. Como resultado adicional a responder la pregunta orientadora se deben generar estrategias relacionadas con la gestión de producción de

la organización. La metodología de obtención de datos será de manera documental con un marco teórico y los aportes encontrados en cada asignatura, apoyándonos de nuestros docentes para su respectivo desarrollo. Como resultado adicional a responder la pregunta orientadora se deben generar estrategias relacionadas con la gestión de producción de la organización.

# Gestión de la línea de producción de sanitarios de la empresa Corona

## Integrantes del proyecto:

Luz Helena Chacón Benavides  
Erika Lizeth Murcia Real  
Jenny Marcela Wilches Luis

## Resumen

Desde el enfoque administrativo es importante mostrar cómo se articulan las diferentes materias que integran este proyecto. Por ello, y teniendo en cuenta que “Gestión de la producción” es la materia eje para este semestre, el objetivo de esta investigación es entender desde una perspectiva empresarial, los procesos administrativos atinentes con la gestión de la producción. En tal sentido, para la realización de este trabajo se desarrolló una investigación aplicada, descriptiva y documental, en bases científicas tales como Scielo, Dialnet, Google Académico y trabajos repositorios de grado, apoyados de las diferentes matrices y documentos elaborados durante el semestre en cada una de las materias que lo integran.

## Objetivo

Entender desde una perspectiva empresarial, los procesos administrativos atinentes con la gestión de la producción.

## Desarrollo y ejecución

Dentro de los resultados obtenidos se determinó la importancia de la gestión de la producción dentro de las organizaciones, realizando un diagnóstico a la línea de producción, específicamente para la empresa Corona. Igualmente, se estableció la importancia de la formulación de un proyecto para la introducción de nuevas líneas de producción dentro de la organización.

También se determinó la importancia del talento humano como elemento valioso para la consecución de las metas trazadas. Por último, y no menos importante, se

evidenció la necesidad de que exista un sistema y unas políticas de calidad dentro de las organizaciones. En conclusión, la integración de todos los conocimientos adquiridos relacionados con las materias involucradas y el desarrollo de las diferentes matrices dentro de las mismas permitieron fortalecer la teoría recibida durante el semestre.

---

**PROFESIONAL**  
EN ADMINISTRACIÓN  
DE EMPRESAS

---

# Consultoría FPG CORP SAS

## **Integrantes del proyecto:**

Héctor Javier Guevara Herrera  
Natalia López Duran  
Jency Tatiana Pinilla  
Johan Ferney Rubiano

## **Resumen**

Este proyecto se desarrolló mediante la figura de consultoría en la empresa FPG CORP SAS. Su importancia se centra en que en esta línea no hay suficientes investigaciones y muchos de los emprendimientos que surgen en nuestro país no prosperan. Una minoría de emprendimientos nuevos en el país sobreviven por la falta de mecanismos acertados para el manejo de la dinámica organizacional. En ese sentido, se intervino la organización para encontrar falencias en el proceso operativo y directivo, teniendo en cuenta las evidencias obtenidas desde la observación y la perspectiva propia de los empleados.

## **Objetivo**

Presentar un informe final en el que se aporten estrategias y recomendaciones que promuevan un aumento significativo en la productividad empresarial y generación de riqueza como resultado del crecimiento en el negocio y de su gestión, al mismo tiempo que se eleva la motivación del capital humano.

## **Desarrollo y ejecución**

Dentro de los hallazgos se destaca la manera aún muy artesanal en la que las empresas desarrollan su tejemaneje en pleno siglo XXI. Este es el primer error: saber cómo hacer algo, por ejemplo, un oficio o trabajo técnico es diferente a entender cómo desarrollar una empresa. Aun cuando ya existen desarrollos muy útiles en la materia, también se destacan los aportes que se generaron a partir de la investigación.

Dentro de los resultados principales se resalta la importancia que tiene el desarrollo del capital humano en el éxito de la organización. Por tanto, es elemental implementar proyectos o esquemas para el desarrollo personal en las empresas; como resultado, ocasiona mayor competitividad y cohesión interna. Además, la estandarización es uno de los pilares fundamentales, se destacan dentro de ellos los algoritmos empresariales los cuales estudian las necesidades del problema; más adelante se crea una lista de pasos para seguir y alcanzar la solución deseada. De esta manera, se disminuye la improvisación, la cual afecta duramente la personalidad de las empresas y sus propios objetivos, lo cual se debe sustentar en valores corporativos y comportamientos éticos. Finalmente, será interesante analizar los estudios realizados por la Red de Cámaras de Comercio (Confecámaras) Determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia (2017) y Determinantes del crecimiento acelerado de las empresas en Colombia (2017). Aquí se presentan los factores que explican el éxito y fracaso de las empresas en Colombia y las claves para su crecimiento sobresaliente.

# Empresa de envases y pitillos biodegradables amigables con el medio ambiente

## Integrantes del proyecto:

Laura Natali Acevedo Castiblanco  
Karen Ximena Castro Sánchez  
Eymi Nallive González Tobón  
Julet Marcela Romero Bonilla

## Resumen

Este proyecto tiene en cuenta el problema de contaminación que enfrenta el planeta. Gran parte de ello es producido por el mal manejo y consumo del plástico, donde el proceso de descomposición requiere de muchos años. Por ello, Biopitavastos SAS se enfoca en una investigación y una idea de negocio que busca desarrollar un proyecto innovador y emprendedor por medio de la transformación del papel y sus derivados, en donde se logre la creación de pitillos y vasos biodegradables, amigables con el medio ambiente. En ese sentido, es importante tener un buen desempeño general de la organización apoyándose en una consultoría lo cual ayuda a descubrir y diagnosticar los errores y problemas que se pueden estar presentando en los distintos campos trabajados de la compañía. Con esto es posible implementar acciones que resuelvan dichas dificultades; potencializar el uso de diferentes herramientas que ayuden a mejorar el proceso productivo; por último, que estas puedan formar parte de una mejor visión para la organización sus para los objetivos.

De acuerdo con esto, y además de ofrecer productos eco amigables, se debe procurar ofrecer lo mismo en el ámbito humano y moral. Por ello, también se trabaja en un patrón de comportamiento empresarial el cual funciona como un parámetro que todos los miembros de la compañía deben seguir. De esta forma, disminuyen las ambigüedades morales y se crean estándares de comportamiento idóneo para ofrecer calidad en todos nuestros productos y servicios. Los artículos ofertados claramente son amigables con el medio ambiente, pero además de ser utilizados en la vida diaria, con el objetivo de motivar y satisfacer las necesidades internas y externas de los clientes; logran un producto de calidad para empresas, hoteles, restaurantes, cafeterías y, en general, todas aquellas personas que quieran hacer uso de un portafolio de productos que deseen sumarse al cambio de mejora.

## **Objetivo**

Desarrollar un proyecto innovador y emprendedor por medio de la transformación del papel y sus derivados donde se logre la creación de pitillos y vasos biodegradables, amigables con el medio ambiente.

## **Desarrollo y ejecución**

Al hablar de productividad se refiere a algún proceso en el cual intervienen elementos y actividades con el fin de obtener un resultado. Cuando hay mejoras con menos recursos o con los mismos, se pueden obtener resultados igual o mayores en productos y servicios.

La productividad sería aquel vínculo entre magnitud total de producción y el capital utilizado para alcanzar un nivel de producción; la razón entre las salidas y las entradas. Entonces, los factores de producción se usan durante la elaboración de productos y servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad. Es un componente fundamental en las organizaciones pues los productos y servicios no pueden ser competitivos si no se elaboran con altos estándares de productividad.

En la productividad intervienen varios factores, algunos controlables. Estos hacen parte de la empresa y son llamados factores internos, otros son muy difíciles de manejar y constituyen los factores externos.

La productividad de un producto o servicio se basa en el sistema de producción de la empresa y la capacidad con la que se pueden satisfacer las necesidades de los clientes, determinando cuánto están dispuestos a pagar por él y, por ende, los resultados que se obtengan al final del proceso productivo. Por otra parte, se deben tener en cuenta más aspectos para el buen desarrollo del proceso de productividad, por medio de la materia prima, maquinaria, tecnología y toda aquella herramienta que se necesite para su buen desarrollo.

Por su parte, la producción y el mantenimiento son funciones operativas que deben llevarse a cabo en todo momento con el fin de conseguir los objetivos de la compañía y hacer que el personal se vea involucrado en estos. A su vez, la consultoría estratégica incluye servicios relacionados con la formulación y planificación de la estrategia. En la gestión estratégica la implementación de la táctica es el proceso más importante a través del cual un plan con buena pericia genera valor para la empresa. Este proceso incluye el diseño de la organización requerida para ejecutarla y monitorearla, además de la definición de roles, los procedimientos, su comunicación y los mecanismos de reporte y seguimiento.

La implementación es un punto importante que se debe tener en cuenta cuando se decide elaborar un plan estratégico, pues tener un plan y no implementarlo es como no tenerlo. Para la implementación del desarrollo del sistema de monitoreo, la estimación de los recursos y el presupuesto necesario para la implementación de la estrategia, se debe tener un desarrollo del sistema y un proceso de ajustes de mejora.

La planeación estratégica es un proceso por el cual una institución o una unidad organizacional define su ser y su quehacer ante el entorno. Allí se descubren oportunidades y amenazas, por tanto, nuevos propósitos, objetivos, fortalezas y debilidades internas y a partir de ello plantea sus acciones futuras.

El plan estratégico ayudará a las organizaciones a tomar un plan en marcha. Dará a relucir las debilidades y fortalezas a nivel internet para tomar las posibles mejoras y decisiones que se pueden generar, con el fin de que lleven a la empresa a un nuevo rumbo que satisfaga todas las necesidades.

# Sleep Warm

## **Integrantes del proyecto:**

Andrea Forero  
Felipe Gaitán  
David Orjuela

## **Resumen**

Sleep Warm es una empresa que está incursionando en el mercado y lo está haciendo bajo la incrementación de estrategias con el fin de ser reconocidos y así fidelizar clientes. La ventaja de sus productos reside en que se elaboran para cualquier edad así que lo pueden solicitar desde los niños hasta los adultos. Lo anterior ocurre porque, en su mayoría, los productos se diseñan a gusto del consumidor, no solo en el tamaño sino también en los tipos de tela, color y diseño. Debido a la emergencia sanitaria que se empezó a vivir en el país y en el mundo desde el año 2020 muchas microempresas se han visto afectadas, pero gracias a la tecnología se ha venido incursionando para así dar valor agregado a nuestros clientes; quienes atravesaron plataformas tecnológicas sin salir de su casa. De ahí nace la idea de que el cliente pueda diseñar y escoger sus prendas de vestir y recibirlas directamente en su residencia.

## **Objetivo**

Identificar un valor agregado para los clientes, a partir de plataformas tecnológicas, con productos diseñados a gusto del consumidor.

## **Desarrollo y ejecución**

La productividad se genera de tres formas: reduciendo los tiempos en la ejecución de procesos, eliminando o sustituyendo total o parcialmente tareas dentro de esos procesos o incorporando nuevas funcionalidades que aportan valor al proceso ya existente. Sleep Warm generará estrategias comerciales que facilitarán un posicionamiento en el mercado, logrando captar nuevos clientes para así incrementar las ventas, al igual que la

producción. Esto se logra aplicando los procesos y estrategias los cuales se evidenciaron en las diferentes asignaturas.

### **Inteligencia de negocios.**

Con los diferentes procesos que se fueron llevando se evidencia la necesidad de implementar una herramienta de negocio identificada para mejorar el proceso de ventas mediante los pedidos que realizan los clientes, a través de las plataformas tecnológicas. Para esto la empresa ejecutará el Sistema de Información Empresarial (SIE) al ser el más acorde para llevar un control de los procesos. Esto permite automatizar procesos internos sin necesidad de contar con intermediarios para ejecutar operaciones del mismo tipo.

### **Gerencia de talento humano.**

A partir de la importancia de tener un buen ambiente laboral, se identifican los diferentes recursos los cuales se pueden adaptar para brindar la seguridad y salud de los empleados; así como para realizar diferentes estrategias para el reconocimiento a los empleados con el fin de incentivar el compromiso con su labor. Entonces, teniendo en cuenta las diferentes ideas de mejora que puedan aportar se deben definir los roles y que los líderes de las diferentes áreas sean personas con la capacidad de dirigir de forma adecuada. Por tanto, es esencial que dichos líderes sean parte de cada actividad que tenga que realizar su grupo de trabajo, cumpliendo con todas las normas que se rigen por el Ministerio de Trabajo y demás instancias.

### **Habilidades gerenciales.**

La toma de decisiones, la comunicación, la planificación, la organización, la solución de problemas y las negociaciones, son los diferentes tipos de procesos necesarios para la ejecución de cualquier proyecto.

### **Gerencia de talento humano.**

Aquí se identifica el código de ética profesional. Es elaborado según los principios y valores empresariales, para así fomentar la transparencia de procesos con empleados, clientes, proveedores y aliados.

# Consultoría gestión de mercadeo

## Integrantes del proyecto:

Dolly Catalina Diaz Peña  
Dilan Andrés Gutiérrez Poveda  
Jose Nicolas Ponce de León Quiroga Hincapié  
Andrés Felipe Sánchez Jaramillo

## Resumen

Con el ánimo de abordar las problemáticas actuales en torno a la gestión de mercadeo en la empresa Baby Splash, es fundamental generar estrategias que permitan la optimización de procesos comerciales con el ánimo de mejorar la capacidad productiva y operativa de la organización. Lo anterior, mediante la implementación de diferentes conceptos ilustrados. Estos fueron identificados en el entorno académico mediante la aplicación y análisis de conceptos provenientes de las asignaturas Gerencia del talento humano, Habilidades gerenciales, Inteligencia de negocios y Ética profesional. En este punto se entiende la importancia de validar dichos métodos desde una arista académica, por tanto, se toma la decisión de generar una consultoría enfocada en la organización indicada previamente y en su gestión del mercado.

## Objetivos

Implementar procesos en la empresa seleccionada, con el ánimo de mejorar los niveles comerciales y productivos de la compañía, toda vez que en el entorno actual es fundamental contar con una gestión de marketing constituida.

Esto de cara a la consecución de ventajas competitivas en el entorno actual, a razón de que el ambiente del mercado propone nuevos retos para las empresas y en consecuencia para los objetivos de comerciales propuestos. Por consiguiente, es primordial fortalecer el área de mercadeo para establecer dinámicas contundentes que posibiliten la estabilidad de la marca y su perdurabilidad en el tiempo.

## Desarrollo y ejecución

De acuerdo con lo anterior es necesario hacer una consultoría a la empresa Baby Splash para monitorear, revisar y controlar el plan de mercadeo actual, ya que se evidencian falencias que representan oportunidades de mejora y hacen difícil la consecución de los objetivos. Como consecuencia, se plantea la realización de la auditoría interna en donde se analicen las siguientes cuatro aristas fundamentales y, como resultado, permitirán la optimización de los procesos y generarán valor agregado en la organización.

1. Se propone realizar una asesoría en el área de gerencia del talento humano donde se espera realizar un diagnóstico general del entorno con el ánimo de generar un plan gerencial de talento humano.
2. Se plantea abordar desde la cátedra de habilidades gerenciales los conceptos genéricos de la organización con el ánimo de evidenciar y plantear las estrategias de mercadeo afines con la organización para hacer la organización productiva y competitiva.
3. Por medio del área de inteligencia de negocios se plantea la implementación de un plan estratégico de negocios a nivel general. Este ejecuta diferentes herramientas de inteligencia que posibilitan la optimización de los procesos y generan valor en la organización.
4. Desde la asignatura de ética profesional se plantea la implementación de diferentes conceptos indispensables para la ejecución de la operación bajo los preceptos de la responsabilidad social y comportamiento laboral, con el ánimo de generar estrategias claras que apunten a la realización de los objetivos basados en la transparencia y compromiso con el entorno.

Es importante retomar que para la adecuada ejecución del proceso se tuvo en consideración los diferentes preceptos planteados en las cátedras mencionadas previamente. Además, en la ejecución consideró la retroalimentación constante de los docentes lo cual permite llevar a feliz término el proceso de investigación. También se destaca a nivel general la implementación individual de estrategias académicas diferenciadas que posibilita la optimización del proceso por medio de la sinergia conseguida en el proceso de auditoría.

Como resultado se espera mejorar de forma considerable la eficiencia y eficacia en la organización. En conclusión, es necesario hacer énfasis en la importancia de la implementación de las diferentes soluciones planteadas desde campos de estudio diferentes pero llevados hacia el mismo objetivo permiten la asociación del proceso.



