

**PROPUESTA DE ESTRUCTURACIÓN ORGANIZACIONAL A LA EMPRESA
CHATARRERIA TALIA**

YENNI MILENA ROMERO ALFONSO

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FACATATIVÁ 2019**

**PROPUESTA DE ESTRUCTURACIÓN ORGANIZACIONAL A LA EMPRESA
CHATARRERIA TALIA**

YENNI MILENA ROMERO ALFONSO

FRANCISCO JAVIER ZIPASUCA QUEMBA

Magister en Ciencias de la Educación Licenciado en Filosofía y Ciencias

Religiosas

Teólogo

DIRECTOR

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACATATIVÁ 2019

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico en primer lugar a Dios, pues con su ayuda propicio la culminación y cumplimiento de esta meta en gran manera importante; tanto para mí como para mi familia, con su sabiduría me enseñó la importancia de la disciplina para llegar a donde deseo y que nada escapa de su mano pues todo está bajo su control.

A mi madre quien con su apoyo incondicional, su paciencia y amor, me motivo a llegar a donde estoy, cada palabra de aliento, cada oración, cada acto evidencio su profundo amor e interés porque yo no solo la superara, sino que me superara a mí misma.

A mi hijo Matías, quien me inspiro a ser mejor para ofrecerle un futuro más prometedor, sus sonrisas, sus palabras y curiosas preguntas me enseñaron a cuestionar; sobre todo a autocuestionarme; a dar la milla extra en cada espacio de mi vida y principalmente enseñarle que solo te queda lo aprendido mientras vives y eso solo pasa arriesgándote.

A Yanbal de Colombia y a mis maestros; quienes me permitieron crecer como persona y profesionalmente, la experiencia que cada uno en sus diferentes ámbitos me ofreció, ha sido sumamente enriquecedora, me enseñaron que el tiempo vuela y más cuando lo estás disfrutando.

TABLA DE CONTENIDO

	Pag
INTRODUCCIÓN	13
1. INFORMACIÓN GENERAL.....	14
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
2.1 2.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA.....	15
2.2 2.2 FORMULACION DEL PROBLEMA	16
2.3 2.3 SISTEMATIZACIÓN	16
3. OBJETIVOS	18
3.1 3.1 OBJETIVO GENERAL.....	18
3.2 3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	18
4. JUSTIFICACIÓN	19
5. MARCO REFERENCIA	21
5.1 5.1 MARCO TEORICO.....	21
5.2 5.2 MARCO CONCEPTUAL.....	24
5.3 MARCO LEGAL.....	28
5.4 MARCO INSTITUCIONAL.....	34
6. DISEÑO METODOLÓGICO	37
6.1 6.1 TIPO DE ESTUDIO	37
6.2 CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN	37
6.3 POBLACIÓN.....	37
6.4 FUENTES Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	38
6.5 FUENTES Y TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS	38
7. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL DE CHATARRERIA TALIA.....	39
7.1 7.1 ESTADO DEL ARTE	39
7.2 7.2 MATRIZ INTEGRADA DEL ENTORNO.....	42
7.3 7.3 Matriz POAM	47
7.4 7.4 Matriz EFE.....	49
7.5 7.5 Matriz MPC.....	51

7.6	7.6 Matriz PCI.....	52
7.7	7.7 Matriz EFI.....	54
7.8	7.8 Matriz PEYEA.....	55
7.9	7.9 Matriz “FUERZAS DE MICHAEL PORTER”.....	57
7.10	7.10 Matriz DOFA.....	59
7.11	7.11 Matriz BCG.....	60
8.	ESTRATEGIAS GERENCIALES.....	62
8.1	8.1 ESCENARIO APUESTA.....	62
8.2	8.2 Estrategias.....	63
9.	PLANES DE ACCIÓN.....	64
9.1.1	Estrategia 1. Implementación de sistemas de gestión ambiental y calidad 64	
9.1.2	Estrategia 2. Implementación de herramientas tecnológicas.....	64
9.1.3	Estrategia 3. Implementación de herramientas tecnológicas.....	66
9.1.4	Estrategia 4. Implementación de herramientas tecnológicas.....	67
9.1.5	Estrategia 5. Implementación de canales publicitarios.....	68
9.1.6	Estrategia 6. Implementación de canales publicitarios.....	69
9.1.7	Estrategia 7. Implementación de canales publicitarios.....	70
9.1.8	Estrategia 8. Implementación de programas de desarrollo del talento humano71	
10.	MONITORIA ESTRATEGICA.....	72
11.	DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO.....	80
11.1	11.1 MISION.....	80
11.2	11.2 VISION.....	80
11.3	11.3 OBJETIVOS CORPORATIVOS.....	80
11.4	11.4 PRINCIPIOS CORPORATIVOS.....	82
11.5	11.5 METODO CANVAS.....	83
11.6	11.6 MATRIZ AXIOLOGICA.....	84
11.7	11.7 MAPA ESTRATEGICO.....	84
11.8	FLUJOGRAMAS DE PROCESOS.....	86
11.8.1	FLUJOGRAMA PROCESO ESTRATEGICO.....	86

11.8.2	FLUJOGRAMA PROCESO OPERACIONAL.....	87
11.8.3	FLUJOGRAMA PROCESOS APOYO.....	88
11.9	DIAGRAMA BASADO EN PROCESOS	89
	CONCLUSIONES	90
	RECOMENDACIONES	91
	Bibliografía.....	93
	ANEXOS.....	97

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Matriz Integrada del Entorno – (Factores Demográficos-Socioculturales)	42
Tabla 2 Matriz Integrada del Entorno - Factores Políticos	43
Tabla 3 Matriz Integrada del entorno - Factores Legales.....	44
Tabla 4 Matriz Integrada del entorno - Factores Económicos.....	44
Tabla 5 Matriz Integrada del Entorno - Factores Tecnológicos.....	45
Tabla 6 Matriz Integrada del entorno - Factores Ambientales	46
Tabla 7 Matriz Integrada del entorno - Factores Competitivos	46
Tabla 8 Matriz POAM.....	47
Tabla 9. Matriz EFE	49
Tabla 10. Matriz MPC	51
Tabla 11 Matriz PCI- Perfil de Capacidades Internas	52
Tabla 12. Matriz Integrada del Entorno.....	54
Tabla 13. Matriz PEYEA	55
Tabla 14. Matriz 5 Fuerzas de Porter.....	57
Tabla 15. Matriz DOFA	59
Tabla 16. Matriz BCG	60
Tabla 17 Estrategias	63
Tabla 18. Plan de acción estrategia 1- Implementación de sistemas de gestión ambiental y calidad	64
Tabla 19. Plan de acción 2- establecimiento de alianzas comerciales para generar beneficios organizacionales.....	65
Tabla 20. Plan de acción 3- implementación de herramientas tecnológicas.....	66
Tabla 21. Planes de acción 4 - Remodelación de las instalaciones de la organización.....	67
Tabla 22. Plan de acción 5 - Implementación de canales publicitarios.....	68
Tabla 23 Plan de acción 6 –Implementación de un sistema contable y financiero	69
Tabla 24. Plan de acción 7- Implementación de programa de bienestar	70

Tabla 25. Plan de acción 8 - Implementación de programas de desarrollo del talento humano	71
Tabla 26 Monitoria estratégica; Implementación de sistemas de gestión ambiental y calidad.....	72
Tabla 27 Monitoria Estratégica; Establecimiento de alianzas comerciales para generar beneficios organizacionales.....	73
Tabla 28 Monitoria estratégica; Implementación de herramientas tecnológicas	74
Tabla 29 Monitoria estratégica; remodelación de las instalaciones de la organización.....	75
Tabla 30 Monitoria estratégica; implementación de canales publicitarios.....	76
Tabla 31 Monitoria estratégica; Implementación de sistema contable y financiero	77
Tabla 32 Monitoria estratégica; implementación de programas de bienestar	78
Tabla 33 Monitoria estratégica; implementación de programas de desarrollo del talento humano	79
Tabla 34 Método Canvas	83
Tabla 35. Matriz AXIOLOGICA	84
Tabla 36 Diagrama de flujo proceso estratégico	86
Tabla 37. Diagrama de flujo proceso operacional.....	87
Tabla 38. Diagrama de flujo proceso apoyo	88

LISTA DE GRAFICAS

Ilustración 1 Ubicación empresa Chatarrería Talia	34
Ilustración 2 BCG	61

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Certificado Registro Cámara de Comercio	97
Anexo 2 Formato de entrevista	98
Anexo 3. Formato de cuestionario	99

RESUMEN

La siguiente propuesta de estructuración organizacional a la empresa CHATARRERIA TALIA, tuvo como objetivo diagnosticar a la compañía para determinar el estado actual de la misma; y luego de desarrollo de matrices que ayudaron a establecer cada uno de los factores de más relevancia y que influían en la empresa en los cuales se debía trabajar con especial atención; dio como resultado evidente: que la empresa pese a su antigüedad en el mercado (24 años), se encuentra sumida en un periodo de letargo ocasionado por su falta de estructuración organizacional.

Seguidamente se formularon 8 estrategias con sus respectivos planes de acción enfocados al cumplimiento del escenario apuesta establecido por medio de la técnica prospectiva, se instituyó un horizonte de tiempo a 5 años, de la misma manera se determinaron presupuesto, actividades e indicadores y para llegar a su cumplimiento se determinó la monitoria estratégica.

Finalmente se estableció el direccionamiento estratégico que permitirá a cada miembro de la organización fijar un horizonte alineado con la compañía, esto permitirá que la empresa CHATARRERIA TALIA logre éxito empresarial, financiero y posicionamiento en el mercado.

En el informe se evidencia el apoyo y aporte realizado en dicha entidad en relación de los respectivos seguimientos de las actividades administrativas y sus falencias para la mejora continua en la organización y dirección de la oficina del almacén municipal de Facatativá.

INTRODUCCIÓN

La presente monografía se encuentra marcada en el reciclaje, actividad que hoy día ha tomado gran importancia, además de ello se ha destacado por ser una actividad económica sostenible, siendo esta una de las premisas; CHATARRERIA TALIA, se caracteriza por no solo ser sostenible, sino también por sus aportes que generan beneficios ambientales y socioeconómicos que contribuyen a una mejor calidad de vida de la comunidad.

Sin embargo se ha planteado un problema alrededor de esta compañía, esta empresa como muchas de su sector no está estructurada organizacionalmente de una manera correcta, sus bases se encuentran en el empirismo de su propietaria, por lo que se propone una estructuración organizacional, teniendo en cuenta que carece de la misma.

Para lograr este objetivo se realiza un diagnostico organizacional que permita evidenciar el estado real de la compañía, se propondrán planes de acción que permitan llegar al objetivo final, indicándole a su propietaria como llegar a cumplir la estructuración que se le propone.

Al poner en práctica la estructuración organizacional de la empresa, CHATARRERIA TALIA, tendría la posibilidad de ser líder en el mercado local con alto compromiso de conservación en los recursos naturales y cumplimiento de la normatividad ambiental.

1. INFORMACIÓN GENERAL

Área: administración y organizaciones.

Línea: desarrollo organizacional y regional.

Programa: administración de empresas.

Tema de monografía: Propuesta para la estructuración organizacional a la empresa Chatarrería Talia.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 2.1 DESCRIPCION DEL PROBLEMA

CHATERRERIA TALIA, es una empresa que se ha caracterizado por su entereza y su sobrevivencia en el sector del reciclaje. Surgió como respuesta a la necesidad del mercado de una organización captadora de los residuos reciclables en el municipio Facatativá.

Durante la última década se ha sostenido en el mercado sin presentar una organización significativa a razón de; la carencia de procesos claramente definidos, una cultura de servicio al cliente y estructura organizacional. Igualmente carece de personal específico para cada área y los colaboradores actuales no se encuentran capacitados en los procesos a desarrollar. Generando duplicidad de funciones o evasión de las mismas. En este orden de ideas, no existe manual de funciones, proceso o procedimientos, lo cual dificulta el correcto desarrollo de las actividades ocasionando demoras y generando reproceso y baja en la rentabilidad de la empresa.

En la organización la comunicación y líneas de mando no se encuentran enmarcadas entre directivos y empleados. Por lo que la claridad de las órdenes que imparten como en la ejecución de las mismas no están siendo atendidas. Además, falta indicadores de gestión y seguimiento de las actividades, que genera problemas en la operatividad y hace difícil el control.

La baja operación origina insolvencia, que causa incumplimiento de sus obligaciones tanto laborales como comerciales, esto ocasiona parálisis del desarrollo operativo, minimizando sus utilidades. Actualmente la empresa se ha visto vulnerada en su patrimonio por la falta de generación de rentabilidad y carece de un sistema de información y medición que permita medir oportunamente los niveles de riesgo del negocio. También improvisan soluciones operativas, administrativas y comerciales, sin predecir los costos adicionales que estas acciones acarrearán, sacrificando su margen de utilidad e imagen con sus clientes y proveedores.

Por lo anteriormente expuesto, se hace necesario la estructuración administrativa y formulación de estrategias que ayuden a desarrollar un verdadero fortalecimiento empresarial, posicionamiento y mayor participación en el mercado.

2.22.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿De qué manera la estructuración organizacional de la empresa Chatarrería Talia, garantiza la competitividad y sostenibilidad en el mercado?

2.32.3 SISTEMATIZACIÓN

¿Por qué crear un plan de estructuración organizacional a la empresa Chatarrería Talia?

¿Por qué diagnosticar la situación actual de la empresa?

¿Por qué diseñar la estructura organizacional orientada a procesos?

¿Para qué establecer estrategias y planes de acción?

3. OBJETIVOS

3.13.1 OBJETIVO GENERAL

Proponer una estructuración organizacional de la empresa CHATARRERIA TALIA; para que permita su éxito empresarial.

3.23.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

Diagnosticar a la organización de tal manera que permita identificar el estado actual de la empresa CHATARRERIA TALIA.

Formular estrategias gerenciales que permitan a la organización generar desarrollo, reconocimiento y posicionamiento de la empresa CHATARRERIA TALIA.

Determinar planes de acción para implementar la estructuración organizacional de la empresa CHATARRERIA TALIA.

4. JUSTIFICACIÓN

La empresa CHATARRERIA TALIA, es un Centro de Acopio que tiene como objeto social, la captación de material reciclable, que luego de ser almacenado, clasificado, es vendido a grandes industrias en Bogotá, sin embargo y luego de muchos años de funcionamiento la empresa se encuentra estancada en un periodo de letargo el cual no le ha permitido lograr éxito en su operación.

Por esta razón se ha decidido realizar un diagnóstico organizacional que permita establecer el estado en que se encuentra la compañía en la actualidad, la ausencia de estructuración administrativa y organizacional, ha sido su talón de Aquiles. Convirtiéndose en uno de los principales obstáculos para lograr posicionarse en la industria y generar crecimiento; por lo anterior se ve afectada su competitividad y crecimiento. (VIDAL, 2005).

Es necesario elaborar la estructuración organizacional, que le permita trazar una ruta de direccionamiento estratégico, que se traduzcan en planes de acción, permitiendo a los colaboradores conocer que actividades deberán desarrollar, ¿en cuánto tiempo?, ¿qué recursos deberán utilizar? y ¿para qué? Generando la sinergia necesaria, para alcanzar las metas trazadas en los planes de acción y lograr la visión y misión de la organización tomando en cuenta a Humberto Serna en su libro de Gerencia estratégica. (Serna, Gerencia Estratégica. Décima Edición, 2008).

A través del diagnóstico organizacional, se determina la situación actual de la organización frente a su entorno, evaluando los factores tanto internos como

externos, que afectan su desarrollo. Mediante una entrevista realizada a la gerente y encuestas realizadas a los empleados de esta organización como técnicas de investigación propuestas por Vidal Díaz en su libro Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial, (VIDAL DÍAZ, 2001) las cuales arrojaron el resultado de que pese a que este negocio tiene promesa de éxito, no podrá salir de su estancamiento empresarial hasta que no sea estructurada correctamente.

Partiendo del análisis de los resultados se formula un direccionamiento estratégico acorde a los objetivos y la situación de la empresa frente su mercado.

5. MARCO REFERENCIA

5.15.1 MARCO TEORICO

A través de la historia se ha llevado un manejo no adecuado de los residuos como lo expone Rachel Carson (CARSON, 2013), “pasado el tiempo se le dio el manejo adecuado de los residuos sólidos por parte de las personas, era un buen comienzo en el camino hacia el progreso, no obstante la falta de conciencia respecto de la ausencia de políticas públicas para el manejo de estos residuos y la falta de gestión ambiental, aumentaba la contaminación en el planeta que aceleraría su autodestrucción”.

La dirección de la empresa Servigenerales S.A E.S.P. Facatativá (SERVIGENERALES, 2018). Estimó en el año 2015 que entre 21.007 usuarios del servicio de aseo se recolectaron 1795,4 Ton/ mes de residuos, es decir 0,085 Ton/mes por habitante. Pese a que Facatativá es un municipio pequeño, estas cifras serán una problemática en un futuro cercano, pues la tendencia mundial en producción de residuos aumentaría por habitante.

No obstante, las personas visionarias y preocupadas por el ambiente, iniciaron la compra de estos residuos sólidos generados, evolucionaron de intercambiar estos residuos a un valor monetario. Durante esa época no era muy significativo como hoy día, sin embargo, nadie se esperaba el gigantesco crecimiento de los residuos sólidos urbanos (RSU).

En el momento en que se empezó a notar los impactos negativos al planeta, diversas organizaciones preocupadas por la conservación del patrimonio natural ambiental del planeta, implementaron programas de gestión, los cuales generarían solución a los problemas ambientales, como la separación de los residuos, iniciativas de recolección, etc., lo que ha contribuido a tener un mejor manejo de los mismos, por otro lado; la afectación de la disposición final de estos materiales, entre las cuales se encuentra, que han llegado a los límites de capacidad de los rellenos sanitarios y que el servicio de limpieza no opere adecuadamente. De acuerdo a Anton en su libro Diversidad, globalización y la sabiduría de la naturaleza. (ANTON, 1999).

Con las nuevas innovaciones, los residuos son definidos como todo objeto, sustancia o elemento en estado sólido, que ha cumplido su vida útil para el fin que se creó, estos son desechados convirtiéndose en “basura”, su valor empieza a ser significativo para otros fines, como dijo a Jaime López y sus compañeros autores (LÓPEZ GARRIDO, 1980) en libro Eliminación de los residuos sólidos urbanos “ porque ya se pueden clasificar de varias formas, tanto por estado, composición física, origen y tipo de manejo; teniendo diversas clasificaciones, existen tres tipos de residuos dependiendo del estado físico en el que se encuentren: sólidos, líquidos y gaseosos. Esta clasificación se realiza de acuerdo a la forma de manejo asociado”.

De esta manera surgen las llamadas “chatarrerías” conocidas hoy como empresas de reciclaje, algunas son grande o pequeña escala, a estos sitios se les llama centros de acopios, en los cuales se compran y venden los residuos sólidos o según el tipo de residuo (tipo de material). Lo que se debe tener en cuenta son los procesos físicos, químicos o fisicoquímicos que pueden tener dentro del centro de acopio, por otro lado la Guía Técnica Colombiana GTC 53-4 emitida por el

ICONTEC 14, establece reglas para el aprovechamiento de los residuos de papel y cartón, fruto de los desperdicios de procesos industriales y la recuperación luego del consumo, para ser utilizada como materia prima en la industria papelera, esto haciendo referencia al reciclaje o este tipo de material. (AQUITE, 2016).

Las normas son específicas al informar de la necesidad de conservarlos limpios, secos y clasificados, por lo que se hace necesario enfocar parte de la capacitación a la información del correcto manejo, indicando así mismo cuando el proceso empieza en la etapa de recolección, para luego separar y clasificar en el centro de acopio y finalmente ser embalado, transportado, almacenado y reutilizado tal y como se describe en Decreto 312 de 2006.

Ley 388 de 1997 (Plan de Ordenamiento Territorial), donde se resalta que le otorga la facultad a las entidades territoriales para la gestión del suelo entre otras cosas; de igual forma reconoce la importancia de la coordinación entre entidades de igual o de diferente orden territorial, como lo menciona Claudia Bedoya en su libro *El derecho al medio ambiente adecuado como derecho humano: “la promoción del uso racional del suelo, protección de la estructura ecológica y prevención de desastres mediante la definición de las áreas de alto riesgo, con la consecuente regulación de los asentamientos humanos, allí donde no se dé absoluta seguridad a la vida e integridad personal de las personas.* (GUTIÉRREZ BEDOYA, 2006).

El marco descrito puede establecer que este tipo de empresas ha logrado disminuir un poco la saturación en los rellenos sanitarios, disminución de agentes contaminante e impactos negativos que han dejado como resultado el mal manejo de estos residuos sólidos urbanos. Sin embargo, las leyes no siempre son

necesariamente específicas sobre residuos sólidos municipales, por lo que están comprendidas en otros instrumentos legales sobre la salud o el ambiente. Además, tenemos el derecho de gozar un ambiente sano como lo establece la Constitución Nacional del 1991, Art 79. (Colombia, 1991)

Por otro lado estas empresas han sido desarrolladas empíricamente por parte de sus promotores, lo que los ha afectado sus negocios, pues no son estratégicos, no aplican ningún tipo de técnica o teoría que impulse sus organizaciones y además que financieramente fuera más rentable; teorías clásicas como la de la burocracia de Max Weber (1864-1920), que es la forma más eficiente de organización, se basa en: Jerarquía de la autoridad, División del trabajo, Reglas, Procedimiento del trabajo, Impersonalidad de las relaciones interpersonales, Selección y promoción de los empleados. Tal vez esta teoría aplicada a empresas de este tipo incrementaría la probabilidad de éxito de las mismas. (Weber, 1977).

5.25.2 MARCO CONCEPTUAL

Chatarrería: En el ámbito manejado en el desarrollo del trabajo Chatarrería se define de igual manera que un centro de acopio: cumplen la función de reunir la producción de pequeños productores (en este caso recicladores) para que puedan competir en cantidad y calidad en los mercados de los grandes centros urbanos. (MEDINA ROSS, 1999)

Procesos Administrativos: El mundo empresarial moderno exige que las organizaciones, independiente de su tamaño, esfera de actuación y tipo de propiedad desarrollen su actividad de manera eficiente y eficaz; como condiciones,

no suficientes, pero sí necesarias para lograr mantenerse en el negocio en que participan las mismas. Sin embargo, para alcanzar esto en la actualidad se requiere, como nuevo paradigma, que las entidades sean gestionadas siguiendo el enfoque de proceso o más comúnmente conocido como gestión por proceso.

Talento Humano: Todas las empresas deben procurar que su personal sea idóneo, solo se puede llegar a este objetivo cuando el proceso de selección es el adecuado tanto del el área operativa como administrativa. Sin embargo existe una situación que limita las posibilidades y fortalezas en este aspecto, lo que tiene que ver con las características del sector o gremio en el que se desenvuelve la empresa. (POZO RODRIGUEZ, 2006)

Cultura Organizacional: Aquel patrón de comportamiento (valores y creencias) dentro de una estructura organizacional y que en lo general guarda relación con la cultura nacional.

Diagnóstico Empresarial: Significa crear e implementar un sistema de información que asegure el cumplimiento de las metas propuestas dentro del plan estratégico de una empresa. Este sintetiza la propuesta donde se presenta las bases teóricas requeridas para la realización de este proceso es decir “hacer lo correcto correctamente”. (POZO RODRIGUEZ, 2006)

Eficacia: Extensión en la que se realizan las actividades planificadas y se alcanzan los resultados planificados.

Eficiencia: Relación entre el resultado alcanzado y los recursos utilizados en relación a lo mínimo utilizado.

Reciclador: Persona natural o jurídica que presta el servicio público de aseo en la actividad de aprovechamiento. (COLOMBIA, Ley del medio ambiente, 1993)

Reciclaje: Es el conjunto de actividades con las que se busca reutilizar partes de artículos que en su conjunto han llegado al término de su vida útil, pero que admiten un uso adicional para alguno de sus componentes o elementos.

Sistema De Gestión: Sistema para establecer la política y objetivos y para lograr dichos objetivos.

Productividad: Se puede definir como la relación entre la producción obtenida por un sistema de producción o servicios y los recursos utilizados para obtenerla. También como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema.

Residuo Sólido: Se define residuo a cualquier objeto, material o sustancia, que provenga de una actividad productiva o de consumo, que sea desechada después de realizar un trabajo específico, y del cual se pueda generar algún tipo de aprovechamiento. También podemos definir un residuo como todo resto o material resultante de un proceso de producción, transformación o utilización que sea abandonado. El concepto de residuo sólido comprende los desechos heterogéneos generados por la comunidad urbana, hasta los más homogéneos

producidos por los sectores agrícola, industrial y mineral. (COLOMBIA, Ley del medio ambiente, 1993).

Residuos Sólidos Explosivos: Son los residuos que generan grandes presiones en su descomposición instantánea.

Fase De Pre-Recolección: Comprende desde su generación hasta la presentación al personal de recolección, e incluye el almacenamiento y tratamiento de los residuos al interior de una vivienda o local comercial/industrial. También recibe la denominación de "manejo en origen".

Fase De Recolección-Transporte: Incluye a las operaciones de carga-transporte-descarga de los residuos desde su presentación hasta su descarga en un punto final (tratamiento, estación de transferencia o vertedero). Para esta fase se utilizan camiones acondicionados y sobre todo en las grandes ciudades, se suelen utilizar camiones compactadores, que buscan dar rapidez y buen aspecto al servicio. La frecuencia de recolección varía de acuerdo a la disponibilidad de recursos, las costumbres, la distribución de las casas, el poder adquisitivo, el desarrollo comercial, etc. En las grandes ciudades y las zonas céntricas de las medianas, suele ser diaria, e incluso con repaso de las mismas áreas más de una vez al día.

Fase De Separación, Tratamiento Y Disposición Final: En una planta de separación se encuentran el conjunto de estructuras, equipos y herramientas que se utilizan para realizar la separación, clasificación, procesamiento y acondicionamiento de aquellos residuos que posteriormente se pueden

transformar y comercializar. La separación también la realizan los recolectores informales en la calle y los basurales. El tratamiento permite reducir la cantidad y peligrosidad de los desechos generados que van a disposición final. Podemos encontrar los siguientes: Incineración: Proceso químico de combustión controlada que transforma la fracción orgánica de los residuos sólidos urbanos en materiales inertes (cenizas) y gases. Genera cenizas, escorias y gases como subproductos y la reducción de peso es aproximadamente del 70%. (COLOMBIA, Ley del medio ambiente, 1993).

Rellenos Sanitarios: Se extienden los desechos en capas de poco espesor, y se los compacta para disminuir su volumen. Diariamente se realiza una cobertura con material adecuado para minimizar los riesgos de contaminación ambiental y favorecer la transformación biológica. (COLOMBIA, Ley del medio ambiente, 1993)

Fase De Reciclaje: Los residuos que son producto de la separación en plantas o de la segregación realizada por los recolectores informales, se destinan a reciclado. Es un proceso que tiene por objeto la transformación de los componentes que contienen los residuos urbanos. Sus beneficios son la conservación o ahorro de energía, conservación o ahorro de recursos naturales, disminución del volumen de residuos que hay que eliminar; y protección del medio ambiente.

5.3 MARCO LEGAL

En Colombia este tipo de empresas están reguladas mediante el código del comercio y es el decreto 140 de 1971, donde obliga a los propietarios a inscribir su

empresa y contar con su registro mercantil que le permite realizar sus actividades comerciales de manera legal.

La normatividad que regula el servicio público y el reciclaje establecido por las leyes colombianas son: **NORMATIVIDAD SOBRE RESIDUOS SÓLIDOS**. (COLOMBIA, Decreto 1713 de 2002. por el cual se reglamenta la Ley 142 de 1994, la Ley 632 de 2000 y la Ley 689 de 2001, en relación con la prestación del servicio público de aseo y el Decreto L, 2002)

Constitución Política 1991, Artículo 79. Contiene 49 artículos alusivos al ambiente, dentro de los cuales se cita el deber del estado de proteger la diversidad e integridad del ambiente y de prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, así como el derecho de toda persona a gozar de un ambiente sano y la prohibición de introducir al territorio nacional residuos nucleares y residuos tóxicos. (COLOMBIA, Ley del medio ambiente, 1993)

LEY 09 DE 1979 Código Sanitario Nacional y de Protección Medio Ambiente: “La normatividad que regula el servicio público y el reciclaje establecido por las leyes colombianas” (COLOMBIA, Ley 9 de 1979, Por la cual se dictan medidas sanitarias, 1979)

LEY 99 DE 1993, Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones. (COLOMBIA,

Ley del medio ambiente, 1993; COLOMBIA, Ley 9 de 1979, Por la cual se dictan medidas sanitarias, 1979)

LEY 142 DE 1994 Dicta el régimen de servicios públicos domiciliarios.

LEY 388 DE 1997 “Por la cual se modifica la Ley 9 de 1989, y la Ley 2 de 1991 y se dictan otras disposiciones” (Ley orgánica Territorial).

LEY 430 DE 1998 Por la cual se dictan normas prohibitivas en materia ambiental referentes a los desechos peligrosos y se dictan otras disposiciones. LEY 769 DE 2002 Lineamientos y estrategias para fortalecer el servicio público de aseo en el marco de la gestión integral de residuos sólidos.

LEY 1252 DE 2008 "Por la cual se dictan normas prohibitivas en materia ambiental, referentes a los residuos y desechos peligrosos y se dictan otras disposiciones" (COLOMBIA, Ley 1252 de 2008, por la cual se dictan normas prohibitivas en materia ambiental, referentes a los residuos y desechos peligrosos y se dictan otras disposiciones. , 2008)

LEY 2981 DE 2013 "Por el cual reglamenta la prestación del servicio público de aseo, políticas de gestión integral de residuos sólidos.

DECRETO LEY 2811 DE 1974, Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente.

DECRETO 605 DE 1996 Reglamenta la ley 142 de 1994. En cuanto a 33

DECRETO 1076 DE 2015 Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible

DECRETO 1077 DE 2015 Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Vivienda, Ciudad y Territorio.

RESOLUCIÓN 2309 DE 1986 Define los residuos especiales, los criterios de identificación, tratamiento y registro. Establece planes de cumplimiento, vigilancia y seguridad. (COLOMBIA, Resolución 2309 del 24 de Febrero de 1986. Decreto 2811 de 1974. Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente, 1986)

RESOLUCIÓN 0189 DE 1994 Regulación para impedir la introducción al territorio nacional de residuos peligrosos.

RESOLUCIÓN 541 DE 1994 Reglamenta el cargue, descargue, transporte, almacenamiento y disposición final de escombros, materiales concreto y agregados sueltos de construcción.

RESOLUCIÓN 754 DE 2014 “Por la cual se adopta la metodología para la formulación, implementación, evaluación, seguimiento, control y actualización de los Planes de Gestión Integral de Residuos Sólidos”

DOCUMENTO CONPES 2750 DE 1994 POLÍTICA NACIONAL AMBIENTAL, SALTO SOCIAL HACIA EL DESARROLLO HUMANO, SOSTENIBLE. Políticas sobre manejos de residuos sólidos.

DOCUMENTO CONPES 3530 DE 2008 Lineamientos y estrategias para fortalecer el servicio, público de aseo en el marco de la gestión integral de residuos sólidos

DOCUMENTO CONPES 3874 DE 2016 Política nacional para la gestión integral de residuos sólidos. (PLANEACIÓN., 2016)

NORMA TÉCNICA GTC. 24 DE 1996, Guía técnica Colombiana Gestión Ambiental. Residuos Sólidos. (ICONTEC., 2009). Da lineamientos sobre la separación en la fuente y el Código de Colores para residuos reciclables y no reciclables.

GUÍA TÉCNICA COLOMBIANA GTC 53-4 EMITIDA POR EL ICONTEC 14 Gestión ambiental. Residuos sólidos. Guía para el reciclaje de papel y cartón.

AUTO 275 DE LA SALA TERCERA DE LA CORTE CONSTITUCIONAL DE COLOMBIA Amparo al oficio de los Recicladores de manera preferente, en condiciones de vulnerabilidad social y económica y por la utilidad ambiental que presta la actividad.

5.4 MARCO INSTITUCIONAL

Razón social: CHATARRERIA TALIA

Base legal: Cámara y comercio certificado de matrícula persona Natural

Matricula N°: 29013 del 29 de Enero de 2003

RUT: (Registro Único Tributario) Régimen simplificado

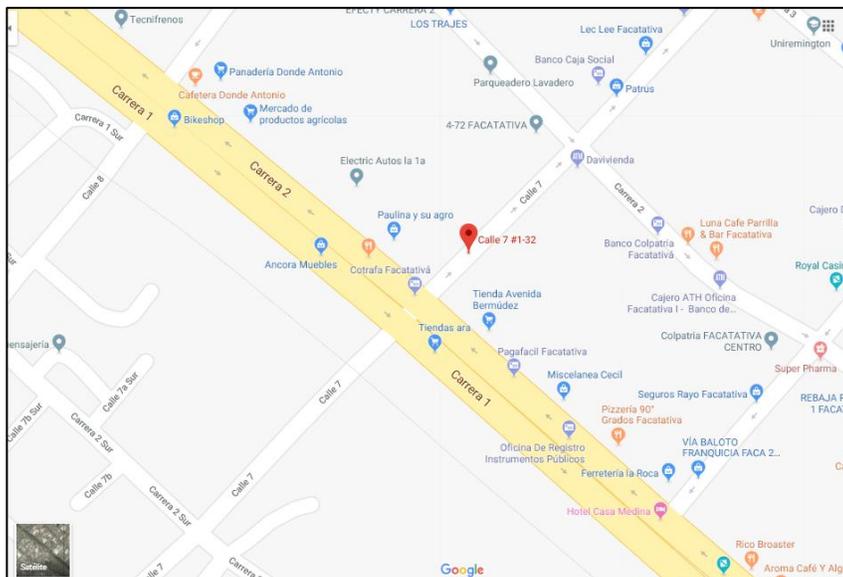
NIT: 35523754-7

Barrió: (Juan XXIII) Facatativá

Dirección: 7 # 1-32 Sur, sede única

Zona: Urbana

Ilustración 1 Ubicación empresa Chatarrería Talia



Fuente: 1 Google Maps

Directivos: Un director administrativo

Nivel educativo: Bachiller

Tamaño de la empresa: Microempresa la planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores

N° empleados: (1) Administrativo 14%, Permanente - (1) Financiero 14%, Obra labor (6) Operativos 71%, Obra labor

Sector: Industrial

Subsector: CIIU 3830 - Recuperación de materiales

Actualmente la organización no tiene establecida una planeación estratégica, razón por la que carece de misión, visión, objetivos, cultura organizacional y estrategias.

Reseña histórica: CHATARRERIA TALIA, fue fundada en el año 1995 por el Sr. José Linares quien al darse cuenta de que el darles nuevo uso a los materiales desechados por otras personas pensó que podría ser rentable y decidió aprender de los procesos en bodegas de reciclaje. Al notar que el negocio presentaba buenas oportunidades emprendió un proyecto similar en el Barrio Cartagenita de Facatativá, donde se encargarían de brindarle una correcta disposición final a los residuos de las empresas del sector y comprarles a las personas que se dedican a recolectar producto siempre y cuando cumplieran con las especificaciones.

Luego en el año 2005, su representante legal fue sustituido por la Sra. Beatriz Carranza, su esposa; proponiéndole liderar el negocio y quien a partir del 2003 inicio a cumplir esta función en una nueva ubicación del municipio de Facatativá. En el año, 2006 oficialmente se llamó CHATARRERIA TALIA, donde la nueva representante la registró en la Cámara de Comercio gracias al crecimiento de la época y que a hoy se mantenido estable.

Portafolio de servicios

Captación, separación y clasificación de material recuperable. Es importante aclarar que la organización no fabrica productos a partir de los materiales reciclados.

6. DISEÑO METODOLÓGICO

6.16.1 TIPO DE ESTUDIO

La investigación desarrollada fue de tipo Descriptiva y se realizó mediante un diagnóstico, generado a partir de la aplicación de los instrumentos de recolección de información como la entrevista y encuestas aplicadas a la propietaria y empleados e implico, observar y describir el comportamiento de la empresa frente a su mercado. Desde el ámbito tanto interno como externo permitiendo obtener datos e información que describe la situación actual de la organización.

A partir de los resultados del diagnóstico se analizaron las distintas variables y se formuló el escenario a puesta sobre el cual se desempeñara la planeación estratégica.

6.2 CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población que se determino fue el 100% de los colaboradores de la empresa Chatarrería Talia.

6.3 POBLACIÓN

10 empleados

6.4 FUENTES Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Fuentes Primarias: La información recabada mediante fuentes primarias fueron las encuestas aplicadas a todo el personal que hacen parte de la organización, se aplicó lista de chequeo y la observación directa de la empresa para recolectar información primaria de su funcionamiento. Así mismo se realizó un análisis exhaustivo del estado actual de la empresa, datos que posteriormente serán analizados de manera objetiva.

Fuentes secundarias: Se realizó un análisis exhaustivo a libros sobre administración estratégica, artículos de estudio, ensayos, tesis e información relacionada con el tema de diagnóstico organizacional y direccionamiento estratégico.

6.5 FUENTES Y TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS

Una vez obtenida toda información se procedió hacer un análisis cualitativo y cuantitativo de la entrevista y las encuestas. Se tabularon los datos de acuerdo a los resultados obtenidos y se determinó una visión global de la organización y su comportamiento frente al mercado.

7. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL DE CHATARRERIA TALIA

7.17.1 ESTADO DEL ARTE

Durante el siguiente estado del arte, se podrá observar los diferentes factores de mayor relevancia que influyen a la organización, entre los que se encuentran los demográficos, los políticos, legales, tecnológicos, económicos, ambientales y competitivos especificándose dentro de la Matriz integrada del entorno la relevancia que cada uno de ellos tiene con el sector, justificando de manera coherente del porque el nombramiento de dicho factor, y la manera en que se relaciona directamente con la empresa; seguidamente se realizaron matrices que evaluaran los factores externos de la compañía como lo son la POAM, EFE y MPC, para finalmente realizar Matrices que evaluaran los factores internos de la compañía entre las que se encuentran MPCl, EFI, PEYEA, 5 fuerzas de Porter, DOFA y BCG.

Los modelos de negocio tradicionales ya no son una opción alentadora para los emprendedores, los compradores se han vuelto más conscientes cambiando sus pautas de compra, así las cosas, es de vital importancia tener presente que los inversionistas ya no quieren invertir en activos contaminantes y de alto impacto ambiental, han fijado su mirada hacia activos verdes y sustentables, beneficiando estas últimas empresas con un costo de capital y deuda más bajo. (STUMPO, 2004)

En el caso particular de la empresa CHATARRERIA TALIA, podría decirse que tiene grandes ventajas, teniendo en cuenta que los negocios verdes están teniendo gran acogida a nivel mundial, sin embargo, nuestro país no es un ejemplo de ello, por esto se debe abrir paso estructurándose internamente y que se refleje externamente, haciéndose visible empresarialmente hablando.

Son muchos los países de la región los que han comenzado a implementar prácticas de reciclaje. A nivel mundial impera el sistema de las “3 R’s” la cual consiste en reducir, reutilizar y reciclar, es una regla para cuidar el medio ambiente, específicamente para reducir el volumen de residuos o basura generada. Entre sus beneficios se pueden encontrar: ahorrar dinero y ser un consumidor más responsable, así reduciendo la huella de carbono generada por las compañías y las personas en general. Distintos estudios muestran que el conocimiento sobre el reciclaje y la participación de los ciudadanos es una condición necesaria para un programa de reciclaje exitoso. La realidad económica mundial y el consumismo han favorecido que la gestión de materiales recuperados se transforme en una actividad rentable. (MEDINA ROSS, 1999)

“Las constantes innovaciones tecnológicas supondrán en un futuro próximo, mayores rendimientos para la industria del reciclaje y así, como pronunció Stephan Harmening: “En veinte años calificaremos lo que ahora hacemos de despilfarro”. (GUTIÉRREZ BEDOYA, 2006)

El municipio de Facatativá está trabajando actualmente a nivel regional adhiriéndose al Plan de Gestión Ambiental Regional formulado por la Corporación Autónoma Regional; lo que permitirá avanzar en proyectos que beneficien al medioambiente. En la era de las tecnologías de la información y del conocimiento

existen grandes potencias en el campo de la utilización de material reciclado, así como tecnologías para el correcto aprovechamiento de estos, además, que junto con el aprovechamiento del PGIRS (EL plan de gestión integral de los residuos sólidos) del municipio, adelantan diversas actividades orientadas a identificar las condiciones existentes en cuanto al aprovechamiento de residuos sobre el total de los generados en el municipio, e igualmente a identificar las características y condiciones en que se realizan dichos procesos de aprovechamiento. (CALDERÓN GOMEZ, 2016)

La empresa le atañe directamente lo descrito por el plan actual en cuanto a producción limpia, uno de los temas de estudio, donde la empresa puede actuar directamente en favor de la protección del medio ambiente y la gran gestión del control ambiental.

La secretaría de desarrollo agropecuario y de medio ambiente del municipio de Facatativá plantea como objetivo funcional el diseñar e implantar, en coordinación con las autoridades ambientales que tienen jurisdicción en el Municipio y con el Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales, un sistema de información ambiental que permita una eficiente y ágil administración, protección, recuperación y control del medio ambiente y de los recursos naturales.

De la mano con el Plan Decenal Ambiental, el desarrollo sostenible requiere de la integración y armonización de las políticas y objetivos ambientales y sectoriales. Sin embargo, en Colombia esa integración armonizada es débil, convirtiéndose en una de las primordiales limitantes de la gestión ambiental.

Los Factores descritos a continuación exponen las siguientes tablas, son los de principal influencia en el sector e inciden mayormente en la organización:

7.27.2 MATRIZ INTEGRADA DEL ENTORNO

FACTORES DEMOGRÁFICOS – SOCIOCULTURALES

El tamaño de la población, los límites del municipio y el transporte fueron los factores demográficos y socioculturales considerados de mayor impacto para la organización como se explica a continuación en la tabla 1:

Tabla 1 Matriz Integrada del Entorno – (Factores Demográficos-Socioculturales)

VARIABLES CLAVES	RELACIÓN CON EL SECTOR	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN
FACTOR DEMOGRÁFICO - SOCIOCULTURAL			
Tamaño de la población	La compañía debe mantener una relación cerca con el tamaño de la población para saber sus tipos de clientes	La compañía se encuentre en un sector competitivo que esta en crecimiento directamente proporcionado con la población	El crecimiento de la población impacta positivamente a la empresa, teniendo en cuenta que existe un mayor mercado.
Límites del municipio	El municipio cuenta con el mercado mas grande en comparación con sus vecinos	Facatativá limita al norte con el Municipio de Sasaima, la Vega, y San Francisco; al sur, con Zipacón y Bojacá; al oriente con Madrid y el Rosal; al occidente, con Anolaima y Albán.	Facatativá es un municipio con amplio impacto de comercialización en comparación con los municipios que limita, lo cual impacta positivamente a la organización para la comercialización.
Transporte	El sector del reciclaje requiere del transporte de los materiales reciclados y para ello la infraestructura via con la que cuenta el municipio de Facatativá es optima para su gestión.	Los viajeros constantes que se transportan de Bogotá-Facatativá y viceversa, están a la espera del Tren de Cercanías de la Sabana de Bogotá que se tiene como previsto estar en servicio en los próximos años. La rapidez de la construcción se debe a que las vías férreas ya existen y están en muy buen estado, y solo hacen falta unas modificaciones al corredor y la construcción de los vagones. Se espera que esté conectado en Bogotá con el Metro, y con Transmilenio, además se terminó la construcción de la ampliación del corredor vial de la Calle 80 en la Autopista Medellín.	La infraestructura vial del municipio genera ventaja competitiva a la organización, pues facilita el transporte masivo de los materiales.

Fuente 1 Autor

FACTORES POLITICOS

De acuerdo el análisis integrado del entorno se seleccionó tres factores políticos claves que influyen en la empresa POT, RSE y Plan de Gestión Ambiental; los cuales son explicados en la tabla 2:

Tabla 2 Matriz Integrada del Entorno - Factores Políticos

VARIABLES CLAVES	RELACIÓN CON EL SECTOR	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN
FACTOR POLITICO			
Plan de ordenamiento territorial	Se relaciona directamente con el sector ya que define ciertas características para orientar y priorizar las inversiones en el territorio.	La empresa se encuentra ubicada en el municipio de Facatativá por lo cual es importante tener en cuenta las características geográficas del municipio.	Es un instrumento técnico y normativo para ordenar el territorio municipal o distrital. De igual manera define los aspectos de ubicación de la organización.
Responsabilidad social empresarial	Todos los sectores tienen compromiso con la responsabilidad social basados en el desarrollo sostenible, protección del medio ambiente y las comunidades.	La inversión socialmente responsable contribuye al desarrollo humano sostenible a través del compromiso empresarial con la sociedad, basado en principios éticos apegados a la ley.	Para la organización tener implementada la RSE, impacta positivamente ya que sus practicas generan lealtad de los clientes, credibilidad, accesos a nuevos mercados y mayor productividad
Plan de gestión ambiental	En el municipio de Facatativá se halla Plan de Gestión Ambiental Regional formulado por la Corporación Autónoma Regional que describe en materia propia de las actividades de producción limpia, protección del medio ambiente y la gran gestión del control ambiental.	Para el desarrollo sostenible se requiere de la integración y armonización de las políticas y objetivos ambientales y sectoriales. El plan de gestión ambiental refiere a nivel organizacional saber qué pautas deben llevar a cabo para conseguir un desarrollo sostenible de su actividad y mitigar sus impactos negativos sobre el medio natural.	Conocer las pautas de gestión ambiental permiten a la organización un desarrollos sostenible minimizando los impactos negativos sobre el medio ambiente

Fuente 2 Elaboración Propia

FACTORES LEGALES

De acuerdo el análisis integrado del entorno se seleccionó cuatro factores legales claves que influyen en la empresa (Directrices de gestión ambiental, impuestos, gestor público de saneamiento ambiental y la Actualización del marco normativo del sector) y son explicados en la tabla 3:

Tabla 3 Matriz Integrada del entorno - Factores Legales

VARIABLES CLAVES	RELACIÓN CON EL SECTOR	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN
FACTOR LEGAL			
Directrices de gestión ambiental	Las organizaciones orientadas a resolver y mitigar los problemas de carácter ambiental, tienen sus principios en las directrices de gestión ambiental, los cuales les permiten normatizar sus procesos para poder realizarlos correctamente.	Al implementar un Sistema de Gestión Ambiental, dicha gestión hace referencia a los aspectos que la alta dirección desarrolle, implante y mantenga en la política ambiental, ya que se encuentra orientada a minimizar todas las afectaciones de la empresa en el medio ambiente y además, ayuda a cumplir con los requisitos legales que le afectan.	Gestión ambiental es un tema que hoy en día está siendo normativo y es indispensable su implementación debido al impacto e interacción que las organizaciones tienen con el medio.
Impuestos	En Colombia no existen suficientes incentivos tributarios para estimular la inversión ambiental, forjando las tecnologías limpias y la conservación del ambiente.	Cuando se decide crear una empresa, hay varios elementos que se deben tener en cuenta: estudios de mercado, proyecciones de ingresos, costos, y cargas tributarias.	La falta de conocimientos de las organizaciones del sector respecto a los factores legales en Colombia, no ha permitido que accedan a los pocos incentivos tributarios que se puedan descontar de los impuestos.
Gestor público de saneamiento ambiental	Se relaciona con el sector debido a que la actividad central de la organización es proteger el medio natural.	Se dispone que el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población son finalidades sociales del Estado. Será objetivo fundamental de su actividad la solución de las necesidades insatisfechas de salud, de educación, de saneamiento ambiental y de agua potable.	La organización enfatiza de manera positiva el cuidado del medio ambiente, mediante el desarrollo del reciclaje como medida de control del cuidado del medio ambiente.
Actualización del marco normativo del sector	La actualización de los lineamientos normativos y las estrategias ambientales fortalecen el sector en el marco de la gestión integral de residuos sólidos beneficiando al sector.	Las principales normas vigentes crean el marco de rutas sobre la gestión integral de residuos sólidos propicio para las industrias.	Es una oportunidad debido a que si el establecimiento cubre con todos los estándares normativos, propone estrategias del buen servicio de su objeto social.

Fuente 3 Autor

FACTORES ECONOMICOS

De acuerdo el análisis integrado del entorno se seleccionó tres factores económicos claves que influyen en la empresa (oferta, demanda y productividad de la región) y son explicados en la tabla 4:

Tabla 4 Matriz Integrada del entorno - Factores Económicos

VARIABLES CLAVES	RELACIÓN CON EL SECTOR	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN
FACTOR ECONOMICO			
Oferta	El sector de reciclaje, se caracteriza porque su oferta no es óptima en C Colombia, lo que hace que este tipo de empresas sean atractivas para industrias textiles, de construcción entre otras, para la obtención de sus materias primas para la fabricación de sus productos.	Existen actualmente 312 empresas de reciclaje a nivel nacional, sin contar con las que no se encuentran constituidas formalmente. Lo que representa un número muy bajo para las industrias que dependen de este tipo de empresas para obtener su materia prima, por lo que tienen que recurrir a materiales nuevos los cuales son más costosos.	Impacta de gran manera sobre la organización, dado que no son muchas empresas en el país que ofertan estos tipos de materiales, dando ventaja a CHATARRERIA TALIA.
Demanda	Existen diversas industrias las cuales demandan de los productos de material reciclable; estos son botellas plásticas para fabricación de hilo, llantas que posteriormente se convertirá en hilo industrial, Carton y material de archivo, lastas entre otras. Lo que inside directamente en el sector haciendolo potencialmente rentable.	Según un informe de la ONU Medio Ambiente indica que con la economía circular se podría reducir entre un 80 y un 99 por ciento los desechos industriales en algunos sectores y entre un 79 y un 99 por ciento las emisiones de los mismos. De estamanager muchas de las industrias que pueden utilizar estos materiales han tomado las medidas de adoptar estos materiales en sus procesos, teniendo en cuenta que son más baratos, adicionalmente que requieren de menos tiempo.	De acuerdo a la tendencia que están tomando las industrias de adoptar materiales reciclable en sus procesos, lo que influye positivamente en la empresa, pues la demanda en Colombia es mucha teniendo en cuenta que el reciclaje no es tendencia en nuestro país.
Productividad en la región	Por su ubicación, el municipio es alternativa de localización industrial, centro de servicio regional, sitio de producción y suministro de alimentos para la capital del país y demás municipios de Occidente de la Sabana, beneficiando al sector.	Se inició un proyecto que promueve el reconocimiento e institucionalización del reciclaje inclusivo en Colombia (2014-2017). Mediante este proyecto, la IRR apoyó y acompañó la creación de la Alianza Nacional para el Reciclaje Inclusivo, alianza multisectorial que cuenta con la participación del gobierno, de organizaciones de la industria, y de otras organizaciones como Fundación Avina.	La productividad en la región impacta en la organización positivamente debido a que por la ubicación del municipio su productividad es alta, beneficiando a la empresa.

Fuente 4 Autor

FACTORES TECNOLOGICOS

De acuerdo el análisis integrado del entorno se seleccionó tres factores tecnológicos claves que influyen en la empresa y son explicados en la tabla 5:

Tabla 5 Matriz Integrada del Entorno - Factores Tecnológicos

VARIABLES CLAVES	RELACIÓN CON EL SECTOR	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN
FACTOR TECNOLÓGICO			
Nivel de desarrollo tecnológico	Este sector se relaciona con esta variable debido a que la realidad económica mundial y el consumismo han favorecido que la gestión de materiales recuperados se transforme en una actividad rentable.	Esta variable es importante dado que es causa del encarecimiento de las materias primas y de la energía que, sumado a la fuerte campaña mundial para el mejoramiento del medio ambiente, transformaron la moda ecológica en una actividad cada vez más rentable.	Es una oportunidad dado que al existir una tecnología adecuada para mejorar el proceso productivo generaría grandes ganancias.
Redes sociales	Las plataformas sociales se han convertido en gigantes del mercadeo y las empresas incluyendo las de reciclaje, deben contar con una estrategia y con recursos necesarios para ser más competitivas en la era digital	Los medios sociales le ayudan a escuchar lo que dice la gente, incluyendo clientes, clientes potenciales, socios y competidores.	Esto representa una amenaza ya que la empresa no cuenta con canales virtuales para aplicar este modelo de administración que cada vez tiene mayor acogida dentro del mercado.
comercio electrónico	Se relaciona esta variable con este sector ya que brinda las estrategias necesarias para dar a conocer el producto al consumidor	En el marketing digital se promueve a través de internet el cual ayuda a buscar de manera más fácil y eficiente lo que los consumidores buscan dentro del mercado.	Esto representa una amenaza ya que la empresa no cuenta con canales virtuales para aplicar este tipo de estrategia que cada vez tiene mayor acogida dentro del nuevo modelo de mercado.

Fuente 5 Autor

FACTORES AMBIENTALES

De acuerdo el análisis integrado del entorno se seleccionó cuatro factores ambientales claves que influyen en la empresa y son explicados en la tabla 6:

Tabla 6 Matriz Integrada del entorno - Factores Ambientales

VARIABLES CLAVES	RELACIÓN CON EL SECTOR	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN
FACTOR AMBIENTAL			
Sostenibilidad ambiental	Se relaciona con este sector ya que es necesario concientizarse sobre el futuro del planeta	La necesidad de concientizar a todos los habitantes de las regiones en conservar el medio ambiente es una tarea obligada por parte de los gobiernos cuyo fin es capacitar a las personas para promover a reducir el excesivo consumismo.	Esto es una oportunidad, ya que la razón de ser de la empresa es fomentar la sostenibilidad ambiental.
Seguridad ambiental	Esta variable tiene relación con el sector debido a que esta es una tendencia positiva para la gestión de la empresa.	Para que las organizaciones cumplan con las buenas prácticas de manufactura, se necesita tener un control interno de todos los procesos, contando así con sellos verdes.	Esta es una oportunidad para la empresa, ya que las demás compañías querrán certificarse y es en este punto donde podemos ayudar.
Políticas ambientales	Esta variable se relaciona con el sector debido a que obliga a las organizaciones a cumplir con determinados requisitos para tener una mejor gestión ambiental.	De acuerdo con la información suministrada por el código nacional de recursos naturales, indica que en Colombia se deben preservar, conservar o restaurar los recursos naturales que es un bien para todos los ciudadanos colombianos necesarios para la conservación económica, social y cultural en la región.	Esto representa una oportunidad para la empresa ya que puede darle a la organización los suficientes recursos para satisfacer la demanda siempre y cuando esté conservando el entorno.
Preservación de recursos	Esta variable se relaciona con el sector debido a que este CHARRERÍA TALIA contribuye a la preservación de los recursos	El sector de producción y transformación de materias primas requiere de los insumos para la fabricación y empaque de este, por lo que se necesita de los recursos naturales, bien sean renovables o no, por lo que son bien aprovechados, pero afectan el entorno, y no creando un plan de contingencia para hacerle frente a la problemática ambiental que presenta el país.	Esto representa una oportunidad ya que se puede contribuir con las demás empresas recogiendo sus desechos aprovechables y dándoles una correcta disposición final.

Fuente 6 Autor

FACTORES COMPETITIVOS

De acuerdo el análisis integrado del entorno se seleccionó cuatro factores competitivos claves que influyen en la empresa y son explicados en la tabla 7:

Tabla 7 Matriz Integrada del entorno - Factores Competitivos

VARIABLES CLAVES	RELACIÓN CON EL SECTOR	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN
FACTOR COMPETITIVO			
Nivel de Infraestructura	Se relaciona con el sector porque la infraestructura que manejan las empresas como CHARRERÍA TALIA son precarias, teniendo en cuenta que la mayoría de estos empresarios son inexpertos.	El nivel de Infraestructura es un factor decisivo para facilitar la operatividad de las empresas y ayuda a lograr mayor competitividad en el mercado.	Para la organización es una gran oportunidad para cambiar la estructura de sus procesos, generando nuevos ingresos.
Cadena de abastecimiento	La cadena de abastecimiento en las organizaciones es de gran importancia debido a la visión que puede otorgar la información y la perspectiva sobre cada una de las organizaciones presentes en la cadena, que afectan de manera directa o indirecta al producto.	La cadena de abastecimiento, está orientada en satisfacer la necesidad del cliente y maximizar así, el valor agregado total, generando una diferencia más amplia que permita obtener un mayor rendimiento en cuanto al precio del producto final y los costos que se generan dentro de la cadena de abastecimiento.	Es una oportunidad alta para la compañía objeto de nuestro estudio ya que generando una cadena de abastecimiento podrá visualizar las organizaciones presentes en la cadena y que puedan afectar los productos.
Alianzas estratégicas	Es de vital importancia tener en cuenta las alianzas estratégicas, ya que para el sector es mucho más factible recolectar el producto de empresas, las cuales ya han dado un proceso a el material aprovechable.	Las alianzas estratégicas son, hoy en día, una modalidad de compartir recursos desarrollados y abundantes en una empresa, y escasos en otra; tanto en el aspecto financiero y de personal, como en las áreas comercial, técnica, tecnológica, fondos, inversiones, credibilidad, prestigio y sistemas establecidos de distribución a nivel nacional e internacional.	El impacto sobre la organización es alto, es una gran oportunidad, ya que este tipo de empresas adquieren el material mediante alianzas estratégicas, las cuales deben ser reforzadas y aumentar su número.

Fuente 7 Autor

7.37.3 Matriz POAM

Tabla 8 Matriz POAM

MATRIZ DE PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO									
FACTORES	OPORTUNIDAD			AMENAZA			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
DEMOGRAFICOS - SOCIOCULTURALES									
Tamaño de la población	X						X		
División política			X					X	
Poblacional por edades y sexo		X							X
Geografía del territorio		X						X	
Límites del municipio	X						X		
Climatología		X						X	
Educación		X						X	
Transporte		X						X	
Acceso a internet					X			X	
Información étnica			X						X
POLÍTICOS									
Plan de ordenamiento territorial					X			X	
Política gubernamental		X					X		
Credibilidad en las instituciones					X				X
Licencia de suelos						X	X		
Reforma tributaria				X				X	
Responsabilidad social empresarial	X						X		
Normatividad manejo de riesgos		X					X		
Desarrollo de la industria		X					X		
Plan de desarrollo			X						X
Plan de gestión ambiental			X					X	
LEGALES									
Normatividad de calidad en el sector						X		X	
Directrices de gestión ambiental		X					X		
Impuestos				X			X		
Uso adecuado del suelo	X						X		
Reformas legales vigentes en el adecuado manejo de materiales		X						X	
Actualización del marco normativo del sector		X						X	
Libros contables		X						X	
Apertura cuenta corriente		X						X	
Normatividad de la protección del medio ambiente		X						X	
Gestor público de saneamiento ambiental		X						X	
ECONOMICOS									
Oferta		X					X		
Facativá y sus ingresos en la población			X					X	
Demanda	X						X		
Tasa de ocupación en Facativá		X						X	
Desempleo			X					X	
Productividad en la región		X					X		
Pobreza monetaria en Facativá	X						X		
TECNOLÓGICOS									
Nivel de desarrollo tecnológicos	X						X		
Grado de implantación de tecnologías de la información		X						X	
Grado obsolescencia tecnológica				X				X	
Técnicas de información masiva		X					X		
% PIB dedicado a I + D + i	X							X	
Redes sociales		X						X	
Seguridad de la información						X		X	
Manejo de información confidencial					X			X	
e - commerce	X							X	
AMBIENTALES									
Sostenibilidad ambiental	X							X	
Desarrollo sostenible	X						X		
Medio ambiente	X						X		
Seguridad ambiental	X							X	
Sello verde (Productos verdes)	X						X		
Disminución de desechos		X						X	
Políticas ambientales		X						X	
Biodiversidad		X						X	
Energías alternativas		X							X
Preservación de recursos	X						X		
COMPETITIVOS - GLOBALES									
Sostenibilidad		X						X	
Nivel de infraestructura	X						X		
Economía informal		X						X	
Cadena de abastecimiento	X						X		
Proyectos productivos		X						X	
Alianzas estratégicas	X						X		
Estrategias de crecimiento laboral		X						X	

Fuente 8 Autor

Análisis Matriz POAM

Los resultados obtenidos de la matriz POAM. Evidencian que los factores externos de gran impacto son: Tamaño de la población, Límites del municipio, políticas gubernamentales, RSE, Demanda, productividad en la región y utilización de tecnologías.

Como amenazas de alto impacto los impuestos, así como la inflación que genera desequilibrio de los mismos. De igual forma los factores de comercio electrónico y redes sociales causan obsolescencia de la organización, frente a un mercado globalizado. Es conveniente enfatizar en estas amenazas para convertirlas en fortalezas.

7.47.4 Matriz EFE

Tabla 9. Matriz EFE

MATRIZ DE FACTORES EXTERNOS EFE

	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Tamaño de la población	0,05	4	0,2
Limites del municipio	0,02	3	0,06
Responsabilidad social empresarial	0,05	3	0,15
Uso adecuado del suelo	0,02	4	0,08
Oferta	0,05	4	0,2
Pobreza monetaria en Facatativá	0,02	3	0,06
Nivel de desarrollo tecnológicos	0,03	4	0,12
% PIB dedicado a I + D + i	0,02	3	0,06
e - commerce	0,05	4	0,2
Sostenibilidad ambiental	0,06	4	0,24
Desarrollo sostenible	0,06	4	0,24
Medio ambiente	0,05	3	0,15
Sostenibilidad ambiental	0,05	4	0,2
Sello verde (Productos verdes)	0,04	4	0,16
Preservación de recursos	0,04	3	0,12
Nivel de Infraestructura	0,02	4	0,08
Cadena de abastecimiento	0,02	3	0,06
Alianzas estratégicas	0,05	4	0,2
Demanda	0,07	4	0,28
TOTAL			2,86
AMENAZAS			
Reforma tributaria	0,07	1	0,07
Impuestos	0,06	1	0,06
Actualización del marco normativo del sector	0,04	2	0,08
Grado obsolescencia tecnológica	0,06	1	0,06
TOTAL	1		0,27

Fuente 9. Autor

Análisis Matriz EFE

Al analizar la matriz EFE para la empresa CHATARRERIA TALIA, se determinó como factores externos de oportunidad alta para la organización: el tamaño de la población, con un peso ponderado de 0,2; teniendo en cuenta que el aumento en la producción de deshechos, aumenta proporcionalmente a la producción de materiales reciclables. Seguido de la oferta, con un peso ponderado de 0,2, ya que la oferta a este sector es escasa lo que representa una oportunidad de crecimiento para la organización. Además el e-commerce (0,2) que deriva en una nueva fuerza de ventas, también la sostenibilidad ambiental (0,2) y el desarrollo sostenible (0,2) que influye el campo de acción de la empresa dándole ventaja competitiva y por último las alianzas estratégicas (0,2) las cuales beneficiaría a la empresa permitiéndole alcanzar sus objetivos mediante la cooperación.

Aprovechar las oportunidades, ocasionaría ventajas importantes. Que aporten soluciones más eficientes a las necesidades de los clientes y genere ventas y utilidades para organización. Es preciso afirmar que para utilizar las oportunidades, se debe enfocar el talento humano y los recursos financieros necesarios para corregir las debilidades de publicidad de la marca, fidelización y servicio (postventa). Por otro lado como factores de amenaza se encuentran: La reforma tributaria con un peso de (0,06). Lo que afectan el poder adquisitivo de los clientes y a su vez la compra de los productos. De la misma manera la actualización del marco normativo del sector con un peso de (0,06) debido a la escases del mismo, omitiéndose normas que debería ser claras, y finalmente el grado de obsolescencia del tecnológica (0,06), las cuales son necesarias para optimizar sus proceso.

7.57.5 Matriz MPC

Tabla 10. Matriz MPC

MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO MPC

FACTOR CRÍTICO DE ÉXITO	PESP	CHATARRERIA TALIA		RECICLAJE DÍAZ		RECICLAJES ESPECIALES PRODUCTIVOS S.A		INGERECUPERAR	
		CALIF.	PESO POND.	CALIF.	PESO POND.	CALIF.	PESO POND.	CALIF.	PESO POND.
Fidelización del cliente	0,17	4	0,68	4	0,68	2	0,34	3	0,51
Marketing	0,15	2	0,30	1	0,15	4	0,60	4	0,60
Cobertura	0,15	2	0,30	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Variedad de productos	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45	3	0,45
Calidad	0,13	3	0,39	3	0,39	2	0,26	3	0,39
Tecnología	0,10	2	0,20	2	0,20	2	0,20	2	0,20
Ubicación	0,15	4	0,60	3	0,45	2	0,30	4	0,60
TOTAL	1,00		2,92		2,77		2,60		3,20

Fuente 10. Autor

Análisis Matriz MPC

Mediante la matriz del perfil competitivo, se comparó la organización frente a su competencia directa y como efecto se evidenciaron las fortalezas y debilidades que tiene frente a sus competidores. Dando como resultado, que el contendiente fuerte es Ingerecuperar, con un puntaje total de 3,2. Superando a la organización en 0.28 puntos, específicamente en Marketing y cobertura.

Como fortalezas frente a su competencia, se evidencio la fidelización del cliente. Se evidencia que para aumentar su competitividad requiere aliados estratégicos, evaluación de proveedores y estrategia de costos para nivelar los precios.

7.67.6 Matriz PCI

Tabla 11 Matriz PCI- Perfil de Capacidades Internas

Capacidad directiva	Fortalezas			Debilidades			Impacto		
	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Mision				X			X		
Vision				X			X		
Cultura organizacional						X		X	
Clima organizacional					X			X	
Políticas				X			X		
Objetivos y metas				X			X		
Estrategias					X			X	
Toma de decisiones			X					X	
Capacidad competitiva	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Clientes					X			X	
Barreras del Sector				X				X	
Competidores directos			X						X
Tecnologías de la comunicación					X		X		
Selección de proveedores					X			X	
Proveedores			X					X	
Cluster				X			X		
Satisfacción del cliente		X					X		
Marketing				X				X	
Gestión de la calidad		X						X	
Capacidad financiera	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Inventarios					X			X	
Activo fijo			X					X	
Capital		X						X	
Ventas	X						X		
Costo de ventas		X						X	
Costo de operación					X			X	
Balance general				X			X		
Estado de resultados				X			X		
Flujo de efectivo				X			X		
Capacidad tecnológica o de producción	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Maquinaria y equipo					X			X	
Causas de retrasos o retardos					X			X	
Instalaciones		X					X		
Calidad		X						X	
Gestión ambiental	X						X		
Fijación de precios					X			X	
Evaluación de la publicidad					X		X		
Acceso a la información				X			X		
Tecnología					X		X		
Innovación					X			X	
Capacidad del talento humano	A	M	B	A	M	B	A	M	B
Fuentes de reclutamiento			X					X	
Criterios de reclutamiento					X			X	
Medios de selección					X			X	
Seguridad social	X						X		
Inducción			X				X		
Entrenamiento			X					X	
Criterios de salario			X					X	
Incentivos			X					X	
Razones para sanciones		X						X	
Proceso de bienestar			X				X		

Fuente 11 Autor

Análisis Matriz PCI

La matriz PCI muestra el perfil de las capacidades internas actuales de la compañía donde se puede evidenciar lo siguiente:

De las 8 capacidades directivas citadas en la matriz; 7 se califican como debilidades pues la empresa no está estructurada organizacionalmente; lo que ha dificultado su éxito empresarial, por lo que se propone más adelante de este documento, la estructuración.

Sus capacidades competitivas no son óptimas, ninguna de las capacidades calificadas como fortalezas son de nivel alto, en esta también ítems mencionados son en su mayoría debilidades, por la misma razón mencionada anteriormente (falta de estructuración), se debe trabajar en esta línea, si se desea mejores resultados.

Las capacidades Financieras tiene 40 % de los ítems mencionados clasifican como oportunidades con una fortaleza de alto impacto (las ventas), lo que se evidencio en la entrevista a la propietaria de la empresa; quien indica que todos los inventarios recaudados son vendidos en su totalidad pues la demanda de dichos productos es muy alta, sin embargo sus inventarios son parte de su debilidad ya que son muy escasos ante la demanda de sus clientes.

Por su parte la capacidad tecnológica o de producción se caracteriza por tener en su mayor fortaleza a la gestión ambiental, caracterizando a la empresa por su

producción limpia, por lo demás se debe seguir trabajando en este tipo de capacidad, en su mayoría son debilidades.

Mientras que en las anteriores capacidades en general son debilidades; en la capacidad del talento humano; la mayoría son fortalezas, casi toda son bajas y caracterizándose porque a diferencia de otras empresas de este tipo, esta afilia a sus colaboradores a seguridad social.

En conclusión esta empresa debe trabajar en todas las capacidades internas las cuales le ayudaran a tener éxito empresarial.

7.77.7 Matriz EFI

Tabla 12. Matriz Integrada del Entorno

MATRIZ EFI			
FACTORES	PESO	CLASIFICACION	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
Satisfaccion del cliente	0,42	3	1,26
Ventas	0,11	3	0,33
Gestion ambiental	0,2	3	0,8
Seguridad social	0,11	3	0,33
Proceso de bienestar	0,16	3	0,48
TOTAL	1		3,2
DEBILIDADES			
Instalaciones	0,2	1	0,2
Induccion	0,09	1	0,09
Mision	0,08	1	0,08
Vision	0,08	1	0,08
Politiclas	0,08	1	0,08
Objetivos y metas	0,08	1	0,08
Tecnologias de la comunicaci3n	0,09	1	0,09
Cluster	0,07	1	0,07
Balance general	0,09	2	0,18
Estado de resultados	0,09	2	0,18
Flujo de efectivo	0,09	2	0,18
Evaluacion de la publicidad	0,08	1	0,08
Acceso a la informacion	0,08	1	0,08
Tecnologia	0,09	2	0,18
TOTAL	1		1,7

Fuente 12. Autor

Análisis EFI

Al analizar la matriz EFI, el resultado revela que la organización se encuentra internamente débil, se pudo observar que no cuenta con un direccionamiento estratégico al no contar con misión, Visión, Políticas y objetivos, con un peso ponderado de (0.8 cada una), tecnologías de la comunicación con (0.09), clúster con (0.07), evaluación de la publicidad (0.08) y acceso a la información con (0,08).

7.87.8 Matriz PEYEA

Tabla 13. Matriz PEYEA

MATRIZ PEYEA	
FUERZA	CALIFICACIÓN
FUERZA FINANCIERA (F. F.)	
GESTION DE OTROS ACTIVOS	3,0
CONTROL DE DEUDORES	5,0
ESTRUCTURA, MEDIOS Y TAREAS DE LA FUNCION FINANCIERA	2,0
GESTION DE LA FINANCIACION Y LA TESORERIA	1,0
HERRAMIENTAS DE LA GESTION FINANCIERA	2,0
Total	13,0
FUERZA DE LA INDUSTRIA (F. I.)	
CLIENTE	5,0
MARKETING Y PROMOCION	5,0
MERCADO	3,0
PRODUCTO Y SERVICIO	5,0
PAGINA WEB DEL AREA COMERCIAL	3,0
Total	21,0
ESTABILIDAD DEL AMBIENTE (E. A.)	
APORTES DEL PIB EN EL SECTOR	-3,0
NORMATIVIDAD MANEJO DE RIESGOS	-4,0
DESARROLLO INDUSTRIAL	-2,0
INFLACION	-2,0
USO ADECUADO DE SUELOS	-3,0
Total	-14,0
VENTAJA COMPETITIVA (V. C.)	
MANEJO DE PRECIOS ANTE LA OFERTA	-3,0
CADENA DE DISTRIBUCION	-4,0
MANEJO DE PUBLICIDAD	-2,0
COSTOS DE PRODUCCION	-3,0
VALOR AGREGADO	-2,0
Total	-14,0
CONCLUSION	
El Promedio para FF	2,6
El Promedio para FI	4,2
El Promedio para EA	-2,8
El Promedio para VC	-2,8
Eje X:	1,4
Eje Y:	-0,2
Estrategia de Tipo Conservador	

Fuente 13. Autor

Análisis PEYEA

Al analizar la matriz PEYEA, de acuerdo con grafica el vector, indica que la organización CHATARRERIA THALIA cuenta con un perfil competitivo, donde su fuerza competitiva se encuentra en una industria que está creciendo en los últimos años, la empresa tiene más de 10 competidores en Facatativá, pero se encuentra entre las 3 mejores de la región. En este punto la empresa debe seguir estrategias de tipo competitivo debe aprovechar sus fuerzas de industria, mantener la calidad de sus servicios y estar atenta a los cambios del mercado que puedan afectarla.

7.97.9 Matriz “FUERZAS DE MICHAEL PORTER”

Tabla 14. Matriz 5 Fuerzas de Porter

LAS 5 FUERZAS DE PORTER						
PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES	PERCEPCION			IMPACTO		
	A	M	B	A	M	B
Costos materias primas		X			X	
Costos de produccion		X				X
Cadena de abastecimiento			X		X	
Nivel de desarrollo tecnologico			X	X		
e - commerce			X	X		
PODER DE NEGOCIACION DE LOS COMPRADORES						
Adquisicion de material nuevo	X				X	
Acceso de otras fuentes de suministro de material		X				X
Manejo de precios ante la oferta		X			X	
Valor agregado		X			X	
Identificacion de las necesidades del cliente	X			X		
AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES						
Nivel de produccion	X				X	
Acceso a cadena de abastecimiento		X				X
Cadena de distribucion		X			X	
Nivel de servicio al cliente	X			X		
Nivel de adsequibilidad con base a los precios			X			X
AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS						
Disminucion de los costos de materia prima		X			X	
Preferencias de los consumidores		X		X		
Diversidad en los productos de la competencia		X			X	
Cobertura poblacional	X			X		
Ubicación geografica poblacional	X			X		
INTENSIDAD DE LA RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES						
Oligopolio del sector			X			X
Competencia desleal		X			X	
Manejo de publicidad		X		X		
Competencia por precios	X			X		
Competidores del sector	X				X	
TOTAL	8	12	5	9	11	5

Fuente 14. Propia

Análisis 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER

Mediante el análisis de la matriz de las 5 fuerzas de Porter se analizó el mercado y la competencia evidenciando que; CHATARRERIA TALIA tiene una alta percepción en cuanto a cada indicador que se mantiene con una percepción media-alta al igual que su impacto en cada indicador, cada uno de estos se ve reflejado en las oportunidades que la empresa tiene. Aunque responde en un nivel

frente diferentes factores determinados bajo los parámetros de las 5 fuerzas de Porter, también existen factores que generan gran impacto en el sector, y que la organización tiene un bajo nivel de respuesta ante estos, como en la fuerza de rivalidad entre los competidores, si la demanda varia, CHATAERRIA TALIA no cuenta con un plan de respaldo que le permita responder inmediata y positivamente ante este factor, como este la matriz nos muestras otros que pueden ser mejorados y aprovechados como oportunidad para la entidad.

7.10 7.10 Matriz DOFA

Tabla 15. Matriz DOFA

MATRIZ DOFA		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Tamaño de la población	Reforma tributaria
	Limites del municipio	Impuestos
	Responsabilidad social empresarial	Actualización del marco normativo del sector
	Uso adecuado del suelo	Inflación
	Aportes del PIB en el sector	Grado obsolescencia tecnologica
	Pobreza monetaria en Facatativá	
	Nivel de desarrollo tecnologicos	
	% PIB dedicado a I + D + i	
	e - commerce	
	Sostenibilidad ambiental	
	Desarrollo sostenible	
	Medio ambiente	
	Seguridad ambiental	
	Sello verde (Productos verdes)	
	Preservación de recursos	
	Nivel de Infraestructura	
	Cadena de abastecimiento	
	Alianzas estratégicas	
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
Mision	Implementación de sistemas de gestión ambiental y calidad	Implementación de canales publicitarios
Vision		
Poder y liderazgo		
Satisfacción del cliente		
Capital		
Ventas		
Costo de ventas		
Instalaciones	Remodelación de las instalaciones de la organización	
Gestion ambiental		
Seguridad social		
Inducción		
Entrenamiento		
Proceso de bienestar		
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
Cultura organizacional	Implementación de herramientas tecnológicas para el desarrollo de las actividades de la compañía.	Establecimiento de alianzas comerciales para generar beneficios organizacionales
Clima organizacional		
Políticas		
Objetivos y metas		
Estrategias	Implementación de un sistema contable y financiero	
Clientes		
Tecnologías de la comunicación		
Selección de proveedores		
Cluster		
Marketing		
Costo de operación	Programas de desarrollo del talento humano	Implementación de programas de bienestar
Balance general		
Estado de resultados		
Flujo de efectivo		
Causas de retrasos o retardos		
Fijación de precios		
Evaluación de la publicidad		
Criterios de reclutamiento		

Fuente 15. Propia

Análisis DOFA

CHATARRERIA TALIA es una empresa que tiene gran posibilidad de crecimiento en el sector reciclaje. Analizando la matriz DOFA se evidencia la necesidad de implementación de canales publicitarios, para ofrecer los productos y servicios, establecimiento de alianzas comerciales para generar beneficios organizacionales, implementación de programas de bienestar y programas de desarrollo del talento humano, con el fin de fomentar la permanencia de los colaboradores.

Además implementación de sistemas de gestión ambiental y calidad, sistema contable y financiero que permita llevar claramente las cuentas de las transacciones y movimientos económicos, otro aspecto importante es Implementación de herramientas tecnológicas para el desarrollo de las actividades de la compañía.

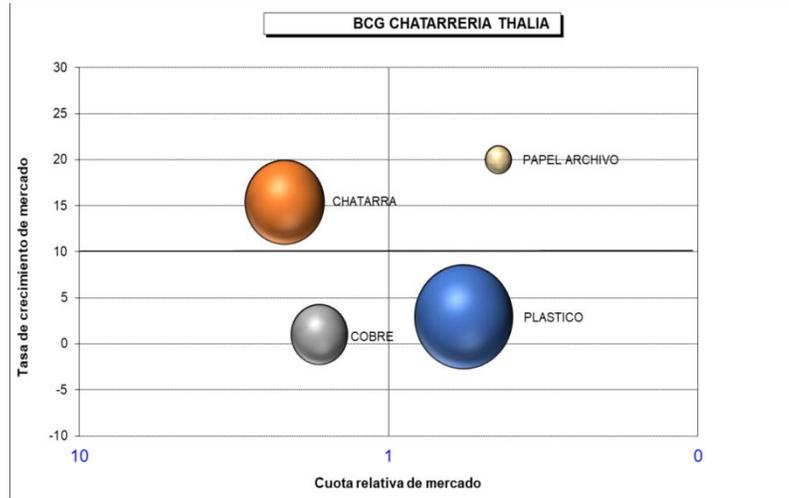
7.11 7.11 Matriz BCG

Tabla 16. Matriz BCG

MATRIZ BCG								
PRODUCTOS	VENTAS	PROPORCIÓN CARTERA NEGOCIO	VENTAS LIDER	VENTAS SECTOR AÑO ACTUAL	VENTAS SECTOR AÑO ANTERIOR	TASA CRECIMIENT O MERCADO	CUOTA MERCADO RELATIVA	CASILLAS MATRIZ BCG
	a		b	t	t ₁	$= (t-t_1)/t_1$	$= a/b$	
CHATARRA	200.000	51%	150.000	300.000	260.000	15,38	1,33	ESTRELLA
COBRE	110.000	28%	100.000	700.000	680.000	2,94	1,10	VACA LECHERA
PLASTICO	37.000	9%	50.000	200.000	198.000	1,01	0,74	PERRO RABIOSO
PAPEL ARCHIVO	45.000	11%	50.000	60.000	50.000	20,00	0,90	INCOGNITO
TOTALES	392.000	100%	350.000	1.260.000	1.188.000			

Fuente 16. Propia

Ilustración 2 BCG



Fuente 17 Autor

Análisis BCG

En la empresa CHATARRERIA THALIA se comercializa 4 productos principales con los que obtienen sus mayores ingresos, actualmente compite en el mercado, con más de 10 empresas en el municipio de Facatativá.

De acuerdo a la ilustración 2; la empresa ubica cada producto en diferentes cuadrantes, comenzando con la chatarra, que es el producto catalogado como estrella; pues su mercado se encuentra en crecimiento y su cuota de mercado es considerable, por otro lado; el cobre se identifica como un producto vaca lechera; está consolidado en un mercado con poco crecimiento, mientras que el plástico, está estimado como un productor perro rabioso, por ser de bajo crecimiento; finalmente el papel archivo, se ubica como un producto interrogante, pues por el momento, es un producto que necesita mucha inversión pero que además tiene poca cuota de mercado.

8. ESTRATEGIAS GERENCIALES

8.18.1 ESCENARIO APUESTA

Mediante la aplicación de la técnica de prospectiva, se diseñó el escenario probable o tendencial, para CHATARERIA TALIA, plantea positivamente el desarrollo del direccionamiento organizacional; encaminado a la implementación de la misión y políticas empresariales para la generación de confiabilidad a clientes. Del mismo modo, se dará crecimiento en cuanto a las instalaciones de la entidad, satisfacción del cliente, desarrollo de buenas prácticas ambientales y ambiente laboral.

Con referencia al sostenimiento ambiental se encontrará poco apoyo por parte del estado y la población en la conservación del medio natural. En el sostenimiento macroeconómico del sector, no se hallará control frente a la inflación, imposición de tributos comerciales e importancia de impacto del sector en la economía. Existirá un eje central de capacitación del personal, para que adquieran conocimientos y aptitudes en el ámbito laboral, lo cual será herramienta para ser competitivos en el mercado.

Se promoverá la formalización de la estructura financiera y se mostrarán garantías de que es una empresa con visión.

Se dará a conocer a la población la importancia de conservar el medio ambiente, se capacitará al personal, se garantizará la eficiencia de la tecnología como medio competitivo.

8.28.2 Estrategias

A continuación en la tabla N° 17 se presentan 8 estrategias que comprenden 4 aspectos fundamentales los cuales ayudaran a la empresa a llegar el escenario apuesta:

Tabla 17 Estrategias

ÁREAS	N°	ESTRATEGIAS
Procesos internos	1	Implementación de sistemas de gestión ambiental y calidad
	2	Establecimiento de alianzas comerciales para generar beneficios organizacionales
	3	Implementación de herramientas tecnológicas para el desarrollo de las actividades de la compañía.
	4	Remodelación de las instalaciones de la organización
Marketing	5	Implementación de canales publicitarios
Financieras	6	Implementación de un sistema contable y financiero
Talento humano	7	Implementación de programas de bienestar
	8	Programas de desarrollo del talento humano

Fuente 18 Autor

9. PLANES DE ACCIÓN

Con base en los objetivos planteados en el numeral anterior, se formularon 8 planes de acción como herramientas de planificación; las cuales se emplearan para la gestión de control de las tareas.

9.1.1 Estrategia 1. Implementación de sistemas de gestión ambiental y calidad

En la tabla 18 se describe la estrategia N° 1, la cual es básicamente el primero de los planes de acción que consiste en la implementación de sistemas de gestión ambiental y de calidad:

Tabla 18. Plan de acción estrategia 1- Implementación de sistemas de gestión ambiental y calidad

Perspectiva:	Procesos internos							
Estrategia:	Implementación de sistemas de gestión ambiental y calidad							
Objetivo estratégico:	Aumentar la productividad y la competitividad generando mejor impacto ambiental en la comunidad							
Meta:	Minimizar los impactos generados por el desarrollo de la actividad de reciclaje, mediante monitorías periódicas por las cuales se puedan medir el nivel de cumplimiento del SGA							
Proyectos	Planes	Programas	Actividades y Acciones	Responsable	Recursos Necesarios	Duración	Presupuesto	Acción de seguimiento
Sistema de Gestión Ambiental de la empresa Chatarrería Thalia	Plan Estratégico de implementación de Sistemas de Gestión Ambiental	Programas del SGA - Norma estándar internacional ISO 14001	<ol style="list-style-type: none"> 1. definir la política ambiental. 2. identificar los aspectos ambientales significativos, tener en cuenta los requisitos legales. 3. Definir todos los objetivos y metas ambiental que se desean conseguir, además de definir un programa de gestión ambiental. 4. Tener en cuenta las estructuras y responsabilidades, la formación, sensibilización y la competencia del personal, la comunicación, los documentos que forman parte del Sistema de Gestión Ambiental y control de dicha documentación. 5. Definir los planes de emergencia con su respectiva respuesta. 6. Realiza un seguimiento y medición de los resultados, se evalúa el cumplimiento legal, tener en cuenta las no conformidades. 7. Aplicar acciones correctivas y preventivas. 8. Registrar los documentos 9. Realizar las auditorías necesarias al Sistema de Gestión Ambiental. 10. Buscar certificación del SGA. 	Gerente General	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recurso Humano 2. Estructura 3. Financieros 4. Recursos Tecnológicos 	5 años	\$2.000.000	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza un seguimiento y medición de los resultados, evaluando el cumplimiento legal, teniendo en cuenta las no conformidades. 2. Aplicar acciones correctivas y preventivas, registrando documentalmente 3. Realizar las auditorías necesarias al Sistema de Gestión Ambiental. 4. Buscar certificación del SGA

Fuente 19. Autor

9.1.2 Estrategia 2. Implementación de herramientas tecnológicas

En la tabla 19 se describe la estrategia N° 2, la cual consiste en el segundo de los planes de acción que se basa en el establecimiento de alianzas comerciales para generar beneficios organizacionales:

Tabla 19. Plan de acción 2- establecimiento de alianzas comerciales para generar beneficios organizacionales

Perspectiva	Procesos internos							
Estrategia:	Establecimiento de alianzas comerciales para generar beneficios organizacionales							
Objetivo estratégico:	Crear vinculos entre las PYMES con el fin de crear nuevas oportunidades de negocio							
Meta:	Establecer como minimo 3 alianzas con empresas del sector							
Proyectos	Planes	Programas	Actividades y Acciones	Responsable	Recursos Necesarios	Duracion	Presupuesto	Acción de seguimiento
Alianzas comerciales	plan estrategico de competitividad para las PYMES	Programa de Fortalecimiento de la Asociatividad Estrategica de las PYMES.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir necesidades estrategicas. 2. Identificar aliados potenciales. 3. Abordar aliados estrategicos potenciales. 4. Establecer redes de cooperación con programas de apoyo a PYMES para fortalecer su competitividad. 5. Definir expectativas comunes. 6. Definir deberes y derechos de cada una de las partes 7. Fortalecer los cluster o encademanientos geograficos productivos por medio del programa de fortalecimiento de Asociatividad estrategica de las PYMES 8. Mantener las relaciones con los aliados estrategicos 	Gerente General	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recurso Humano 2. Financieros 3. Recursos Tecnológicos 	5 años	\$1.000.000	Plan de creación, fortalecimiento y consolidación de los cluster liderado por las asociaciones de PYMES

Fuente 20. Autor

9.1.3 Estrategia 3. Implementación de herramientas tecnológicas

En la tabla 20 se describe la estrategia N° 3, Expresada en el tercero de los planes de acción, que consiste en la implementación de herramientas tecnológicas:

Tabla 20. Plan de acción 3- implementación de herramientas tecnológicas

Perspectiva		Procesos internos						
Estrategia:		Implementación de herramientas tecnológicas para el desarrollo de las actividades de la compañía.						
Objetivo estratégico:		Mejorar las actividades de la compañía, a través del uso de las TIC's						
Meta:		Diseñar e implementar como mínimo 4 herramientas tecnológicas						
Proyectos	Planes	Programas	Actividades y Acciones	Responsable	Recursos Necesarios	Duración	Presupuesto	Acción de seguimiento
Herramientas tecnológicas Chatarrería Tala	Plan estratégico de competitividad para las Pymes	Programa Nacional de Innovación Ciencia y Tecnología	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar las necesidades Tecnológicas que se requiere implementar. 2. Definir las nuevas tecnologías que se requieren en la organización. 3. Buscar los proveedores que prestaran los servicios requeridos. 4. Realizar un cambio progresivo para minimizar los posibles efectos negativos que vayan surgiendo en el proceso. 5. Capacitaciones a los usuarios de las tecnologías dentro de la empresa. 6. Formación a personal encargado de la Tecnología en la empresa. 7. Seguimiento y evaluación 8. Definir si se requiere implementar más tecnologías en la 	Jefe de recursos físicos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recurso Humano 2. Financieros 3. Recursos Tecnológicos 	5 años	\$10.000.000	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar los requerimientos mínimos y máximos que debe cumplir la herramienta para satisfacer las necesidades. 2. Crea una lista de los criterios más importantes que tiene que tener tu herramienta. Utiliza una lista de control –Check list. 3. Evaluación de herramienta: Debe cumplir los criterios de selección que se han definido anteriormente. 4. Tras la evaluación de cada una de las herramientas se debe crear un listado con las características principales de cada una de ellas que han pasado la fase de evaluación. 5. Se establece una puntuación

Fuente 21. Autor

9.1.4 Estrategia 4. Implementación de herramientas tecnológicas

En la tabla 21 se describe la estrategia N° 4, Expresada en el cuarto de los planes de acción, que consiste en la remodelación de las instalaciones de la organización:

Tabla 21. Planes de acción 4 - Remodelación de las instalaciones de la organización

Perspectiva	Procesos internos							
Estrategia:	Remodelación de las instalaciones de la organización							
Objetivo estratégico:	Integrar los procesos de la organización, mediante un diseño de infraestructura adecuado.							
Meta:	Efectuar la remodelación al 100% de las instalaciones de la empresa.							
Proyectos	Planes	Programas	Actividades y Acciones	Responsable	Recursos Necesarios	Duración	Presupuesto	Acción de seguimiento
Remodelación de instalaciones Chatarrería Taña.	Plan Estratégico	Plan de Ordenamiento Territorial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar la necesidad de remodelación 2. Revisar la viabilidad. 3. Realizar la Planeación 4. Realizar el diseño de la remodelación. 5. Iniciar la búsqueda de proveedores 6. Contratación de proveedores. 7. Ejecución de obra. 8. Seguimiento e inspección. 	Gerente de recursos físicos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recurso Humano 2. Estructura 3. Financieros 	5 años	\$15.000.000	Plan de Seguimiento control -Check list

Fuente 22. Autor

9.1.5 Estrategia 5. Implementación de canales publicitarios

En la tabla 22 se describe la estrategia N° 5, que consiste en el quinto de los planes de acción, implantación de canales publicitarios:

Tabla 22. Plan de acción 5 - Implementación de canales publicitarios

Perspectiva	Marketing							
Estrategia:	Implementación de canales publicitarios							
Objetivo estratégico:	Desarrollar difusión exitosa y en la medición de su impacto, incidencia y satisfacción, através de canales publicitarios estrategicos							
Meta:	Implementar como minimo 2 canales publicitarios.							
Proyectos	Planes	Programas	Actividades y Acciones	Responsable	Recursos Necesarios	Duración	Presupuesto	Acción de seguimiento
Medios publicitarios Chatarrería Tala.	Plan Estratégico de Marketing	CRM (Customer Relationship Management, o Gestión de las relaciones con clientes)	1. Formulación de objetivos que se requiere alcanzar 2. Investigación de Canales mas efectivos. 3. Selección de Canales 4. Formulación de Estrategias 5. Formulación Táctica 6. Ejecución 7. Control 8. evaluación	Gerente General	1. Recurso Humano 2. Financieros 4. Recursos Tecnológicos	5 años	\$3.000.000	1. Realizar una Base de Datos con los campos mas relevantes de cada Canal publicitario. 2. Generar estadísticas y graficos del comportamiento de los canales publicitarios. 3. Generar los controles necesarios y actualizaciones requeridas.

Fuente 23. Autor

9.1.6 Estrategia 6. Implementación de canales publicitarios

En la tabla 23 se describe la estrategia N° 6, que consiste en el sexto de los planes de acción, implantación de sistema contable y financiero:

Tabla 23 Plan de acción 6 – Implementación de un sistema contable y financiero

Perspectiva	Financiera							
Estrategia:	Implementación de un sistema contable y financiero							
Objetivo estratégico:	Mantener control de la información contable y financiera de la organización a través de herramientas informáticas.							
Meta:	Implementar un sistema contable que permita administrar los recursos financieros de la empresa Chatarrería Talía							
Proyectos	Planes	Programas	Actividades y Acciones	Responsable	Recursos Necesarios	Duración	Presupuesto	Acción de seguimiento
Sistemas financieros Chatarrería Talía	Plan Estratégico Financiero	Software Contable y de Facturación para Pequeñas Empresas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar las necesidades Financieras que se requiere implementar. 2. Definir el programa que se requieren en la organización de acuerdo a las necesidades. 3. Buscar los proveedores que prestaran los servicios requeridos. 4. Realizar un cambio progresivo para minimizar los posibles efectos negativos que vayan surgiendo en el proceso. 5. Capacitaciones a los usuarios del programa dentro de la empresa. 6. Formación a personal encargado del sistema en la empresa. 7. Seguimiento y evaluación. 8. Efectuar posibles correcciones 	Gerente Financiero	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recurso Humano 3. Financieros 4. Recursos Tecnológicos 	5 años	\$5.000.000	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar los requerimientos mínimos y máximos que debe cumplir el sistema para satisfacer las necesidades. 2. Crea una lista de los criterios más importantes que tiene que tener el sistema. Utiliza una lista de control –Check list. 3. Evaluación del sistema: Debe cumplir los criterios de selección que se han definido anteriormente. 4. Tras la evaluación del sistema se debe crear un listado con las características principales de cada una de ellas que han pasado la fase de evaluación. 5. Se establece una puntuación basada en los criterios de evaluación

Fuente 24. Autor

9.1.7 Estrategia 7. Implementación de canales publicitarios

En la tabla 24 se describe la estrategia N° 7, que consiste en el séptimo de los planes de acción, implantación de programas de bienestar:

Tabla 24. Plan de acción 7- Implementación de programa de bienestar

Perspectiva	Talento humano							
Estrategia:	Implementación de programas de bienestar							
Objetivo estratégico:	Proporcionar condiciones de desarrollo integral a los empleados con el fin de mejorar los niveles de satisfacción y sentido de pertenencia con la organización.							
Meta:	Implementar en un 100% el programa de bienestar de la empresa Chatarrería Talía							
Proyectos	Planes	Programas	Actividades y Acciones	Responsable	Recursos Necesarios	Duración	Presupuesto	Acción de seguimiento
Programas de bienestar	Plan Estratégico de Bienestar social	Programa de Bienestar	<ol style="list-style-type: none"> 1. definir la políticas de bienestar 2. identificar los aspectos de bienestar significativos, tener en cuenta los requisitos legales. 3. Definir todos los objetivos y metas en bienestar que se desean conseguir, además de definir un programa de gestión. 4. Tener en cuenta las estructuras y responsabilidades, la formación, sensibilización y la competencia del personal, la comunicación, los documentos que forman parte del bienestar social y control de dicha documentación. 6. Realiza un seguimiento y medición de los resultados, se evalúa el cumplimiento legal, y satisfacción del personal 7. Aplicar acciones correctivas y preventivas. 8. Registrar los documentos 9. Realizar las auditorías necesarias al programa de Bienestar 	Gerente de talento humano	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recurso Humano 3. Financieros 	5 años	\$15.000.000	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza un seguimiento y medición de los resultados, evaluando el cumplimiento legal, y satisfacción del personal 2. Aplicar acciones correctivas y preventivas, registrando documentalmente. 3. Realizar las auditorías necesarias al programa de bienestar

Fuente 25. Autor

9.1.8 Estrategia 8. Implementación de programas de desarrollo del talento humano

En la tabla 25 se describe la estrategia N° 8, que consiste en el octavo de los planes de acción, implantación de programas de desarrollo del talento humano:

Tabla 25. Plan de acción 8 - Implementación de programas de desarrollo del talento humano

Perspectiva	Talento humano							
Estrategia:	Implementación del Programas de desarrollo del talento humano							
Objetivo estratégico:	Fortalecer las capacidades, conocimientos y habilidades de los servidores en el puesto de trabajo, a través de la implementación del Plan Institucional de Capacitación.							
Meta:	Implementar al 100% el programa de desarrollo de talento humano							
Proyectos	Planes	Programas	Actividades y Acciones	Responsable	Recursos Necesarios	Duración	Presupuesto	Acción de seguimiento
Desarrollo de programas de talento humano	Plan Estratégico de desarrollo del talento humano	Programas de desarrollo del talento humano	<ol style="list-style-type: none"> 1. definir la políticas de desarrollo del talento humano 2. identificar los aspectos de desarrollo del talento humano significativos, tener en cuenta los requisitos legales. 3. Definir todos los objetivos y metas endesarrollo del talento humano que se desean conseguir, además de definir un programa de gestión. 4. Tener en cuenta las estructuras y responsabilidades, la formación, sensibilización y la competencia del personal, la comunicación, los documentos que forman parte del desarrollo del talento humano y control de dicha documentación. 6. Realiza un seguimiento y medición de los resultados, se evalúa el cumplimiento legal, y satisfacción del personal 7. Aplicar acciones correctivas y preventivas. 8. Registrar los documentos 9. Realizar las auditorías necesarias al programa de desarrollo del talento humano 	Coordinador del Grupo de Gestión Humana / Profesional Responsable	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recurso Humano 3. Financieros 	5 años	\$3.000.000	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza un seguimiento y medición de los resultados, evaluando el cumplimiento legal, y satisfacción del personal 2. Aplicar acciones correctivas y preventivas, registrando documentalmente. 3. Realizar las auditorías necesarias al programa de bienestar

Fuente 26. Autor

10. MONITORIA ESTRATEGICA

La monitoria estratégica analiza sistemáticamente de la información referente al progreso del cumplimiento de los objetivos antes planteados; de esta manera se establecieron actividades y acciones, metas, indicadores de gestión y la periodicidad con la que se llevara a cabo:

CUADROS DE MONITORIA ESTRATEGICA

Tabla 26 Monitoria estratégica; Implementación de sistemas de gestión ambiental y calidad

Proyectos estratégicos:	Sistema de Gestión Ambiental de la empresa Chatarrería Thalia		
Estrategia:	Implementación de sistemas de gestión ambiental y calidad		
Responsables:	Gerente General		
Actividades y Acciones	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad
<p>1. definir la política ambiental. 2. identificar los aspectos ambientales significativos, tener en cuenta los requisitos legales.</p> <p>3. Definir todos los objetivos y metas ambiental que se desean conseguir, además de definir un programa de gestión ambiental. 4. Tener en cuenta las estructuras y responsabilidades, la formación, sensibilización y la competencia del personal, la comunicación, los documentos que forman parte del Sistema de Gestión Ambiental y control de dicha documentación. 5. Definir los planes de emergencia con su respectiva respuesta.</p> <p>6. Realiza un seguimiento y medición de los resultados, se evalúa el cumplimiento legal, tener en cuenta las no conformidades.</p> <p>7. Aplicar acciones correctivas y preventivas.</p> <p>8. Registrar los documentos 9. Realizar las auditorías necesarias al Sistema de Gestión Ambiental.</p>	<p>Minimizar los impactos generados por el desarrollo de la actividad de reciclaje, mediante monitorias periodicas por las cuales se puedan medir el nivel de cumplimiento del SGA</p>	<p>1. Seguimiento de procesos N° Procesos realizados por la organizaion y sistemas/N° Total de procesos a desarrollar</p> <p>2. Eficacia de la implementación de la norma ISO 14001 N° Total de actividades implementadas*100/N°total de actividades programadas</p>	<p>Bimensual</p>

Fuente 27 Autor

Tabla 27 Monitoria Estratégica; Establecimiento de alianzas comerciales para generar beneficios organizacionales

Proyectos estratégicos:	Alianzas comerciales		
Estrategia:	Establecimiento de alianzas comerciales para generar beneficios organizacionales		
Responsables:	Gerente General		
Actividades y Acciones	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad
1. Definir necesidades estratégicas. 2. Identificar aliados potenciales. 3. Abordar aliados estratégicos potenciales. 4. Establecer redes de cooperación con programas de apoyo a PYMES para fortalecer su competitividad. 5. Definir expectativas comunes. 6. Definir deberes y derechos de cada una de las partes. 7. Fortalecer los cluster o encadenamientos geográficos productivos por medio del programa de fortalecimiento de Asociatividad estratégica de las PYMES. 8. Mantener las relaciones con los aliados estratégicos.	Establecer como mínimo 3 alianzas con empresas del sector	1. Generación de satisfacción de los clientes externos respecto al servicio recibido N° clientes externos que califican positivamente el servicio/clientes externos entrevistados 2. Cumplimiento N° Total de servicios prestados en el tiempo pactado / N° total de servicios programados	Semestral

Fuente 28 Autor

Tabla 28 Monitoria estratégica; Implementación de herramientas tecnológicas

Proyectos estratégicos:	Herramientas tecnologicas Chatarrería Talía		
Estrategia:	Implementación de herramientas tecnológicas para el desarrollo de las actividades de la compañía.		
Responsables:	Jefe de recursos físicos		
Actividades y Acciones	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad
<p>1. Definir necesidades estratégicas. 2. Identificar aliados potenciales. 3. Abordar aliados estratégicos potenciales. 4. Establecer redes de cooperación con programas de apoyo a PYMES para fortalecer su competitividad. 5. Definir expectativas comunes. 6. Definir deberes y derechos de cada una de las partes 7. Fortalecer los cluster o encadenamientos geograficos productivos por medio del programa de fortalecimiento de Asociatividad estratégica de las PYMES 8. Mantener las relaciones con los aliados estratégicos</p>	<p>1. Definir necesidades estratégicas. 2. Identificar aliados potenciales. 3. Abordar aliados estratégicos potenciales. 4. Establecer redes de cooperación con programas de apoyo a PYMES para fortalecer su competitividad. 5. Definir expectativas comunes. 6. Definir deberes y derechos de cada una de las partes 7. Fortalecer los cluster o encadenamientos geograficos productivos por medio del programa de fortalecimiento de Asociatividad estratégica de las PYMES 8. Mantener las relaciones con los aliados estratégicos</p>	<p>1. Propuestas aprobadas por gerencia en cuanto a mejoramiento tecnologico N° de propuestas de mejoramiento aprobadas/N° de propuestas de mejora presentadas 2. Adquisición de maquinaria y/o equipoa departamentos de la empresa N° de maquinas y/o equipos adquiridos/N° de maquinas y/o equipos adquiridos según plan 3. Dotación de maquinaria y/o equipo departamentos de la empresa N° Departamento con maquinaria y/o equipos/N° de departamentos a dotar con maquinaria y /o equipos 4. Estudios que ayuden a determinar los requerimientos tecnologicode la empresa N° Estudios realizado/N° de estudios planeados para identificar los requerimientos en los departamentos</p>	<p>Semestral</p>

Fuente 29 Autor

Tabla 29 Monitoria estratégica; remodelación de las instalaciones de la organización

Proyectos estratégicos:	Remodelación de instalaciones Chatarrería Talía		
Estrategia:	Remodelación de las instalaciones de la organización		
Responsables:	Gerente de recursos físicos		
Actividades y Acciones	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad
1. Identificar la necesidad de remodelación 2. Revisar la viabilidad. 3. Realizar la Planeación 4. Realzar el diseño de la remodelación. 5. Iniciar la búsqueda de proveedores 6. Contratación de proveedores. 7. Ejecución de obra. 8. Seguimiento e inspección.	Efectuar la remodelación al 100% de las instalaciones de la empresa.	1. Conformidad de mantenimiento $8ncfm)NCFM = NMPR - NMEX * 100 / NMPR$ 2. Efectividad de mantenimiento preventivo $EFM = (1 - CFP) / CFI * 100$	Cada cinco años

Fuente 30 Autor

Tabla 30 Monitoria estratégica; implementación de canales publicitarios

Proyectos estratégicos:	Medios publicitarios Chatarrería Talía.		
Estrategia:	Implementación de canales publicitarios		
Responsables:	Gerente General		
Actividades y Acciones	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad
<p>1. Formulación de objetivos que se requiere alcanzar 2. Investigación de Canales mas efectivos.</p> <p>3. Selección de Canales 4. Formulación de Estrategias</p> <p>5. Formulación Tactica 6. Ejecución 7. Control</p> <p>8. evaluación</p>	<p>Implementar como minimo 2 canales publicitarios.</p>	<p>1. Avisos emitidos en medios informando productos y servicios ofrecidos por la empresa N° Total de avisos emitidos en medios/N° Total de avisos programados a emitir</p> <p>2. Participación total en el mercado Venta total de la empresa en la categoría/ventas totales de la competencia y la empresa en la categoría</p> <p>3. Nivel de penetración de marcas N° Establecimiento con marca/N° Total de establecimientos susceptibles</p> <p>4. Incorporación de nuevos clientes N° clientes nuevos/N° total de clientes</p> <p>5. Participación en el mercado volumen pesos Mercado de la empresa/mercado total</p>	<p>Cada tres años</p>

Fuente 31 autor

Tabla 31 Monitoria estratégica; Implementación de sistema contable y financiero

Proyectos estratégicos:	Sistemas financieros Chatarrería Talía		
Estrategia:	Implementación de un sistema contable y financiero		
Responsables:	Gerente Financiero		
Actividades y Acciones	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad
1. Identificar las necesidades Financieras que se requiere implementar. 2. Definir el programa que se requieren en la organización de acuerdo a las necesidades. 3. Buscar los proveedores que prestaran los servicios requeridos. 4. Realizar un cambio progresivo para minimizar los posibles efectos negativos que vayan surgiendo en el proceso. 5. Capacitaciones a los usuarios del programa dentro de la empresa. 6. Formación a personal encargado del sistema en la empresa. 7. Seguimiento y evaluación. 8. Efectuar posibles correcciones	Implementar un sistema contable que permita administrar los recursos financieros de la empresa Chatarrería Talía	1. Propuestas aprobadas por gerencia en cuanto a mejoramiento Tecnológico N° propuestas de mejoramiento aprobadas / N° propuestas de mejoramiento presentadas 2. Propuestas realizadas en cuanto a mejoramiento tecnológico N° Propuestas de mejoramiento ejecutadas/ N° Propuestas de mejoramiento presentadas	Cada tres años

Fuente 32 Autor

Tabla 32 Monitoria estratégica; implementación de programas de bienestar

Proyectos estratégicos:	Programas de bienestar		
Estrategia:	Implementación de programas de bienestar		
Responsables:	Gerente de talento humano		
Actividades y Acciones	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad
<p>1. definir la políticas de bienestar 2. identificar los aspectos de bienestar significativos, tener en cuenta los requisitos legales. 3. Definir todos los objetivos y metas en bienestar que se desean conseguir, además de definir un programa de gestión. 4. Tener en cuenta las estructuras y responsabilidades, la formación, sensibilización y la competencia del personal, la comunicación, los documentos que forman parte del bienestar social y control de dicha documentación.</p> <p>6. Realiza un seguimiento y medición de los resultados, se evalúa el cumplimiento legal, y satisfacción del personal</p> <p>7. Aplicar acciones correctivas y preventivas.</p> <p>8. Registrar los documentos 9. Realizar las auditorías necesarias al programa de Bienestar</p>	<p>Implementar en un 100% el programa de bienestar de la empresa Chatarrería Talía</p>	<p>1.Productividad de Mano de obraTotal producción/horas persona trabajadas</p> <p>2. Programas a desarrollar en recursos humanosN° de programas Aprobados/N° programas planeados</p> <p>3.Departamentos cubiertos por los programas de recursos humanos N° Areas cubiertas/ N° areas a cubrir con los programas</p> <p>4. Inversión bienestar laboral de recursos humanosPresupuesto ejecutado/presupuesto asignado a bienestar</p>	<p>Anual</p>

Fuente 33 Autor

Tabla 33 Monitoria estratégica; implementación de programas de desarrollo del talento humano

Proyectos estratégicos:	Desarrollo de programas de talento humano		
Estrategia:	Implementación del Programas de desarrollo del talento humano		
Responsables:	Coordinador del Grupo de Gestión Humana / Profesional Responsable		
Actividades y Acciones	Meta	Indicadores de Gestión	Periodicidad
<p>1. definir la políticas de desarrollo del talento humano</p> <p>2. identificar los aspectos de desarrollo del talento humano significativos, tener en cuenta los requisitos legales.</p> <p>3. Definir todos los objetivos y metas endesarrollo del talento humano que se desean conseguir, además de definir un programa de gestión.</p> <p>4. Tener en cuenta las estructuras y responsabilidades, la formación, sensibilización y la competencia del personal, la comunicación, los documentos que forman parte del desarrollo del talento humano y control de dicha documentación.</p> <p>6. Realiza un seguimiento y medición de los resultados, se evalúa el cumplimiento legal, y satisfacción del personal</p> <p>7. Aplicar acciones correctivas y preventivas.</p> <p>8. Registrar los documentos</p> <p>9. Realizar las auditorías necesarias al programa de desarrollo del talento humano</p>	<p>Implementar al 100% el programa de desarrollo de talento humano</p>	<p>1. Programas a desarrollar en recursos humanosN° de programas Aprobados/N° programas planeados</p> <p>2. Capacitación empleadosN° Empleados capacitados/ N° empleados de la empresa</p> <p>3. Inversión bienestar laboral de recursos humanosPresupuesto ejecutado/presupuesto asignado a bienestar</p>	<p>Anual</p>

Fuente 34 Autor

11.DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO

11.1 11.1 MISION

Gestionamos residuos de manera sostenible, reciclando con responsabilidad los materiales para ofrecer servicios, que generen valor e incidan en una mayor calidad de vida de la comunidad. A través de un tratamiento medioambiental óptimo.

11.2 11.2 VISION

En 2024, Chatarrería Talia será una compañía reconocida en el mercado por la gestión, control de procesos e impacto en la protección del medio ambiente. Apostando por un modelo de economía circular, alianzas estratégicas y la aplicación de las 3R que permitan impulsar la mejora continua y consolidación como una empresa sostenible.

11.3 11.3 OBJETIVOS CORPORATIVOS

Aumentar la productividad y la competitividad generando mejor impacto ambiental en la comunidad.

Crear vínculos entre las PYMES con el fin de crear nuevas oportunidades de negocio.

Mejorar las actividades de la compañía, a través del uso las TIC'S.

Integrar los procesos de la organización, mediante un diseño de infraestructura adecuado.

Desarrollar difusión exitosa y en la medición de su impacto, incidencia y satisfacción, a través de canales publicitarios estratégicos.

Mantener control de la información contable y financiera de la organización a través de herramientas informáticas.

Proporcionar condiciones de desarrollo integral a los empleados con el fin de mejorar los niveles de satisfacción y sentido de pertenencia con la organización.

Fortalecer las capacidades, conocimientos y habilidades de los servidores en el puesto de trabajo, a través de la implementación del Plan Institucional de Capacitación.

11.4 11.4 PRINCIPIOS CORPORATIVOS

RESPETO: El actuar transparentemente en cada situación, sin vulnerar derechos de clientes, colaboradores, proveedores y competencia.

HONESTIDAD: Obrar bajo los principios de la verdad, justicia e integridad moral, garantizando su cumplimiento en todas las actuaciones que se generan con nuestros grupos de interés.

RESPONSABILIDAD: Cumplir con cabalidad nuestros compromisos y responder oportunamente a los requerimientos de nuestros clientes.

COMPROMISO: Nuestro servicio se sustenta en poner a disposición de nuestros clientes y la sociedad nuestra experiencia, con el único propósito de satisfacer los requerimientos de nuestros usuarios.

TRABAJO EN EQUIPO: Desarrollar vínculos laborales para el desarrollo de las actividades y para la búsqueda de beneficios de nuestros colaboradores.

11.5 11.5 METODO CANVAS

Para realizar este planteamiento se basó en tomar al proyecto como un único lienzo en blanco, en el cual se plantea posibilidades para poder proyectar los objetivos empresariales.

Tabla 34 Método Canvas

7. ACTIVIDADES CLAVE _ Capacitación personal _ Clasificación de desechos _ Mantenimiento de las pesas _ Servicio al cliente _ Mercadeo	4. RELACIONES CON CLIENTES _ servicio personalizado a domicilio	2. PROPUESTA DE VALOR _ RECOLECCION DE RESIDUOS RECICLADOS A DOMICILIO _ PROGRAMA DE PREMIOS	1. CLIENTE _ PLASTICOS Y MADERAS RECICLABLES _ CS RECYCLIN S.A _ CORRUGADOS DE COLOMBIA	8. PROVEEDORES _ Comunidad _ Colegios _ Empresas _ poblacion responsable con el medio ambiente
	6. RECURSO CLAVE _ Maquinaria (Pesas) _ Asociaciones _ Conocimiento		3. CANALES DE DISTRIBUCION _ Canal directo _ Pagina WEB	
9. ESTRUCTURA DE COSTOS _ Capital humano _ Transporte _ Instalaciones del centro de Acopio		5. FLUJO DE INGRESOS _ prestamo financiado a 3 años _ Venta de material reciclado		

Fuente 35 Autor

11.6 11.6 MATRIZ AXIOLOGICA

La matriz Axiológica representada en la tabla N° 35, sirvió como apoyo para diagnosticar el futuro de la organización en esta se representa los grupos y valores de CHATARRERIA TALIA, siendo guía para formular la escala de los valores de la misma:

Tabla 35. Matriz AXIOLOGICA

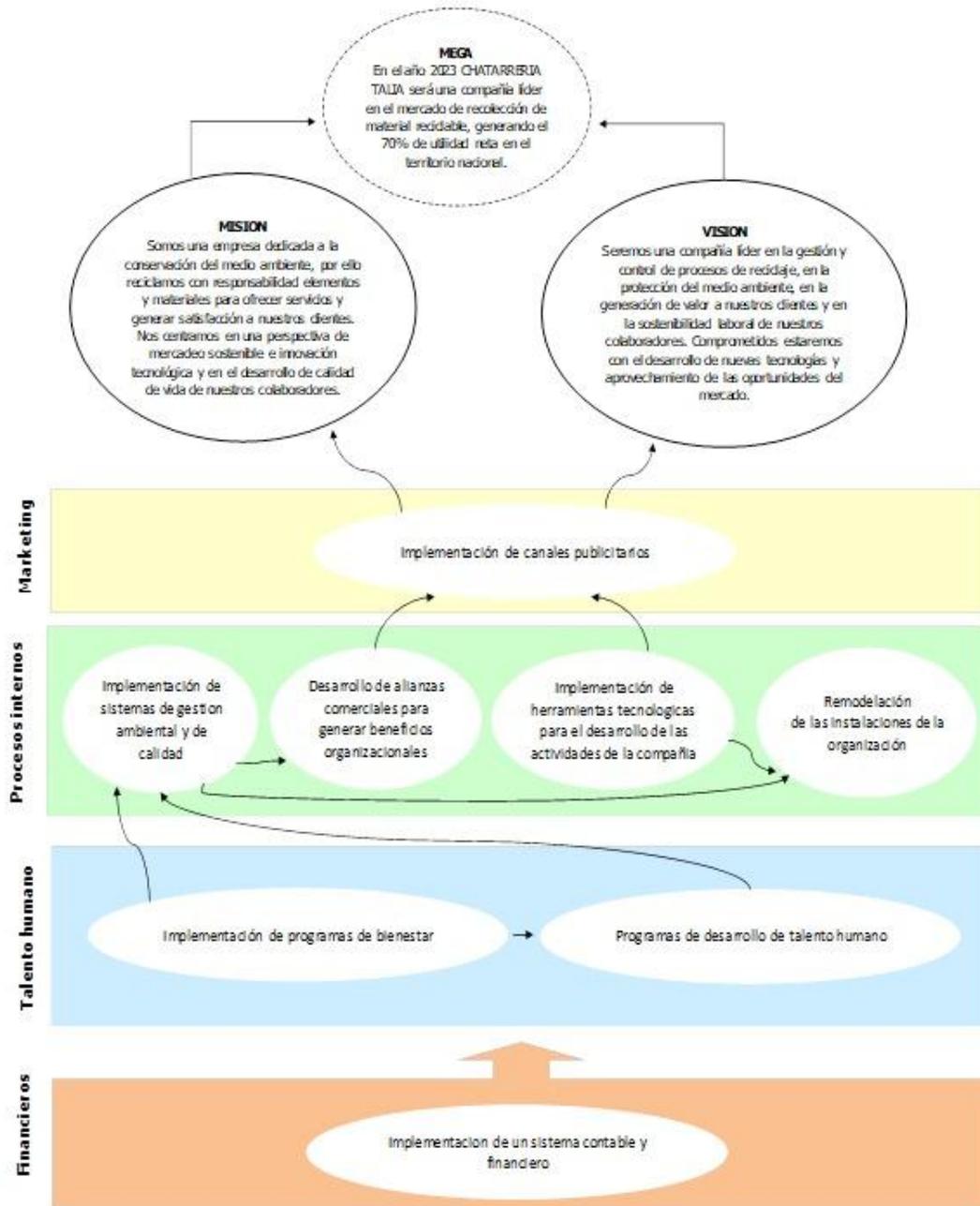
PRINCIPIOS	GRUPOS DE INTERES										
	CLIENTES	FAMILIAS	PROVEEDORES	COLABORADORES	GOBIERNO	SUBCONTRATISTAS	INSTITUCIONES AMBIENTALES	COMPETIDORES	ACREEDORES	SOCIEDAD	TOTAL
Respeto	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	10
Rentabilidad	X		X	X		X				X	6
Honestidad	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	10
Responsabilidad	X		X	X	X		X		X		6
Productividad				X	X	X	X				4
Competitividad			X	X	X			X	X		5
Solidaridad	X	X		X			X		X	X	6
Compromiso	X	X	X	X	X	X	X		X	X	9
Trabajo en equipo	X		X	X	X	X	X		X		7
Cumplimiento	X		X	X		X	X		X		6

Fuente 36. Autor

11.7 11.7 MAPA ESTRATEGICO

A continuación en la figura 1; se describe el mapa estratégico desarrollado para la empresa CHATARRERIA TALIA:

Figura 1 Mapa Estratégico



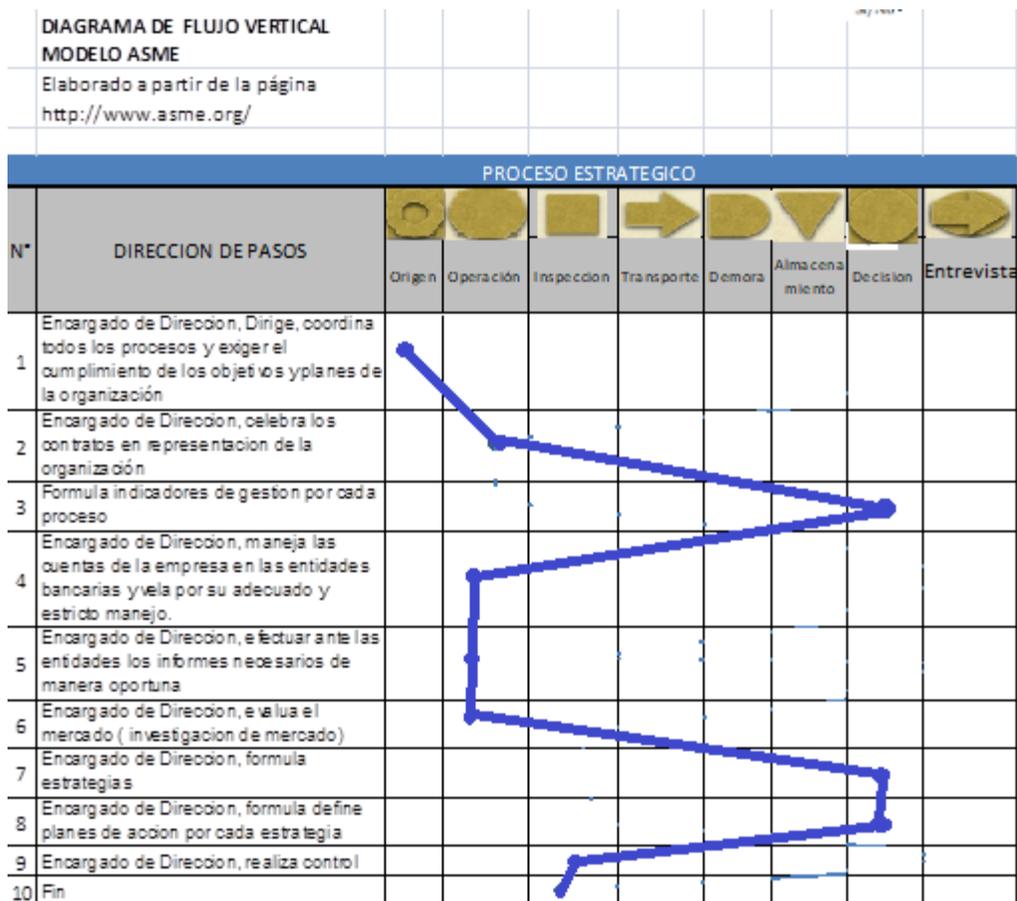
Fuente 37 Autor

11.8 FLUJOGRAMAS DE PROCESOS

11.8.1 FLUJOGRAMA PROCESO ESTRATEGICO

DIAGRAMA DE FLUJO VERTICAL (MODELO ASME)

Tabla 36 Diagrama de flujo proceso estratégico

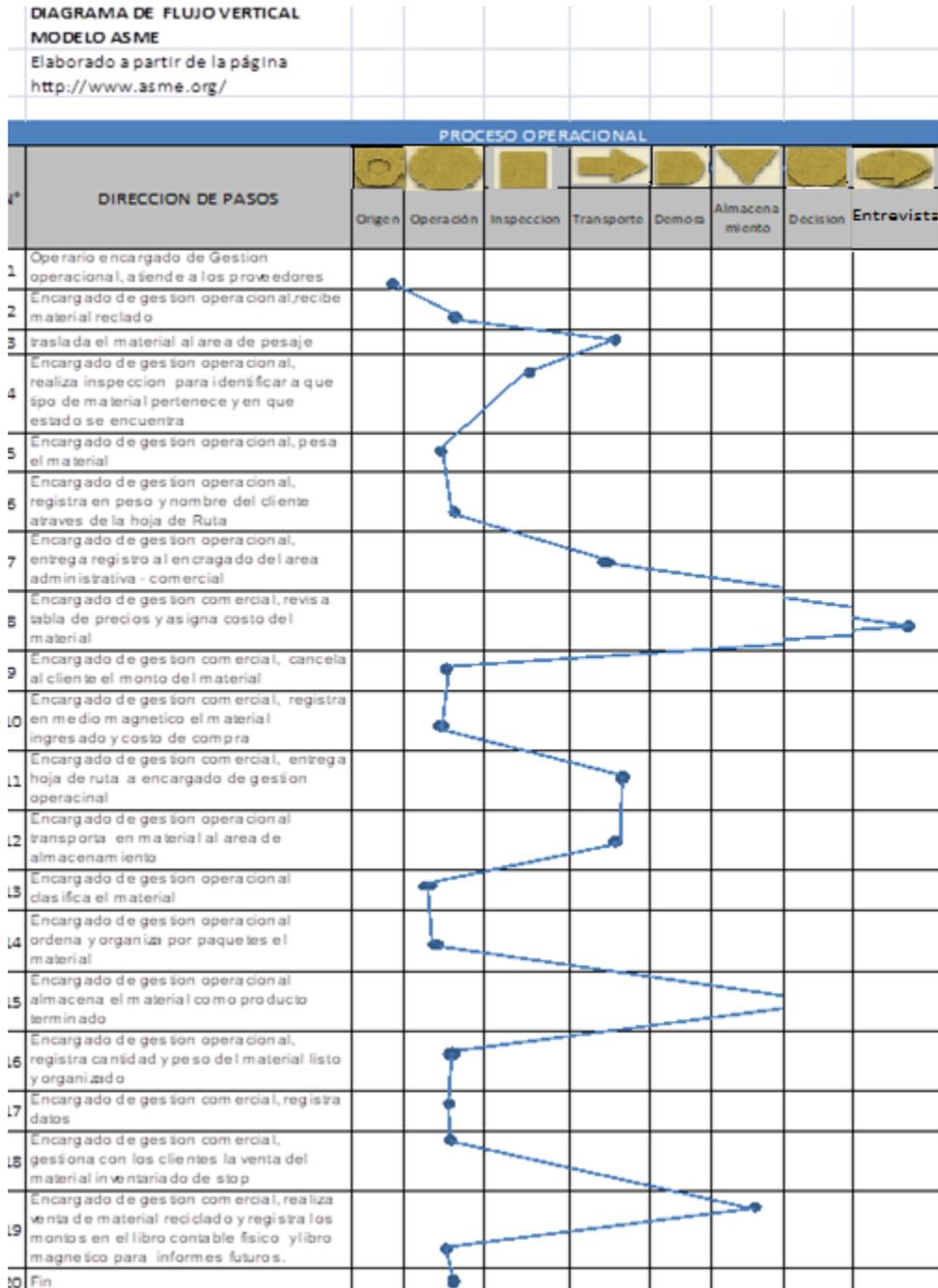


Fuente 38. Propia

11.8.2 FLUJOGRAMA PROCESO OPERACIONAL

DIAGRAMA DE FLUJO VERTICAL (MODELO ASME)

Tabla 37. Diagrama de flujo proceso operacional

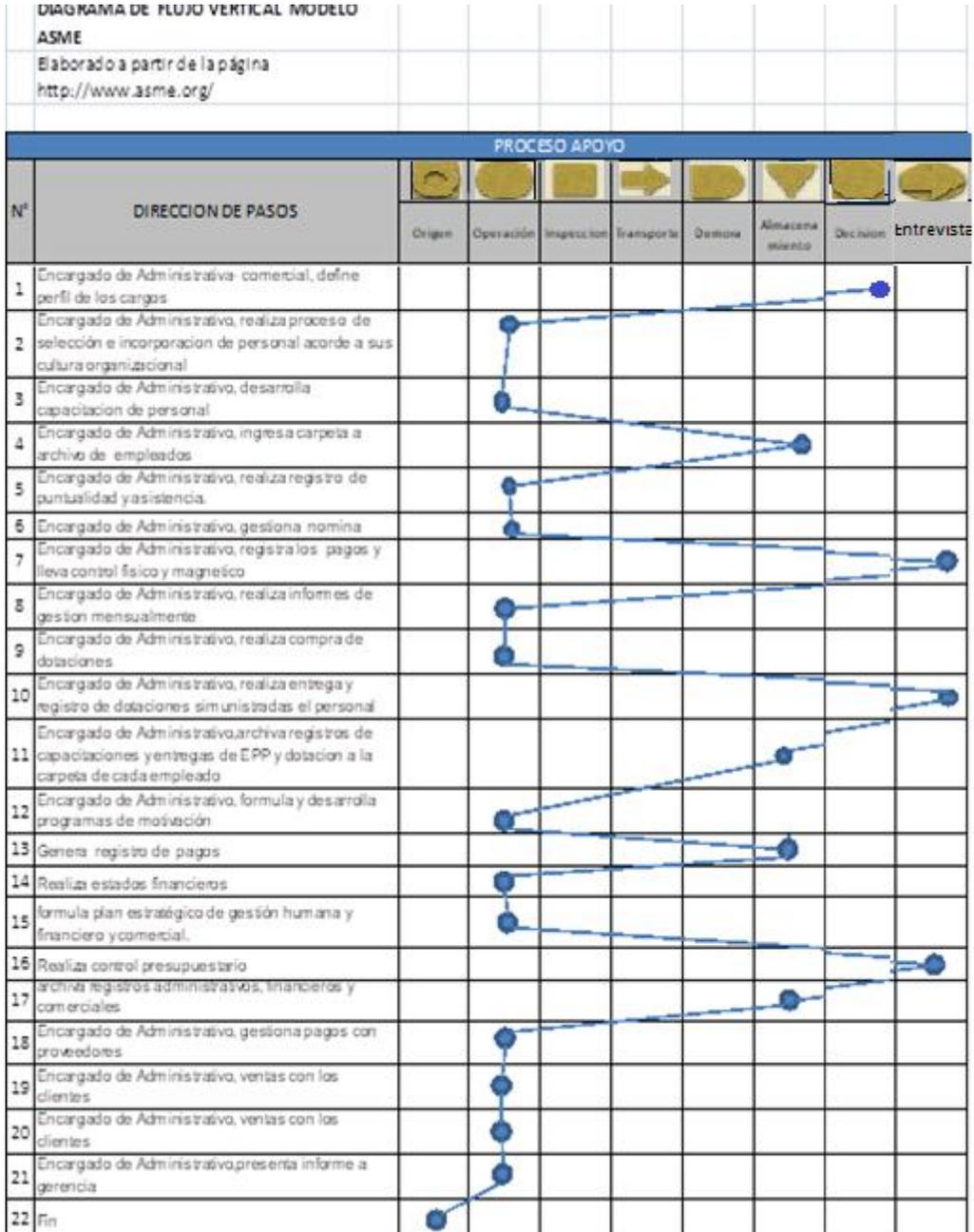


Fuente 39. Propia

11.8.3 FLUJOGRAMA PROCESOS APOYO

DIAGRAMA DE FLUJO VERTICAL (MODELO ASME)

Tabla 38. Diagrama de flujo proceso apoyo

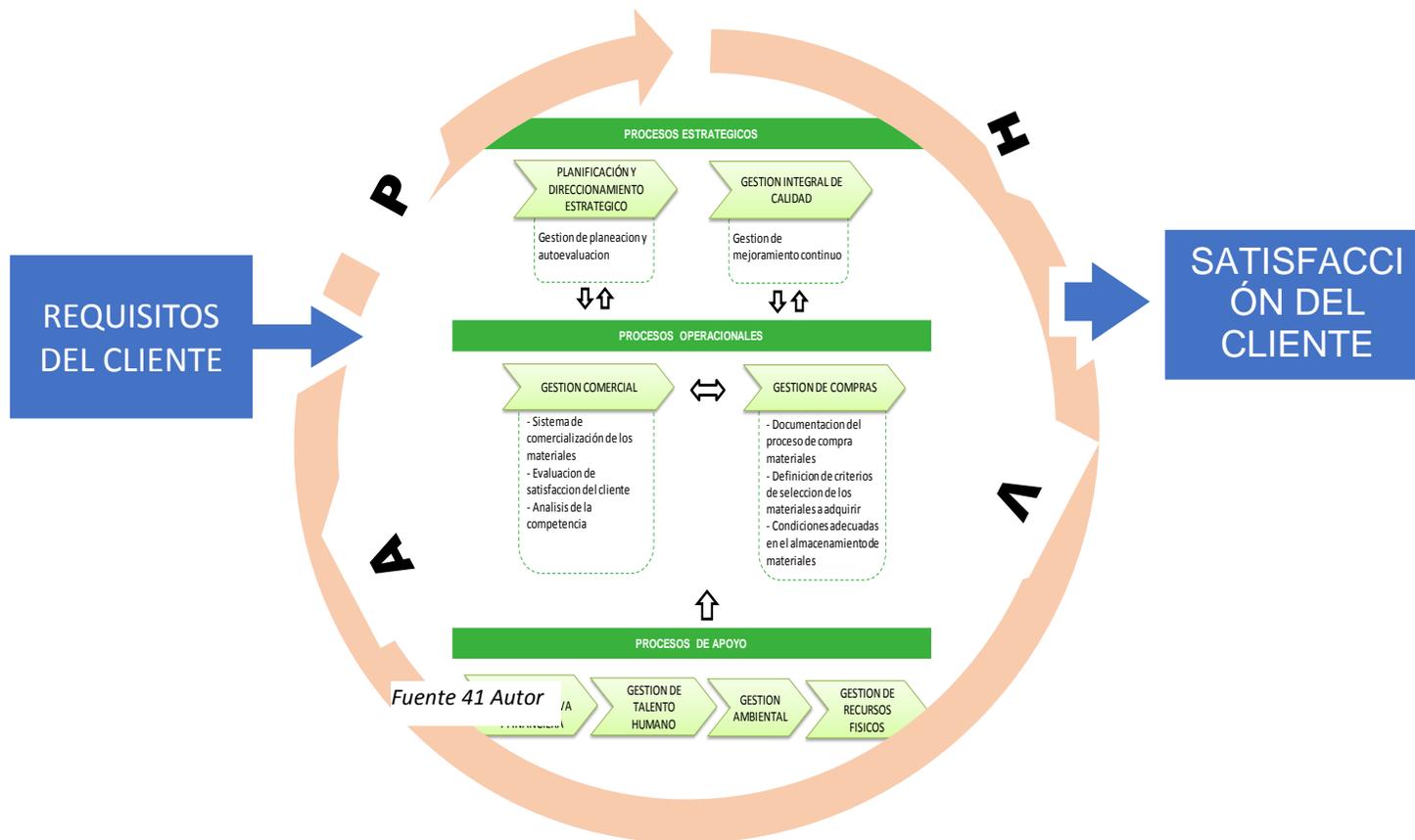


Fuente 40. Propia

11.9 DIAGRAMA BASADO EN PROCESOS

Para la organización se desarrolló el organigrama de procesos; mostrándose en la figura N° 2:

Grafica 1 Organigrama basado en procesos



CONCLUSIONES

CHATARRERIA TALIA actualmente es una empresa que se encuentra posicionada en el mercado, ha sabido llevar de forma pausada y sistemática cada proceso que caracteriza la organización, de esta manera, ha podido mantener sus clientes y proveedores teniendo estabilidad tanto económica como social en el mercado. Mediante del diagnóstico organizacional, se pudieron identificar diferentes factores que son determinantes para una compañía, CHATARRERIA TALIA al pasar de los años ha sabido sobrevivir en el mercado gracias a sus procesos administrativos 'básicos', con los cuales a la organización tiene un desempeño aceptable.

Al pasar de los años CHATARRERIA TALIA ha podido darse a conocer su idea de negocio, a través de la confiabilidad y calidad de servicio tanto con clientes y proveedores. La organización cuenta con una ubicación privilegiada, debido a que se encuentra en una de las principales vías de la ciudad de Facatativá, esto con el fin de lograr una expansión en la región de Sabana Occidente.

De acuerdo a los resultados de la entrevista realizada a la propietaria de la empresa; se concluyó a partir de la evidencia que es de vital importancia estructurar la empresa, esto con el fin de lograr su éxito empresarial, de la misma manera se realizó una encuesta a los colaboradores arrojando como resultado que no posee planes que incluyan el talento humano ni programas de bienestar conllevando a que el personal no sienta beneficios por laborar en la compañía.

RECOMENDACIONES

Se proponen las siguientes recomendaciones, en busca de mayor participación en el sector ambiental, mejorando procesos internos, de posicionamiento en el mercado y ampliando el segmento de mercado.

Replantear el direccionamiento estratégico de la organización, en relación a misión, visión, objetivos y principios para tener mejor posicionamiento en el mercado.

Actualizarse periódicamente de las leyes y normas que acogen la organización e impacto ambiental, de esta manera se asegure que la compañía tenga un buen funcionamiento.

Implementación de las normas ISO 9001 versión 2015, en los procesos internos de la organización y un sistema de gestión ambiental los cuales garanticen un servicio de calidad para los proveedores y clientes.

Implementar un canal de marketing digital que permitirá encontrar nuevos clientes, posicionamiento la organización y crecer en el mercado. Y definir programas de bienestar e incentivos para los colaboradores, con el fin de alcanzar metas y objetivos de la organización.

Aumento de la participación en el sector, incrementando sus ingresos, a partir del aprovechamiento de los medios publicitarios y las relaciones que los directivos manejan debido a la experiencia que tienen en este campo.

Se le recomienda a la empresa elaborar un plan para el desarrollo del talento humano, al igual que programas de bienestar, teniendo en cuenta que el personal siente que no tiene muchos beneficios y que este es un trabajo temporal.

Es importante llevar un proceso en el planteamiento de estrategias, con base a diagnósticos de microentorno y macroentorno, como se comporta la organización frente a su entorno el cual afecta, en cuanto a competitividad, posicionamiento, variables en que la organización tiene el poder o es vulnerable, para así crear el escenario apuesta, y seleccionar y visualización el escenario, finalmente crear estrategias optimas entorno que se plantea de la organización en determinado tiempo.

Bibliografía

- ANTON, D. (1999). Diversidad, globalización y la sabiduría de la naturaleza. Canadá y Costa Rica. En D. J. ANTON, *Diversidad, globalización y la sabiduría de la naturaleza. Canadá y Costa Rica* (pág. 16). IDRC y Piriguazú Ediciones.
- AQUITE, F. A. (2016). *Tratamiento De Residuos Orgánicos E Inorgánicos En Las Plazas De Mercado Distritales En La Ciudad De Bogotá D.C. – Centro De Acopio*. Recuperado el 29 de Marzo de 2019, de Tratamiento De Residuos Orgánicos E Inorgánicos En Las Plazas De Mercado Distritales En La Ciudad De Bogotá D.C. – Centro De Acopio.: <http://polux.unipilot>
- CALDERÓN GOMEZ, L. (2016). Plan de gestión integral de residuos sólidos del municipio de Facatativá, departamento de Cundinamarca. . En L. CALDERÓN GOMEZ, *Plan de gestión integral de residuos sólidos del municipio de Facatativá, departamento de Cundinamarca*. (pág. 13). Bogotá D. C.: Universidad de La Salle. .
- CARSON, R. (2013). Primavera silenciosa. 4ta ed. En R. CARSON, *Primavera silenciosa. 4ta ed.* (pág. 180). Barcelona: Booket.
- COLOMBIA, D. A. (1979). Ley 9 de 1979, Por la cual se dictan medidas sanitarias. En D. A. COLOMBIA, *Ley 9 de 1979, Por la cual se dictan medidas sanitarias*. . Bogotá D. C.
- COLOMBIA, D. A. (1986). Resolución 2309 del 24 de Febrero de 1986. Decreto 2811 de 1974. Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente. En D. A. COLOMBIA, *Resolución 2309 del 24 de Febrero de 1986. Decreto 2811 de 1974. Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente* (pág. Resolución 2309). Bogotá D.C.
- COLOMBIA, D. A. (1993). Ley 99 de 1993, Ley del medio ambiente. . En D. A. COLOMBIA, *Ley 99 de 1993, Ley del medio ambiente*. (pág. art. 79.). Bogotá D. C.
- COLOMBIA, D. A. (2002). Decreto 1713 de 2002. por el cual se reglamenta la Ley 142 de 1994, la Ley 632 de 2000 y la Ley 689 de 2001, en relación con la prestación del servicio público de aseo y el Decreto L. En D. A. COLOMBIA, *Decreto 1713 de 2002. por el cual se reglamenta la Ley 142 de 1994, la Ley 632 de 2000 y la Ley 689 de 2001, en relación con la prestación del servicio público de aseo y el Decreto L* (pág. Decreto 1713). Bogota D.C.

- COLOMBIA, D. A. (2008). Ley 1252 de 2008, por la cual se dictan normas prohibitivas en materia ambiental, referentes a los residuos y desechos peligrosos y se dictan otras disposiciones. . En D. A. COLOMBIA, *Ley 1252 de 2008, por la cual se dictan normas prohibitivas en materia ambiental, referentes a los residuos y desechos peligrosos y se dictan otras disposiciones.* . Bogotá D. C.
- COLOMBIA, DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE LA PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA. Decreto 2811 de 1974. Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente. Bogotá D. C., 1974.
- COLOMBIA, DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE LA PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA. Decreto 2981 de 2013. Por el cual se reglamenta la prestación del servicio público de aseo. Bogotá D. C., 2013.
- COLOMBIA, DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE LA PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA. Resolución 189 del 15 de Julio de 1994. Por el cual se dicta regulaciones para impedir la introducción al territorio nacional de residuos peligrosos. Bogotá D. C., art. 6.
- Colombia, L. C. (1991). La Constitución Política de Colombia en el Título II capítulo 3 "DE LOS DERECHOS COLECTIVOS Y DEL AMBIENTE" . En L. C. Colombia, *La Constitución Política de Colombia en el Título II capítulo 3 "DE LOS DERECHOS COLECTIVOS Y DEL AMBIENTE"* (pág. Art 79.). Bogotá D. C.
- GUTIÉRREZ BEDOYA, C. I. (2006). El derecho al medio ambiente adecuado como derecho humano. En C. I. GUTIÉRREZ BEDOYA, *El derecho al medio ambiente adecuado como derecho humano* (pág. 26 y 27). Bogota D.C.: Editorial universidad del Rosario.
- ICONTEC. (2009). Gestión ambiental. Residuos sólidos. 2009. Guía para la separación en la fuente. . En ICONTEC., *Gestión ambiental. Residuos sólidos. 2009. Guía para la separación en la fuente.* . Bogotá D.C.: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación.
- LÓPEZ GARRIDO, J. P. (1980). Eliminación de los residuos sólidos urbanos. En J. P. LÓPEZ GARRIDO, *Eliminación de los residuos sólidos urbanos.* Barcelona: Editores técnicos asociados.
- (MEDINA ROSS, J. G. (1999). Minimización y manejo ambiental de los residuos solidos. . En J. G. MEDINA ROSS, *Minimización y manejo ambiental de los residuos solidos.* (pág. 24). Instituto Nacional de Ecología.

- PLANEACIÓN., C. N. (2016). Documento CONPES, POLÍTICA NACIONAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS. 21 de Diciembre de 2016. En C. N. PLANEACIÓN., *Documento CONPES, POLÍTICA NACIONAL PARA LA GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS. 21 de Diciembre de 2016*. Bogotá D. C.
- POZO RODRIGUEZ, J. M. (2006). Gestión de procesos para las Empresas Modernas. . En J. M. POZO RODRIGUEZ, *Gestión de procesos para las Empresas Modernas*. (pág. 33). Madrid: Paidós.
- Serna, H. (2003). *Gerencia estratégica: teoría, metodología, alineamiento, implementación y mapas estratégicos índices de gestión*. Santafé de Bogotá: 3R Editores.
- Serna, H. (2008). Gerencia Estratégica. Décima Edición. En H. Serna, *Gerencia Estratégica. Décima Edición*. Bogotá D.C.: 3R Editores.
- SERVIGENERALES. (2018). *SERVIGENERALES S.A. E.S.P., Programa Para La Prestación Del Servicio Público De Aseo En El Municipio De Facatativá*. [en línea], FACATATIVA: 2018 www.servigeneralesfacatativa.com. Recuperado el 29 de Marzo de 2019, de SERVIGENERALES S.A. E.S.P., Programa Para La Prestación Del Servicio Público De Aseo En El Municipio De Facatativá. [en línea], FACATATIVA: 2018. [Citado www.servigeneralesfacatativa.com: SERVIGENERALES S.A. E.S.P., Programa Para La Prestación Del Servicio Público De Aseo En El Municipio De Facatativá. [en línea], FACATATIVA: 2018. [Citad <http://www.servigeneralesfacatativa.com/wp-content/uploads/20>
- SOLANO, Domingo Valhondo. Gestión del conocimiento: Del mito a la realidad. Madrid, España: Ediciones Diaz de Santos, 2010.
- STUMPO, G. (2004). Pequeñas y medianas empresas y eficiencia colectiva: estudios de caso en América Latina. . En G. STUMPO, *Pequeñas y medianas empresas y eficiencia colectiva: estudios de caso en América Latina*. . Coyoacan: Siglo XXI.
- VIDAL DÍAZ, d. R. (2001). Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial. En d. R. VIDAL DÍAZ, *Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercia* (pág. 15). Madrid, España: ESIC Editorial.
- Vidal, E. (2004). *Diagnóstico organizacional: evaluación sistémica del desempeño empresarial en la era digital*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- VIDAL, E. (2005). Diagnóstico Organizacional. En E. VIDAL, *Diagnóstico Organizacional. 2a ed.* (pág. 4). Bogotá D.C: Ecoe Ediciones.

Weber, M. (1977). *¿Qué es la Burocracia?* Alemania : Libros Tauro.

(s.f.). – RESOLUCIÓN 541 DE 1994 Reglamenta el cargue, descargue, transporte, almacenamiento y disposición final de escombros, materiales concreto y agregados sueltos de construcción.

ANEXOS

Anexo 1. Certificado Registro Cámara de Comercio

CC
Cámara
de Comercio

CAMARA DE COMERCIO DE FACATATIVA
CARRANZA MEJIA BEATRIZ
Fecha expedición: 2018-10-04 10:13:29 Raza No: 1000000000000000 Operación: 01-000-CAJA-00181004-000

CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVÉS DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES CON DESTINO A AFILIADOS
CODIGO DE VERIFICACION 5MS4RS24E

"EL PRIMER JUEVES MÁXIL DE DICIEMBRE DE ESTE AÑO SE ELEGIRÁ JUNTA DIRECTIVA DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE FACATATIVA. LA INSCRIPCIÓN DE LISTAS DE CANDIDATOS DEBE HACERSE DURANTE LA SEGUNDA QUINCENA DEL MES DE OCTUBRE. PARA INFORMACIÓN DETALLADA PODRÁ COMUNICARSE AL TELÉFONO 3125880096 O DIRIGIRSE A LA SEDE PRINCIPAL A LAS SEDES AUTORIZADAS PARA ESTE EFECTO."

CERTIFICADO DE MATRÍCULA MERCANTIL DE PERSONA NATURAL
Con fundamento en las Matriculas e inscripciones del Registro Mercantil.

CERTIFICA

NOMBRE, SIGLA, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO

NOMBRE o RAZÓN SOCIAL: CARRANZA MEJIA BEATRIZ
ORGANIZACIÓN JURÍDICA: PERSONA NATURAL
IDENTIFICACIÓN: Cédula de ciudadanía - 3522354
NIT: 3523754-7
ADMINISTRACIÓN DIAN: BOGOTÁ PERSONAS NATURALES
DOMICILIO: FACATATIVA

MATRÍCULA - INSCRIPCIÓN

MATRÍCULA NO: 29013
FECHA DE MATRÍCULA: ENERO 29 DE 2009
ÚLTIMO AÑO RENOVADO: 2018
FECHA DE RENOVACIÓN DE LA MATRÍCULA: MARZO 21 DE 2018
ACTIVO TOTAL: L. 551.000.00
GRUPO NIIF: 4 - GRUPO III - MICROEMPRESAS

UBICACIÓN Y DATOS GENERALES

DIRECCIÓN DEL DOMICILIO PRINCIPAL: CLLE. 7 NRO 1-32 SUR
MUNICIPIO / DOMICILIO: 25269 - FACATATIVA
TELÉFONO COMERCIAL 1: 3133904524
TELÉFONO COMERCIAL 2: NO REPORTÓ
TELÉFONO COMERCIAL 3: NO REPORTÓ
CORREO ELECTRÓNICO No. 1: beatrixcarranza2015@gmail.com

DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL: CLLE. 7 NRO 1-32 SUR
MUNICIPIO: 25269 - FACATATIVA
TELÉFONO 1: 3133904524
CORREO ELECTRÓNICO: beatrixcarranza2015@gmail.com

CERTIFICA - AFILIACIÓN

EL COMERCIANTE ES UN AFILIADO DE ACUERDO CON LOS TÉRMINOS ESTABLECIDOS EN EL ARTÍCULO 12 DE LA LEY 1727 DE 2014.

CERTIFICA - ACTIVIDAD ECONÓMICA

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA: COMERCIO AL POR MAYOR DE DESPERDICIOS, DESECHOS Y CHATARRA
ACTIVIDAD PRINCIPAL: 04665 - COMERCIO AL POR MAYOR DE DESPERDICIOS, DESECHOS Y CHATARRA

CERTIFICA - ESTABLECIMIENTOS

Página 1/2

Anexo 2 Formato de entrevista

Entrevista

Nombre de la Empresa: _____
Representante legal _____
Nombre de la persona entrevistada: _____
Cargo: _____

1. ¿# actual de colaborador que tiene la empresa?

2. ¿# de contratos; Fijos (1), temporal (1), Obra y labor (6)?

3. ¿Antigüedad de la empresa en años o meses ()?

4. ¿A qué régimen pertenece la organización?

5. ¿La empresa cuenta con sucursales?

6. ¿A qué sector pertenece?

7. ¿Cuál es la actividad económica que desarrolla la empresa?

8. ¿A que tipo de sociedad pertenece la empresa?: Unipersonal__ Soc. Ltda.__ Soc. Anónima__
SAS__ Cooperativa__ Multinacional__
9. ¿Cómo es el proceso de selección de un empleado en esta organización?

10. ¿Cómo La empresa tiene definido su direccionamiento estratégico: misión (), visión (),
objetivos (), valores (), principios ()?
11. ¿La empresa tiene definido el manual de funciones y esta definido?

12. ¿Dentro de sus políticas existe la retroalimentación establecida y se generan los espacios
para aplicar?

13. ¿La empresa capacita a los colaboradores?

Anexo 3. Formato de cuestionario

ENCUESTA

A continuación se presenta una serie de preguntas diseñadas para determinar la motivación del personal, califique para cada respuesta el número que considere pertinente cuya equivalencia es:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

1. ¿la empresa lo tienen afiliado a seguridad social que en la empresa salud eficiente para usted y su familia?
2. ¿los medios que utiliza en el desempeño de sus labores son propicios para desarrollar sus tareas?
3. ¿Cómo se siente respecto a las condiciones físicas de su trabajo?
4. ¿Me siento seguro en mi empleo?
5. ¿Mi trabajo me da un seguro de vida adecuado?
6. ¿me siento con ánimo y energía para realizar adecuadamente mi trabajo?
7. ¿cree que en la empresa se fomenta el compañerismo y la unión entre los colaboradores?
8. ¿creo que mi jefe tiene buenas relaciones laborales conmigo?
9. ¿Considera que la empresa tiene en cuenta sus opiniones respecto a las tareas que está realizando?
10. ¿Recibo algún incentivo (comisión) por parte de la empresa cuando hago un trabajo bien hecho?

PREGUNTA #	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					