

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 6</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2021-09-14</b>
		<b>PAGINA: 1 de 12</b>

16.

<b>FECHA</b>	jueves, 8 de junio de 2023
--------------	----------------------------

Señores  
**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**  
 BIBLIOTECA  
 Ciudad

<b>UNIDAD REGIONAL</b>	Seccional Girardot
------------------------	--------------------

<b>TIPO DE DOCUMENTO</b>	Trabajo De Grado
--------------------------	------------------

<b>FACULTAD</b>	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
-----------------	--

<b>NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO</b>	Pregrado
---	----------

<b>PROGRAMA ACADÉMICO</b>	Administración de Empresas
---------------------------	----------------------------

El Autor(Es):

<b>APELLIDOS COMPLETOS</b>	<b>NOMBRES COMPLETOS</b>	<b>No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN</b>
Cartagena Candía	Cristian Manuel	1070596142
Tafur Torres	Nicolás Alberto	1070619378

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

<b>APELLIDOS COMPLETOS</b>	<b>NOMBRES COMPLETOS</b>
Quiroga Rojas	Diego Edison

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414  
[www.ucundinamarca.edu.co](http://www.ucundinamarca.edu.co) E-mail: [info@ucundinamarca.edu.co](mailto:info@ucundinamarca.edu.co)  
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 6</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2021-09-14</b>
		<b>PAGINA: 2 de 12</b>

<b>TÍTULO DEL DOCUMENTO</b>
Plan Estratégico para la empresa AIRZONE S.A.S. Girardot- Año 2023-2028


<b>SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)</b>

<b>EXCLUSIVO PARA PUBLICACIÓN DESDE LA DIRECCIÓN INVESTIGACIÓN</b>	
<b>INDICADORES</b>	<b>NÚMERO</b>
ISBN	
ISSN	
ISMN	

<b>AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO</b>	<b>NÚMERO DE PÁGINAS</b>
30/05/2023	136

<b>DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)</b>	
<b>ESPAÑOL</b>	<b>INGLÉS</b>
1.Plan estratégico	Strategic plan
2.Diagnostico	diagnostic
3.Girardot	Girardot
4.Manual ABC	Manual ABC
5.Aires Acondicionados	Air conditioners
6.Mantenimiento	Maintenance

<b>FUENTES (Todas las fuentes de su trabajo, en orden alfabético)</b>
Alcaldía de Girardot. ( 1 de septiembre de 2020). <i>Decreto 170</i> . Obtenido de <a href="https://economianaranja.gov.co/media/znfwpaw5/decreto-170-de-2020.pdf">https://economianaranja.gov.co/media/znfwpaw5/decreto-170-de-2020.pdf</a>
Díaz Ortega, C. H. (2010). <i>GERENCIA ESTRATÉGICA COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD EN ENTORNOS CAMBIANTES</i> . Obtenido de <a href="https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7380672.pdf">https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7380672.pdf</a>
MENDOZA RODRIGUEZ, L. P. (2014). <i>DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO 2013-2017 DE LA EMPRESA PATRICIA RAMIREZ</i> . Obtenido de

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 6</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2021-09-14</b>
		<b>PAGINA: 3 de 12</b>

<https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/2433/Dise%20c3%b1o%20del%20Plan%20Estrategico%20a%20la%20Empresa%20Patricia%20Ramirez.%20Lourdes%20Mendoza.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Minsal Pérez, D., & Pérez Rodríguez, Y. (2007)). *Organización funcional, matricial, en busca de una estructura adecuada para la organización*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v16n4/aci101007.pdf>

Aire Acondicionado Total. (2023). *Aire Acondicionado Tipo Cassette*. Obtenido de <https://aireacondicionadototal.com/aire-acondicionado-tipo-cassette/>

Aire Acondicionado Total. (2023). *Partes de un Aire Acondicionado*. Obtenido de <https://aireacondicionadototal.com/partes-de-un-aire-acondicionado/>

Airson Ingenieros. (2023). *¿Qué es un Chiller?* Obtenido de <https://www.airsoningenieros.com/que-es-un-chiller-funcionamiento-y-mantenimiento/>

Anzola Tovar, F., & Quintero Morales, I. (2022). *estudio para la reestructuración y direccionamiento estratégico del restaurante el canecazo en el municipio de Girardot – Cundinamarca*. Obtenido de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12>


Arrieta Jiménez, V., Cervantes Borrero, Y., De la Cruz Lara, L., & López Cadena, D. (2021). La importancia del diagnóstico estratégico en las organizaciones. *ECONÓMICAS CUC*, 42(2), 243-254. doi:<https://doi.org/10.17981/econcuc.42.2.2021.Ensy.1>

Avendaño Pachón, J. L. (2018). *¿La implementación de un diagnóstico organizacional en maderandía cambia el chip de sus trabajadores y ayuda a la mejora?* Universidad Militar Nueva Granada.

Bateman y Snell. (2005). *Administración. (Sexta edición)*. México: McGraw-Hill.

Bestinver. (2023). *Integración horizontal*. Obtenido de <https://www.bestinver.es/terminos/integracion-horizonta/#:~:text=Es%20una%20estrategia%20que%20adopta,el%20crecimiento%20de%20las%20mismas.>

Bravo Rojas, L. M., Valenzuela Muñoz, A., Ramos Vera, P. M., & Tejada Arana, A. A. (2019). *Perspectiva teórica del diagnóstico organizacional*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051021/29062051021.pdf>

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 6</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2021-09-14</b>
		<b>PAGINA: 4 de 12</b>

Calor y Frio. (2023). *Sistemas VRF, la climatización eficiente para edificios y locales - Infografía*. Obtenido de <https://www.caloryfrio.com/aire-acondicionado/aire-acondicionado-comercial/sistemas-vrf-climatizacion-eficiente-edificios-locales-comerciales-infografia.html>

Cámara de Comercio de Bogotá, Cámara de Comercio de Girardot. (2019). *Plan de Competitividad de Girardot: 2017-2019*. Obtenido de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/20628>

Cano del Castillo, A. F., & Cifuentes Salazar, D. A. (2011). *Diseño e implantación de un plan estratégico para la empresa*. Obtenido de [https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2118&context=administracion\\_de\\_empresas](https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2118&context=administracion_de_empresas)

Cartagena Candia, C. M., & Tafur Torres, N. A. (2023). *entrevista propietaria Airzone para análisis inicial en Airzone*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=7WzRu79X4ZU>

Chiavenato, I. (2017). *Planeación Estratégica*. Obtenido de <https://www.casadellibro.com.co/libro-planeacion-estrategica/9781456256630/5765946>

CLIMATE-DATA.ORG. (2022). *Clima: Girardot*. Obtenido de <https://es.climate-data.org/america-del-sur/colombia/cundinamarca/girardot-876022/>


Congreso de la república. ( 23 de mayo de 2017). *Ley 1834*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/0f6ed3c9-0fbd-465e-9069-70928b248d18/Ley-1834-quot;POR-MEDIO-DE-LA-CUAL-SE-FOMENTA-LA-E.aspx>

Congreso de la república de Colombia. (2000). *Ley 590*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>


Congreso de la república de Colombia. (2014). *Ley 1014*. Obtenido de <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

Congreso de la república de Colombia. (31 de diciembre de 2020). *Ley 2069*. Obtenido de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202069%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf>

Córdoba, A. (2005). *El reto de la gestión empresarial*. . Madrid: ediciones Deusto.

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 6</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2021-09-14</b>
		<b>PAGINA: 5 de 12</b>

- Corporacion Autonoma Regional. (2014). *Manual de Buenas practicas en refrigeracios*. Obtenido de <https://www.car.gov.co/uploads/files/5b59ed847ae74.pdf>
- Currás Pérez, R. (2010). Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación. *Teoría y Praxis*, 9-34. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145285002>
- Diansa. (2017). *Principales problemas de un aire acondicionado*. Obtenido de <http://diansa.com/blog/2017/06/26/problemas-aire-acondicionado/>
- Economipedia. (3 de agosto de 2020). *estrategia de integración*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-integracion.html#:~:text=Seguidamente%2C%20la%20integraci%C3%B3n%20hacia%20adelante,el%20beneficio%20de%20la%20distribuci%C3%B3n>
- E-ficiencia. (2023). *Aire acondicionado: tipos, funcionamiento y consumo*. Obtenido de <https://e-ficiencia.com/tipos-de-aire-acondicionado-elige-mejor-sistema/>
- Francés, A. (2001). *Estrategia para la empresa en América Latina*. Obtenido de [https://books.google.co.ve/books/about/Estrateg%3%ADa\\_para\\_la\\_empresa\\_en\\_Am%3%A9rica.html?id=kUC3AAAAIAAJ](https://books.google.co.ve/books/about/Estrateg%3%ADa_para_la_empresa_en_Am%3%A9rica.html?id=kUC3AAAAIAAJ)
- Fred R. , D. (2013). *Conceptos de administración estratégica*. México: Pearson Educación. Obtenido de ;(2013); Conceptos de administración estratégica; Pearson Educación; México
- García, María; Ibarra, Luis. (s.f.). *Diagnóstico del Clima Organizacional del Departamento de Educación de la Universidad de Guanajuato*. México: Universidad de Guanajuato.
- Gómez Serna , H. (2008). *Gerencia-estratégica*. Obtenido de [https://www.academia.edu/12171098/Libro\\_gerencia\\_estrategica\\_humberto\\_serna\\_gomez\\_140615221927\\_phpapp0](https://www.academia.edu/12171098/Libro_gerencia_estrategica_humberto_serna_gomez_140615221927_phpapp0)
- Gonzales Salazar, J. M. (2023). *Plan Estratégico Para la Competitividad Empresarial en una Empresa de Joyería, Chiclayo* . Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/111236/Gonzales\\_SJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/111236/Gonzales_SJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado , C., & Baptista Lucio , M. (2014). *Metodología de la investigación Sexta edición*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- ingemecanica. (2023). *Tecnología Inverter en Sistemas de Climatización*. Obtenido de <https://ingemecanica.com/tutorialsemanal/tutorialn253.html>
- Instituto Europeo de Posgrados. (2023). *Matriz de Ansoff: estrategias de mercado;*. Obtenido de <https://www.iep.edu.es/matriz-de-ansoff-estrategias-de-mercado/#:~:text=EI%20desarrollo%20del%20mercado%20es,utilizar%20nuevos%20canales%20de%20distribuci%C3%B3n>
- Koontz, Harold y Weihrich, Heinz. (2004). *Administración: Una perspectiva*

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 6</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2021-09-14</b>
		<b>PAGINA: 6 de 12</b>

*global*. México: McGraw-Hill.

LG. (2023). *Multi Split*. Obtenido de <https://www.lg.com/cac/business/multi-split>

Lugares Que Ver.com. (2023). *Girardot*. Obtenido de <https://lugaresquever.com/wiki/girardot>

Mendoza Espinales, D. (s.f.). *Inspección Del Sistema de Aire Acondicionado, Diagnostico y Reparación*. Obtenido de <https://es.scribd.com/presentation/530020149/12-Inspeccion-del-sistema-de-aire-acondicionado-diagnostico-y-reparacion#>

Ministerio de trabajo y asuntos sociales. (s.f.). *NTP 243: Ambientes cerrados: calidad del aire*. Obtenido de [https://www.insst.es/documents/94886/327166/ntp\\_243.pdf/9f6cbba4-ac26-4d0b-aae7-068ca6e66914](https://www.insst.es/documents/94886/327166/ntp_243.pdf/9f6cbba4-ac26-4d0b-aae7-068ca6e66914)

Mundo HVACR. (2023). <https://www.mundohvacr.com/2007/11/el-compresor-parte-fundamental-en-los-sistemas-de-refrigeracion/>. Obtenido de El Compresor: Parte Fundamental en los Sistemas de Refrigeración

OCR Latinoamerica. (2021). *Limpieza y desinfección en sistemas de aire acondicionado*. Obtenido de <https://www.acrlatinoamerica.com/2021100510064/articulos/aire-acondicionado-y-ventilacion/limpieza-y-desinfeccion-en-sistemas-de-aire-acondicionado.html>

Olaya Devia , D., & Sánchez Trujillo , Y. (2022). *Propuesta de reestructuración organizacional de la microempresa san miguel arcángel Girardot;*. Obtenido de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/4215/Propuesta>


Oliveira Da Silva, R. (2002). *Teorias de la Administración*. Internacional Thompson.

OVACEN. (2023). *Tipos de sistemas de climatización y ejemplos*. Obtenido de <https://ovacen.com/tipos-sistemas-de-climatizacion-ejemplos/>

Portal Renovetec. (2023). *Tipos de Mantenimiento* . Obtenido de <http://www.renovetec.com/590-mantenimiento-industrial/110-mantenimiento-industrial/305-tipos-de-mantenimiento>


Porter, M. E. (1900). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=wV4JDAAQBAJ&dq=La+matriz+de+Po>



	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 6</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2021-09-14</b>
		<b>PAGINA: 7 de 12</b>

ter+es+una+herramienta+que+permite+evaluar+el+entorno+competitivo+en+el+que+opera+una+empresa+y+dise%C3%B1ar+una+estrategia+adecuada+para+enfrentarlo&lr=&hl=es&source=gbs\_navlinks\_s

- Prieto Herrera, J. E. (2011). *Gestión estratégica organizacional: guía práctica para el diagnóstico empresarial*. 3ª ed. Bogotá: file:///D:/Escritorio/Dialnet-GerenciaEstrategicaComoFactorDeCompetitividadEnEnt-7380672.pdf.
- Pulido Riveros, M. B. (2008). *Estrategia y Modelos Estratégicos*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5137671.pdf>
- Refri-Climas. (2023). *Aire Acondicionado Suelo Techo. Cómo Funciona, Ventajas*. Obtenido de <https://www.refri-climas.com/aire-acondicionado-suelo-techo/>
- República de Colombia. (1991). *Constitución Política de Colombia*. Obtenido de <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333>
- Robbins, E.P. & Decenzo, D.A. (2002). *Fundamentos de la Administración tercera edición*. México: Pearson Prentice Hall.
- Rocha Nieto, N. (2010). *Diseño de una Metodología de Diagnóstico para Empresas Productoras de Flores Tropicales y Follajes en el Eje Cafetero*. Bogotá: UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA .
- Safetyculture. (2023). *¿Qué es el mantenimiento correctivo?* Obtenido de <https://safetyculture.com/es/temas/mantenimiento-preventivo-y-correctivo/>
- Safetysure. (2023). *¿Qué es el mantenimiento correctivo?* Obtenido de <https://safetyculture.com/es/temas/mantenimiento-preventivo-y-correctivo/>
- Sánchez Galán, J. (30 de septiembre, 2015). *Estrategias de producto*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategias-de-producto.html>
- Serna, H. (2008). *Gerencia Estratégica, Teoría - Metodología, alineamiento, implementación y mapas estratégicos, índices de gerencia*. Bogotá: Colombia: 3R editores.
- Soriano Rodríguez, J. A., & Barbosa González, B. (2022). *propuesta de reestructuración organizacional para la empresa ACUA S.A.S. Girardot-año 2022*. Obtenido de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/465>
- Teece, D., Pisano, G., & Schuen, A. (1997). *Dynamic capabilities and strategic management*. *Strategic Management Journal*, Vol. 18.
- Thompson, A., & Strickland, A. (2004). *Administración Estratégica, Thompson 18va edición*. Obtenido de [https://www.academia.edu/28414430/Administraci%C3%B3n\\_Estrat%C3%A9gica\\_Thompson\\_18va](https://www.academia.edu/28414430/Administraci%C3%B3n_Estrat%C3%A9gica_Thompson_18va)
- Torreblanca, F. (2014). *Estrategias de diversificación: definición y tipos*. Obtenido de <https://www.esic.edu/rethink/management/estrategias-de-diversificacion-definicion-y-tipos>
- Universidad pedagógica y Tecnológica regional Colombiana. (2006). *El*

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 6</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2021-09-14</b>
		<b>PAGINA: 8 de 12</b>

*Mantenimiento General.* Obtenido de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/1297/RED-70.pdf?sequence=1>

Valdez Rivera, S. (1998). *Diagnóstico Empresarial. Método para Identificar, Resolver y Controlar Problemas en las Empresas.* México: Trillas.

Vite Querebalu, J. M. (2023). *Plan estratégico para la rentabilidad de una boutique de ropa para caballeros, Chiclayo.* Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/108238>

### RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

Se diseñó un plan estratégico para la empresa AIRZONE S.A.S donde se establecieron estrategias adecuadas mediante el diagnóstico previo de la empresa y se implementaron algunas de ellas.

Dentro estas estrategias podemos encontrar algunas en la parte administrativa, comercial y operativa las cuales se desarrollaron a la medida bajo la supervisión de la misma empresa.

A strategic plan was designed for the company AIRZONE S.A.S where appropriate strategies were established through the previous diagnosis of the company and some of them were implemented.

Within these strategies we can find some in the administrative, commercial and operational part which were developed to measure under the supervision of the same company.


### AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:

Marque con una "X":




	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 6</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2021-09-14</b>
		<b>PAGINA: 9 de 12</b>

<b>Autorizo (Autorizamos)</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	x	
2. La comunicación pública, masiva por cualquier procedimiento o medio físico, electrónico y digital.	x	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	x	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	x	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 6</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2021-09-14</b>
		<b>PAGINA: 10 de 12</b>

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

**NOTA:** (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

**Información Confidencial:**

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

**SI \_\_\_ NO x**

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos) en carta adjunta, expedida por la entidad respectiva, la cual informa sobre tal situación, lo anterior con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

**LICENCIA DE PUBLICACIÓN**

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).
- b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.
- c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos)

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca

Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414

[www.ucundinamarca.edu.co](http://www.ucundinamarca.edu.co) E-mail: [info@ucundinamarca.edu.co](mailto:info@ucundinamarca.edu.co)

NIT: 890.680.062-2

 <b>UDECA</b> UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 6</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2021-09-14</b>
		<b>PAGINA: 11 de 12</b>

el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.




j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



**Nota:**

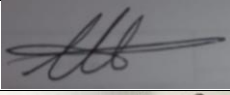
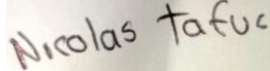
Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

	<b>MACROPROCESO DE APOYO</b>	<b>CÓDIGO: AAAR113</b>
	<b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>	<b>VERSIÓN: 6</b>
	<b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b>	<b>VIGENCIA: 2021-09-14</b>
		<b>PAGINA: 12 de 12</b>

<b>Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Nombre completo del proyecto.pdf)</b>	<b>Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)</b>
1. Plan Estratégico para la empresa AIRZONE S.A.S. Girardot- Año 2023-2028	texto, imágenes
2.	
3.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

<b>APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS</b>	<b>FIRMA (autógrafo)</b>
Cartagena Candía Cristian Manuel	
Tafur Torres Nicolás Alberto	

21.1-51-20.

**Plan Estratégico para la empresa**  
**AIRZONE S.A.S. Girardot- Año 2023-2028**

**Estudiantes**

**Cristian Manuel Cartagena Candía**

**Nicolás Alberto Tafur Torres**

**Trabajo De Grado Para Obtener El Título De Administrador De Empresas**

**Universidad De Cundinamarca**

**Facultad De Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables Programa De**

**Administración De Empresas**

**Girardot**

**2023**

**Plan Estratégico para la empresa**  
**AIRZONE S.A.S. Girardot- Año 2023-2028**

**Estudiantes**

**Cristian Manuel Cartagena Candía**

**Nicolás Alberto Tafur Torres**

**Asesor**

**Diego Edison Quiroga**  
**Docente T.C.O**

**Universidad De Cundinamarca**

**Facultad De Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables Programa De**

**Administración De Empresas**

**Girardot**

**2023**



## Tabla De Contenido

1.	Titulo.....	10
	1.1 Área de Investigación.....	10
	1.2. Línea de Investigación .....	10
2.	Problema de investigación.....	11
	2.1. Formulación de Pregunta Problema.....	13
3.	Objetivos .....	14
	3.1. Objetivo General.....	14
4.	Justificación.....	15
5.	Marco De Referencia .....	17
	5.1. Marco de antecedentes .....	17
	5.2. Marco Teórico .....	19
	5.3. Perspectiva teórica del diagnóstico organizacional.....	19
	5.4. Gerencia estratégica.....	20
	5.5. Misión, visión y Objetivos estratégicos del proyecto.....	22
	5.6. Administración estratégica.....	23
	5.3. Marco Legal.....	25
	5.3.1. Desde la perspectiva nacional.....	25
	5.3.2. Desde la perspectiva local .....	26

5.4. Marco Geográfico .....	27
5.4.1. A nivel Macro económico .....	27
5.4.2. A nivel micro económico .....	28
5.5. Marco Conceptual.....	28
5.5.1. Estructura organizacional .....	28
5.5.2. Organigrama de UEN.....	29
5.5.3. Estrategia de integración hacia adelante.....	29
5.5.4. Estrategia de integración hacia atrás .....	29
5.5.5. Estrategia de integración horizontal.....	29
5.5.6. Estrategia de Penetración de mercado.....	30
5.5.7. Estrategia de desarrollo del mercado .....	30
5.5.8.Estrategia de desarrollo de producto .....	30
5.5.9. Estrategia de diversificación no relacionada .....	30
6. Metodológica De La Investigación.....	31
6.1. Tipo de Investigación.....	31
6.2. Técnicas de recolección de la información .....	31
6.3. Caracterización de la población.....	32
6.4. Recursos .....	33
7. Capítulo 1: Análisis Interno Y Externo De La Estructura Organizacional Actual De	

La Empresa Airzone S.A.S.....	34
7.1.    Encuesta .....	34
7.2.    Pre-diagnóstico de la compañía.....	39
7.2.1.  Plataforma Institucional de la Compañía .....	39
7.2.2.  Procesos de la compañía identificados .....	40
7.3.    Matriz de Porter .....	43
7.4.    Matriz Pestel.....	45
7.5.    Matriz PCI .....	48
7.6.    Matriz MEFI.....	50
7.7.    Matriz POAM.....	51
7.8.    Matriz MEFE.....	52
7.9.    Matriz IE .....	53
7.10.   Matriz PEYEA.....	54
8.    Capítulo 2: Formulación de Estrategias Optimizadoras para la Organización En Las	
56	
8.1.    Perspectivas Comercial, Administrativa Y Operativa. ....	56
8.2.    Matriz DOFA.....	56
8.3.    Estrategias establecidas de optimización .....	58
8.3.1.  Propuesta deManual de Funciones .....	60

8.3.2. Propuesta de Manual ABC.....	91
9. Capítulo 3: Planes de Acción Con Métricas de Seguimiento e Indicadores de Rendimiento.113	
9.1. Estrategias Comercial .....	113
9.2. Estrategias Administrativas .....	116
9.3. Estrategias Operativas.....	121
Conclusiones .....	126
Cronograma Del Proyecto.....	128
Bibliografía .....	129

#### **TABLA DE FIGURA**

Tabla 1 Costos Estimados.....	33
Tabla 2 Formato De Comprobante AIRZONE S.A.S. ....	80
Tabla 3 formato de solicitud .....	96
Tabla 4 Matriz PCI .....	48
Tabla 5 Matriz MEFI.....	50
Tabla 6 Matriz POAM .....	51
Tabla 7 Matriz MEFE.....	52
Tabla 8 Factores de la matriz Peyea .....	54
Tabla 9 Estrategias Comerciales .....	113
Tabla 10 Estrategias administrativas .....	116

Tabla 11 Estrategias Operativas .....	121
Tabla 12 Costo total.....	125
Tabla 13 Cronograma del proyecto .....	128

### **Ilustraciones del Proyecto**

Ilustración 1 Modelo analítico para la formulación de estrategias....**¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 2 Pregunta 1 a Clientes ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 3 Pregunta 2 ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 4 Pregunta 3 clientes ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 5 Pregunta 5 clientes ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 6 Pregunta 6 clientes ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 7 Pregunta 7 clientes ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 8 pregunta 8 clientes..... **¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 9 Pregunta 9 cliente..... **¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 10 Pregunta 10 clientes..... **¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 11 Encuesta empleados ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 12 pregunta 2 empleados ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 13 Pregunta 3 empleados..... **¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 14 Pregunta 4 empleados..... **¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 15 pregunta 5 Empleados ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 16 Pregunta 6 empleados..... **¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 17 Pregunta 17 empleados..... **¡Error! Marcador no definido.**

Ilustración 18	Pregunta 8 empleados.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 19	Pregunta 9 empleados.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 20	Pregunta 10 empleados.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 21	Pregunta 1 desde la Gerencia.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 22	Pregunta 2 desde la Gerencia.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 23	Pregunta 3 desde la Gerencia.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 24	Pregunta 4 desde la Gerencia.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 25	Pregunta 5 desde la Gerencia.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 26	Pregunta 6 desde la Gerencia.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 27	Pregunta 7 desde la Gerencia.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 28	Pregunta 8 desde la Gerencia.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 29	Pregunta 9 desde la Gerencia.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 30	Misión AIRZONE S.A.S. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 31	Visión AIRZONE S.A.S. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 32	Objetivos Gerenciales AIRZONE S.A.S. ....	39
Ilustración 33	Logo Oscuro AIRZONE S.A.S. ....	39
Ilustración 34	Logo claro de AIRZONE S.A.S. ....	40
Ilustración 35	Flujograma de servicio .....	40
Ilustración 36	Proceso de mantenimiento preventivo.....	41
Ilustración 37	Proceso de compras de suministros y materiales .....	41
Ilustración 38	proceso de gestión de facturas y pagos a proveedores de la empresa	
AIRZONE S.A.S.	.....	42



Ilustración 39 Matriz de Porter.....	43
Ilustración 40 PESTEL.....	45
Ilustración 41 Matriz Interna y Externa.....	53
Ilustración 42 Grafica Peyea.....	54
Ilustración 43 Matriz DOFA.....	56
Ilustración 44 Estrategias de optimización.....	58

## **1. Título**

Plan Estratégico Para La Empresa AIRZONE S.A.S. Girardot- Año 2023-2028

### **1.1 Área de Investigación**

Gestión de las organizaciones y sociedad.

### **1.2.Línea de Investigación**

Desarrollo Organizacional

## 2. Problema de investigación

Girardot, un municipio de Cundinamarca considerado uno de los epicentros del desarrollo económico, educativo y de centro administrativo de infraestructura y de servicios además de ser centro regional de salud dentro de la subregión con clara distinción en el crecimiento de la economía hacia el turismo dentro y fuera de la ciudad con sus municipios cercanos del que forma de manera informal y por acción propia de la dinámica económica, una zona de conurbación. Dentro de la dinámica del ecosistema financiero de estos municipios se observa a las pymes crecer gracias a la ubicación estratégica entre municipios como Ricaurte, Flandes, Tocaima y un poco más lejos, pero con pertinencia dentro de la conurbación a espinal con quien comparte su liderazgo no solo económico sino también poblacional. (Cámara de Comercio de Bogotá, Cámara de Comercio de Girardot, 2019)

Aunque las condiciones externas del ambiente donde las Pymes ejercen su actividad económica es súper importante, la estructura interna y la construcción de estrategias, plataformas institucionales y objetivos propios de los direccionamientos estratégicos que entregan un norte a las organizaciones.

La empresa Airzone S.A.S. ..., surge en 2014 con domicilio en la Manzana 21 casa 13 barrio Kennedy en Girardot, Cundinamarca, sus dueños son Andrés Fernando Ruiz Barrios y Diego Mauricio Coronado Coronado, cuenta actualmente con 10 empleados y nace como respuesta a la necesidad de ofertar productos, suministros y servicios de refrigeración tales como equipos de aire acondicionado “Tipo Casete, Paquete, Chiller, Mini Split, Multi Split, Piso Techo y centrales”, Tecnología convencional e invertir, Mantenimiento preventivo y correctivo de aires acondicionados, Instalación de equipos de aire acondicionado y Instalación y mantenimiento de

ductos de ventilación de aires acondicionados.

Sin embargo, la gerencia no posee nociones de estrategias y su estilo de dirección está marcado por ser informal, el área administrativa se encuentra asumida por una sola persona y todos los empleados llenan informes y asumen roles administrativos sin tener las facultades para hacerlo, generando un desorden y desconocimiento de las tareas realizadas o de los gastos y costos incurridos así como la cultura corporativa se encuentra dispersa (misión y visión desactualizados, sin objetivos gerenciales, sin políticas de calidad, sin organigrama de la empresa) manteniendo un estilo de dirección enfocado a los resultados sin ningún tipo de diagnóstico estratégico. (Cartagena Candia & Tafur Torres, 2023)

A lo anterior se suma el área de ventas que no persigue objetivos claros, así como tampoco tienen estrategias de ventas debido a que el área operativa en sus inicios asumía la función comercial y técnica y esta separación aún no se ve visible del todo. razón por la cual se ve desperdiciada la fuerza comercial. Desde un punto de vista comercial, la empresa AIRZONE S.A.S. . no maneja estrategias de mercadeo asertivas, así como eficientes para llegar a su cliente final, tampoco tienen claro cuál es su grupo de interés.

En el caso de la distribución espacial las zonas administrativas no están bien distribuidas en el espacio reducido, la zona de almacenamiento y repuestos se encuentran bien delimitadas pero el resto del espacio no se aprovecha mejor. La empresa tampoco cuenta con manual del empleado, manual de funciones; en general se tiene la percepción de que existe una debilidad en los procesos que deben hacer en cada dependencia y se asumen labores en conjunto conforme a van llegando, esto tiene un efecto directo en la capacidad de producción que cada colaborador

desconociendo así la capacidad instalada de cada empleado para la ejecución de sus labores. La parte financiera se maneja de manera empírica y se limitan solo a sumar y a restar para el manejo de la ejecución de la caja, dependiendo de contratos grandes y cíclicos para sostener la nómina, pero desconociendo si existen o no realmente ganancias, pese a que poseen departamento contable, este se encuentra tercerizado y se limita exclusivamente a la acusación y presentación de formularios.

El problema principal es la desorganización de la estructura, la falta de empleados para asumir funciones y la falta de estrategia administrativa que condena a la organización a trabajar por el logro solamente descuidando la estrategia. Sin una correcta reestructuración de la plataforma institucional y construcción de estrategias empresariales comerciales la empresa puede presentar problemas más grandes en la medida que pueda ir creciendo sin descartar la idea de que una falta de organización puede contribuir a la quiebra en el momento en que la empresa atraviese por una crisis de capital.

### **2.1. Formulación de Pregunta Problema**

¿Cómo reestructurar la empresa AIRZONE S.A.S. para que responda efectivamente a las necesidades del mercado?

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo General**

Diseñar plan estratégico para la empresa AIRZONE S.A.S. en el periodo 2023-2028

Objetivo Específico

- Realizar un análisis interno y externo de la estructura organizacional actual de la empresa AIRZONE S.A.S.
- Formular estrategias optimizadoras para la organización en las perspectivas Comercial, administrativa y operativa.
- Diseñar plan de acción con métricas de seguimiento e indicadores de rendimiento.



#### 4. Justificación

Para Hernández, Collado y Baptista (2014), En una investigación, además de establecer los objetivos y la pregunta a resolver, es crucial justificar la realización del estudio. La mayoría de las investigaciones tienen un propósito definido y no se llevan a cabo sin una razón válida. Es esencial que este propósito sea lo suficientemente significativo para justificar la investigación. En muchos casos, también es necesario explicar por qué es conveniente realizar el estudio y cuáles son los beneficios que se esperan obtener.

Para la determinación de la conveniencia del proyecto Hernández, Collado y Baptista sugieren criterios de evaluación para medir el potencial de una investigación y su importancia desde la perspectiva de la conveniencia, la relevancia social, sus implicaciones prácticas, el valor teórico y su utilidad metodológica. (Hernández Sampieri, Fernández Collado , & Baptista Lucio , 2014)

Con base en lo anterior se puede entonces justificar el desarrollo de la investigación a nivel de conveniencia el desarrollo del diagnóstico y posterior plan estratégico permitirá a la empresa AIRZONE S.A.S. mejorar sus capacidades y hacer un mejor uso de manera eficiente de los recursos con los cuales dispone para la ejecución de sus labores diarias. (Hernández Sampieri, Fernández Collado , & Baptista Lucio , 2014)

la mejoría en la eficiencia de los procesos y la creación de una hoja de ruta para la transformación de la empresa significa también una mejora a nivel práctico en los procesos de la organización y en el orden de la fuerza laboral para el desarrollo de la fuerza laboral y también para el bienestar y proyecto de vida de los colaboradores de la empresa.

Lo anterior tiene un impacto positivo dentro de la actividad comercial de la ciudad de

Girardot ya que, a nivel social, el desarrollo de la presente investigación significa un aporte distintivo a la economía local de la ciudad y al bienestar y estilo de vida de los ciudadanos y empresas que entran dentro de los grupos de interés de la organización de manera directa y de las familias de los empleados y su círculo más cercano de manera indirecta.

Dentro del contexto nacional, los planes de direccionamiento han significado

Todo este proceso planteado anteriormente pretende aportar como valor teórico la aportación de cómo es el funcionamiento medio de las PYMES en la ciudad de Girardot y deja una radiografía de cuáles pueden ser las fallas iniciales en las que se incurre al momento de emprender la iniciativa comercial. A raíz del crecimiento demográfico que toma lugar en los municipios de la conurbación, la puesta en marcha del plan estratégico permitirá que se construya una propuesta de respuesta a la posible demanda de expansión que la expansión demográfica de la conurbación puede presentarse.

Finalmente, el desarrollo de la investigación y el análisis de las falencias contribuyen a nivel metodológico en los diagnósticos expuestos una contribución acertada a modelos futuros propuestos por entidades públicas o académicas además de que, dentro de la academia, la presente investigación servirá de estructura guía para futuros estudiantes de administración que necesiten de guía para la elaboración de sus investigaciones además de significar una experiencia para los desarrolladores del proyecto debido a que les permite implementar todo lo aprendido a lo largo de la carrera como administradores de empresas.

## 5. Marco De Referencia

### 5.1.Marco de antecedentes

Para la construcción del marco de antecedentes se toman trabajos correlacionados y con el mismo tipo de estructura para sobre ellos basar mejora la investigación, en este caso, en empresas. (Hernández Sampieri, Fernández Collado , & Baptista Lucio , 2014)

Dentro de la documentación buscada se encontró el proyecto de Gonzales titulado “plan estratégico para la competitividad empresarial en una empresa de joyería, chiclayo” (Gonzales Salazar, 2023) muestra un plan estratégico que busca diagnosticar a través de la muestra seleccionada por medio de entrevistas cuyas preguntas han sido validadas por expertos para posteriormente construir con base a esas entrevistas planes de acción y seguimiento acorde a las necesidades del grupo objetivo, a través de las entrevistas o encuestas es posible validar la necesidad del público segmentado objetivo a quien se dirige y sobre este mismo implementar estrategias que mediante planes de acción del respuesta óptima a lo que se requiere.

De acuerdo a lo anterior Vite (2023), quien a través de su estudio “plan estratégico para la rentabilidad de una boutique de ropa para caballeros, chiclayo” a través de una encuesta validada por profesionales de su institución, identifico los problemas externos e internos para después mediante la matriz DOFA implementar estrategias que pudieran responder con los factores más relevantes del mercado y poder efectuar así los planes de acción que posicionaran a la empresa de manera más eficiente en el mercado.

Del plano nacional se identificó a Lourdes ( MENDOZA RODRIGUEZ, 2014), quien a través de su trabajo de grado “diseño del plan estratégico 2013-2017 de la empresa patricia ramirez” realiza un análisis de las condiciones externas del mercado nacional y luego a través del

uso de matrices realiza el análisis desde la perspectiva interna, para posteriormente emitir estrategias acertadas que permitan la construcción de los planes de acción.

En el mismo orden nacional encontramos el proyecto “Diseño e implantación de un plan estratégico para la empresa Disempack Ltda” de Cano y Cifuentes (Cano del Castillo & Cifuentes Salazar, 2011) quienes a través de del análisis financiero previa autorización de los propietarios y mediante las matrices POAM, PCI y DOFA se establece un análisis interno y externo de la situación actual de la empresa para después mediante el uso de la Matriz Interna y Externa se proponga construir estrategias aplicables al corto mediano y largo plazo para después medirlas dentro de la organización.

En el proyecto de Soriano y Barbosa titulado propuesta de reestructuración organizacional para la empresa Acua S.A.S. Girardot- año 2022 se da inicio al proyecto con una definición del modelo o pasos a seguir, explicando las herramientas a utilizar en el pre diagnóstico explicando la conexión entre el uno y el otro a fin de conseguir cuantificar lo observado bajo el criterio de los autores del documento. (Soriano Rodríguez & Barbosa González , 2022)

Con la metodología establecida se realiza un proceso de pre diagnóstico, para el caso de Olaya y Sánchez en su propuesta de reestructuración organizacional de la microempresa san miguel arcángel Girardot (2022) se aborda un diagnóstico interno involucrando todos los miembros de la organización y los clientes para identificar la estructura actual, también se aborda el modo en que se ejecutan los procesos y las características finales del producto; esto con el fin de dar a los investigadores una noción base que acompañada por los instrumentos tales como encuestas o grupos focales permite ejecutar un diagnóstico lo más acertado posible a la

situación actual.

Para el caso del “estudio para la reestructuración y direccionamiento estratégico del restaurante el Canecazo en el municipio de Girardot – Cundinamarca” a cargo de Anzola y Quintero los diagnósticos tienen dos divisiones, uno inicial donde se encarga de recoger los aspectos generales internos y externos para identificar de manera interna y externa las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas para posteriormente proponer a través de una confrontación de la información las mejores estrategias y la posición gerencial que se debe tomar para definir dichas estrategias, para el caso del “Canecazo”, estas estrategias generadas se tradujeron en la realización de planes de acción con indicadores de cumplimiento que para el caso del proyecto, se quedaron en propuestas y no en implementaciones. (Anzola Tovar & Quintero Morales, 2022)

### **5.2.Marco Teórico**

Para Sampieri, Fernández y Baptista, la construcción del marco teórico puede considerarse un proceso y un producto. Se conoce como el apartado donde el autor puede mediante una inmersión de conocimiento dentro de todo lo existente a fin de conseguir vincular toda la información hacia el enfoque escogido a fin de resolver los problemas. (Hernández Sampieri, Fernández Collado , & Baptista Lucio , 2014)

### ***5.3.Perspectiva teórica del diagnóstico organizacional***

Para los teóricos Bravo, Valenzuela, Ramos y Tejada el diagnóstico organizacional es un estudio especializado requerido por toda organización que tiene como principal responsabilidad evaluar la situación estratégica actual de la empresa y su visión de futuro (Bravo Rojas,, Valenzuela Muñoz, , Ramos Vera, & Tejada Arana, 2019)

Ante esto, francés (Francés, 2001) opina que el diagnóstico organizacional enfatiza en el análisis del entorno identificando oportunidades y amenazas de la organización, de igual manera, los análisis internos para identificar las fortalezas y debilidades, también explica que a través de la combinación de medios es posible alcanzar objetivos en forma de incertidumbre y que, a falta de esta última, no se necesitan una formulación estratégica. Otros teóricos como Thompson y Strickland (2004) opinan que un diagnóstico encierra dos importantes factores a la hora de ejercer un diagnóstico, el primero puede definirse como las condiciones competitivas y de la industria y el segundo las capacidades competitivas, sus recursos, las fortalezas y debilidades internas, y la posición en el mercado que en la que se encuentran las empresas al momento del diagnóstico. (Thompson, & Strickland, 2004)

#### ***5.4. Gerencia estratégica***

Para Serna (2008), la gerencia estratégica es un proceso que se enfoca en diseñar, implementar y controlar acciones y decisiones que permitan a una organización lograr sus metas y objetivos a largo plazo. Este proceso comienza con la definición clara de la visión y misión de la empresa, que representan el futuro deseado de la organización y su propósito fundamental.

Teniendo en cuenta lo anterior, para Serna (2008) la gerencia estratégica tiende a enfocarse en la creación de valor para los clientes y accionistas de la empresa, lo que implica identificar las necesidades de los clientes y diseñar una oferta de productos o servicios que satisfagan esas necesidades de manera única y diferenciada. Además, destaca la importancia de la innovación en la estrategia empresarial, ya sea en productos, procesos, modelos de negocio o en cualquier otra área que permita a la empresa diferenciarse y crear valor de manera sostenible.

Cuando se trata de dimensionar la estrategia, Chiavenato (2017) propone que la

Gerencia estratégica sea vista como un proceso continuo y sistemático que implica la planificación, implementación y evaluación de las acciones y decisiones que permitan a una organización alcanzar sus objetivos y metas a largo plazo. Este proceso se basa en la definición clara de la visión, misión y valores de la organización, así como en un análisis riguroso del entorno y de la propia empresa para identificar oportunidades y amenazas, y fortalezas y debilidades.

La gerencia estratégica implica también la formulación de estrategias adecuadas para lograr los objetivos y metas a largo plazo de la organización, y la implementación efectiva de planes de acción para llevar a cabo dichas estrategias. Además, Chiavenato (2017) destaca la importancia de la gestión del cambio organizacional y el liderazgo efectivo para asegurar la adaptación de la organización al entorno y la innovación constante en la estrategia empresarial.

La implementación de planes de acción es un elemento clave de la gerencia estratégica, lo que implica llevar a cabo las estrategias formuladas con un liderazgo efectivo, una cultura organizacional alineada con la estrategia y una estructura organizativa adecuada. Además, se requiere de un seguimiento y control constante para asegurar que se están logrando los resultados esperados y hacer ajustes en caso necesario.

Dentro de las organizaciones siempre existen factores condicionantes que determinan o fuerzan situaciones que enmarcan la condición del mercado, al respecto Porter (2008) define la gerencia estratégica como un proceso continuo y sistemático que implica la identificación de las oportunidades y amenazas del entorno, el análisis de la posición competitiva de la empresa en la industria, y la formulación y ejecución de una estrategia adecuada para lograr una ventaja competitiva sostenible.

Porter (2008) destaca que la estrategia de la empresa debe estar enfocada en lograr una ventaja competitiva sostenible a largo plazo, la cual se puede lograr mediante la implementación de una de las tres estrategias genéricas: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque. La elección de la estrategia depende de la posición de la empresa en la industria y de sus fortalezas y debilidades.

Además, Porter (2008) propone el modelo de las cinco fuerzas, que permite analizar el entorno competitivo de la empresa y la rentabilidad de la industria. Las cinco fuerzas son: amenaza de nuevos competidores, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los clientes, amenaza de productos sustitutos y la intensidad de la rivalidad entre competidores existentes.

Porter (2008) también destaca la importancia de la cadena de valor, que representa todos los procesos y actividades que conforman el negocio de la empresa, desde la recepción de materiales hasta la entrega del producto o servicio al cliente. Porter (2008) propone que la empresa debe analizar cada uno de los procesos de la cadena de valor para identificar oportunidades de mejorar la eficiencia y la eficacia en cada uno de ellos, lo que puede llevar a una ventaja competitiva sostenible.

### ***5.5.Misión, visión y Objetivos estratégicos del proyecto***

Ampliando aún más la definición de lo que se ha podido ver sobre diagnóstico y planeación estratégica, la visión y la misión y los objetivos del proyecto. (Thompson, & Strickland, 2004) Hablar de la visión es entender y definir hacia donde la organización quiere



llegar para luego establecer una proclamación de dichas intenciones sobre el proceso que se quiere alcanzar en el futuro, y estos no pueden quedarse sobre la parte financiera sino más bien deben ser objetivos calculables que involucren a los colaboradores de la organización. Ahora bien, la misión también debe responder al cuestionamiento de la esencia de la función de la compañía enseñando su razón de ser, enfatizando aún más que la visión de la Compañía.

### ***5.6.Administración estratégica***

Para el teórico Fred David (2013) la administración estratégica se compone de tres fase, la fase de formulación, la fase de implementación y la fase de evaluación de las estrategias en donde se abordaran decisiones trascendentales como los negocios a escoger o en cuales incursionar, y cuales por conveniencia deben ser desistidos y como asignar los recursos, conseguir una diversificación o expansión de las operaciones de la organización, una fusión o la creación de una sociedad, además de evitar una adquisición hostil.

Para Díaz (2010), la administración estrategia solo era una herramienta de competitividad, la cual funcionaba como línea de guía para la presentación de los lineamientos gerenciales que ayudan a las empresas a hacerles frente a entornos altamente cambiantes.

La gerencia estratégica, según la opinión de Serna (2008), es una herramienta que busca generar efectos duraderos e invariables en la dirección de una empresa. Para ello, se realiza un análisis del contexto externo, que incluye factores económicos, de mercado, sociales, políticos, nacionales e internacionales en los que la empresa se desenvuelve. Córdoba (2005), por su parte, destaca que la gerencia ha evolucionado, ya que antes los trabajadores eran considerados únicamente como recursos administrativos, pero ahora se reconocen como recursos estratégicos de gran importancia. Sin su participación, creatividad y entusiasmo, sería difícil desarrollar las

demás funciones de la empresa.

Prieto (2011) define la gestión estratégica organizacional como una herramienta esencial para analizar y evaluar la situación actual de una empresa. Esto permite guiar a la alta gerencia en la caracterización, formulación y evaluación de alternativas estratégicas adecuadas, en un entorno empresarial cada vez más complejo. El resultado es la optimización de los recursos disponibles, lo cual es fundamental para que la empresa pueda mantenerse y avanzar en un mercado altamente competitivo y agresivo. Para lograrlo, el gerente debe ser capaz de interpretar la información de manera adecuada, lo que le permitirá tomar decisiones acertadas.

De acuerdo con Teece, Pisano y Shuen (1997), La cuestión fundamental en el ámbito de la gestión estratégica radica en comprender cómo las empresas logran desarrollar estrategias actualizadas que las convierten en organizaciones altamente competitivas. Por lo tanto, cuando se hace referencia a la gerencia estratégica, no se trata simplemente de la acumulación de planes estratégicos, sino más bien de un proceso que comienza con la implementación de estrategias con el objetivo de obtener resultados positivos, y luego evoluciona hacia un estilo de liderazgo capaz de mantener a la empresa en una posición competitiva en un entorno empresarial en constante cambio.

La gerencia estratégica, según Bateman y Snell (2005), en términos generales, implica tomar decisiones basadas en objetivos y estrategias a largo plazo. Según estos autores, los planes estratégicos se enfocan principalmente en factores externos e involucran a diferentes áreas de la organización. En este sentido, los gerentes tienen la responsabilidad de desarrollar y ejecutar las estrategias de gestión, tal como se menciona.

### 5.3. Marco Legal

#### 5.3.1. Desde la perspectiva nacional

- Artículo 333 constitución política de Colombia: “La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación. (República de Colombia, 1991)
- Ley 590 de 2000: “Promueve el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, la eficiencia de uso del capital inicial y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos”. (Congreso de la república de Colombia, 2000)
- Ley 1014 de 2006: Promueve el espíritu emprendedor en todos los escaños educativos del país, donde se propenda y trabaje mancomunadamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley. (Congreso de la república de Colombia, 2014)

Ley 1834 de 2017: Su finalidad es desarrollar, fomentar, fomentar y proteger las industrias creativas. Se entiende por éstas aquellas industrias que

generan valor a través de bienes y servicios basados en la propiedad intelectual.

Las industrias creativas incluyen sectores que incorporan la creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, y/o aquellos que generan protección en el marco de los derechos de autor. (Congreso de la república, 23 de mayo de 2017)

- Ley 2069 de 2020: La presente Ley tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. (Congreso de la república de Colombia, 31 de diciembre de 2020)

### *5.3.2. Desde la perspectiva local*

- Decreto 170 de 2020: incentiva y fortalece las actividades culturales y creativas previstas en el artículo 2° de la Ley 1834 de 2017, en sectores como los editoriales, audiovisuales, fonográficos, artes visuales, artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural- material e inmaterial, educación artística y cultural, diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agendas de noticias y servicios de información, y educación creativa. Mediante estas actividades, las

Áreas de Desarrollo Naranja (ADN) deberán operar como centros de actividad económica y creativa, que contribuyan a la renovación urbana y al mejoramiento del área de ubicación ( Alcaldía de Girardot, 1 de septiembre de 2020)

#### **5.4. Marco Geográfico**

##### ***5.4.1. A nivel Macro económico***

Girardot es un municipio colombiano del departamento de Cundinamarca ubicado en la Provincia del Alto Magdalena, de la cual es capital. Limita al norte con los municipios de Nariño y Tocaima, al sur con el municipio de Flandes y el río Magdalena, al oeste con el municipio de Nariño, el río Magdalena y el municipio de Coello y al este con el municipio de Ricaurte y el río Bogotá. Está ubicado a 134 km al suroeste de Bogotá. La temperatura media anual es de 27.8 °C (CLIMATE-DATA.ORG, 2022)

Girardot es una de las ciudades más importantes de la provincia de Cundinamarca y es la capital de la provincia del Alto Magdalena. Girardot es la segunda ciudad más importante de este sector después de Soacha, gracias a su expansión urbana, economía, de turismo, infraestructura, centros educativos y, por supuesto, población. Se extiende desde las ciudades de Nariño y Tocaima por el norte, hasta la ciudad de Flandes junto al río Magdalena por el sur y hasta las ciudades de Nariño, Coello (Tolima) y Magdalena por el oeste. conectado al río Magdalena por el este con Ricaurte y el río Bogotá (Lugares Que Ver.com, 2023)

Territorialmente Girardot, es uno de los municipios más pequeños del país (138 Kilómetros Cuadrados), pero dentro de su minúscula área sorprende la variedad de recursos

naturales interesantes. Limita al norte con el municipio de Nariño y Tocaima, Al sur con el municipio de Flandes y el Río Magdalena, Al oeste con el río Magdalena y el municipio de Coello, y al este con el municipio de Ricaurte y el Río Bogotá. Está ubicado sobre la margen derecha del Río Magdalena en las desembocaduras de los ríos Bogotá, Sumapaz y Coello, entre las coordenadas 4°, 18' 00'' Latitud norte y 74°, 47' (Lugares Que Ver.com, 2023)

#### ***5.4.2. A nivel micro económico***

Este diagnóstico se realizó una vez se conocieron las instalaciones de la empresa AIRZONE S.A.S. ubicado en la Manzana 21 casa 13 Kennedy, Girardot, Cundinamarca.

La ubicación de la empresa tiene clasificación socioeconómica comercial, ubicado en la avenida principal de la localidad del Kennedy. Debido a sus diferentes entradas y cercanía al Centro Comercial Unicentro, mantiene un flujo constante de tránsito vehicular y peatonal. Lo que constituye entre otras cosas un punto estratégico para la organización.

### **5.5. Marco Conceptual**

#### ***5.5.1. Estructura organizacional***

Los principios de gestión son aplicables a todas las actividades que surgen en una organización que pueden surgir bajo la planificación estratégica y contar con sus propios apoyos y colaboradores. Permite organizar estructura y jerarquías en cuanto a la planificación, también permite ver centralización y descentralizar la toma de decisiones. ( Minsal Pérez & Pérez Rodríguez, 2007))

### ***5.5.2. Organigrama de UEN***

Para Fred David la estructura de Unidades Estratégicas de Negocios (UEN) tiene como objetivo agrupar divisiones similares en unidades estratégicas de negocios y delegar la autoridad y responsabilidad de cada unidad a un ejecutivo senior que reporta directamente al CEO. Este cambio en la estructura busca mejorar la implementación de las estrategias al facilitar la coordinación entre divisiones similares y establecer una clara rendición de cuentas en diferentes unidades de negocios. Por ejemplo, en un conglomerado con 100 divisiones, estas podrían reagruparse en 10 unidades estratégicas de negocios en función de características comunes como competir en la misma industria, ubicarse en la misma área geográfica o tener los mismos clientes.” (Fred R. , 2013)

### ***5.5.3. Estrategia de integración hacia adelante***

Para Econopedia la integración hacia adelante es una estrategia empresarial en la que una empresa busca adquirir o fusionarse con otras empresas que actúan como sus distribuidores. Esta estrategia se utiliza con el fin de aprovechar la logística y los beneficios de la distribución en el mercado. (Economipedia, 3 de agosto de 2020)

### ***5.5.4. Estrategia de integración hacia atrás***

Economipedia opina de la definición lo siguiente:

“la integración hacia atrás se efectúa cuando una empresa quiere llegar a tener control sobre los proveedores o alcanzar el dominio total sobre ellos. Esto se produce porque toda empresa depende de sus proveedores que le surten y suministran materias primas para su proceso de producción.” (Economipedia, 3 de agosto de 2020)

### ***5.5.5. Estrategia de integración horizontal***

El portal Bestinver amplía la definición de esta como:

“una estrategia que adopta una compañía cuando busca ofrecer sus productos o servicios en diferentes mercados. Al igual que en el caso de integración vertical se trata de una opción existente en la dirección estratégica de empresas a la hora de plantear el crecimiento de las mismas.” (Bestinver, 2023)

#### ***5.5.6. Estrategia de Penetración de mercado***

Para Fred David, la estrategia de penetración de mercado tiene como propósito buscar una mayor participación de mercado para los productos o servicios presentes en los mercados actuales a través de mayores esfuerzos de marketing. (Fred R. , 2013)

#### ***5.5.7. Estrategia de desarrollo del mercado***

El Instituto Europeo de Posgrados considera que el desarrollo del mercado es una estrategia de crecimiento en donde la empresa trata de ampliar la venta de sus productos existentes a nuevos mercados. En este contexto, la expansión hacia nuevos mercados puede significar la expansión a nuevas regiones geográficas o utilizar nuevos canales de distribución. (Instituto Europeo de Posgrados, 2023)

#### ***5.5.8. Estrategia de desarrollo de producto***

Economipedia opina que “*Las estrategias de producto reúnen las diferentes acciones que se realizan a la hora de diseñar y producir un bien o servicio teniendo en cuenta principalmente las necesidades y preferencias del consumidor.*” (Sánchez Galán, 30 de septiembre, 2015)

#### ***5.5.9. Estrategia de diversificación no relacionada***

Para Torreblanca (2014), La diversificación es una estrategia empresarial que consiste en ampliar el mercado potencial con el objetivo de expandirse y alcanzar un mayor crecimiento o desde el punto de vista de mercadeo, se trata de descubrir nuevos nichos de mercado en los que la empresa pueda penetrar y lograr el éxito.



## **6. Metodológica De La Investigación**

### **6.1.Tipo de Investigación**

El tipo de investigación para el desarrollo del trabajo es descriptivo, a través de este método se obtiene la información a través de encuestas y entrevistas mientras se usa la observación para analizar la situación cambiante de la empresa” AIRZONE S.A.S. de esta manera se seleccionan las herramientas más eficientes de acuerdo a las necesidades que puedan presentarse.

La investigación descriptiva se basa en hechos y su característica esencial es dar explicaciones correctas. Para la investigación descriptiva, su principal preocupación es descubrir algunas características fundamentales de un conjunto homogéneo de fenómenos. (Fred R. , 2013)

Para el correcto desarrollo de la investigación se utilizan técnicas cuantitativas y de recolección de información tales como las encuestas digitales cuya función es la de identificar oportunidades de mejora y es a través de la tabulación de esa información y la posterior realización de graficas que se visualizan los resultados para así establecer estrategias que aportan al mejoramiento de AIRZONE S.A.S.

Cabe anotar a lo anterior que se tendrán en cuenta técnicas cualitativas a la hora de realizar revisión documental que aporte a la estructuración de los conceptos que ayudan a establecer las mejoras.

### **6.2.Técnicas de recolección de la información**

Para capturar la información necesaria para la investigación se hace necesario el uso de las entrevistas digitales con el fin de garantizar el manejo adecuado de los recursos y que no genere traumatismo entre los clientes, capacitaciones para transmitir las propuestas y el

procedimiento del modelo y entrevistas con el personal para entender las funciones dentro de la organización. (Hernández Sampieri, Fernández Collado , & Baptista Lucio , 2014)

La presente investigación es de carácter descriptivo, razón por la cual presenta la interpretación de algunas características de la población objeto de estudio. A través del trabajo de campo se busca observar los clientes internos y externos de la empresa “AIRZONE S.A.S., las condiciones generales de vida, nivel socio económico y las posibilidades de mejoramiento de la organización.

Las investigaciones de tipo descriptivo trabajan sobre hechos y realidades y su característica principal es la de mostrar una versión acertada. La investigación descriptiva tiene como preocupación principal el descubrimiento de las características de conjuntos homogéneos de fenómenos, a continuación, se describen las fuentes de la información:

- Fuentes primarias: como técnicas de recolección de mercados focalizados tenemos la observación directa para medir las condiciones del proyecto y las necesidades del universo poblacional y la encuesta aplicadas a los mejores clientes de la organización.
- Fuentes secundarias: se conoce como toda la información encontrada en libros, revistas indexadas, documentos y páginas web además de trabajos de grado para conseguir información muy oportuna en el desarrollo del proyecto.

### **6.3.Caracterización de la población**

La caracterización de la población se hace bajo un enfoque cuantitativo debido a la recolección en forma numérica y se realizara a dos tipos poblacionales:

- Clientes internos: empleados y administrativos de la empresa “AIRZONE S.A.S.” de los cuales se les preguntara por el procedimiento actual y la per sección del funcionamiento administrativo y gerencial desde el área de ventas y de operaciones.
- Clientes externos: clientes corporativos con grandes consumos de servicios y repuestos para sus organizaciones y que constituyen un nivel alto de ingreso para la empresa.

#### **6.4.Recursos**

Para la realización del proyecto investigativo se contará con el apoyo del personal de la empresa y los estudiantes Cristian Manuel Cartagena Candía y Nicolás Alberto Tafur Torres, estudiantes de administración de empresas, de manera institucional la empresa AIRZONE S.A.S. . quien será la encargada de validar y suministrar la información a los estudiantes y la UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA como ente validador de a metodología expuesta y los resultados entregados del plan estratégico.

Para el correcto desarrollo del proyecto se estiman un costo de 860.00 mil pesos discriminados de la siguiente forma

*Tabla 1 Costos Estimados*

<b>Categoría</b>	<b>Monto</b>
Transportes	100.000
Internet	260.000
Energía	200.000
Celular	sin costo

<b>Categoría</b>	<b>Monto</b>
Fondo para aplicación de estrategias a corto plazo	300.000
<b>TOTAL</b>	<b>860.000</b>

Fuente: elaboración propia

## **7. Capítulo 1: Análisis Interno Y Externo De La Estructura Organizacional Actual De La Empresa Airzone S.A.S.**

### **7.1.Encuesta**

La encuesta de clientes de la empresa AIRZONE S.A.S. proporciona información valiosa sobre la satisfacción de los clientes con respecto al servicio que ofrece la empresa. Según los resultados de la encuesta, la mayoría de los clientes han hecho su primer contacto con la empresa por motivos de mantenimiento de aires acondicionados. Esto sugiere que los clientes buscan mantener sus equipos de aire acondicionado en óptimas condiciones.

Además, la mayoría de los encuestados se enteró del servicio de AIRZONE S.A.S. por medio de amigos o conocidos, lo que indica que la empresa cuenta con una buena reputación en el mercado y que los clientes están satisfechos con el servicio que recibieron. En cuanto a la calidad del servicio al cliente, la gran mayoría de los encuestados la considera excelente, lo que sugiere que los clientes se sienten bien atendidos y satisfechos con el trato que reciben por parte de la empresa.

Asimismo, la mayoría de los encuestados considera que la calidad del servicio técnico es excelente, lo que indica que los clientes están satisfechos con el trabajo realizado por los técnicos

de AIRZONE S.A.S. . En cuanto a los materiales utilizados para las reparaciones o instalaciones de aires, la gran mayoría de los encuestados los califica como excelente, lo que indica que los clientes están satisfechos con la calidad de los productos que se utilizan en los trabajos realizados por AIRZONE S.A.S. .

En cuanto a la limpieza y el orden de los técnicos, la mayoría de los encuestados considera que es excelente, lo que sugiere que los clientes valoran la presentación personal y la organización de los técnicos que realizan el servicio. Todos los encuestados están de acuerdo en que los técnicos de AIRZONE S.A.S. . fueron amables y profesionales durante el servicio, lo que indica que la empresa cuenta con un personal capacitado y orientado al servicio al cliente.

Por otro lado, la gran mayoría de los encuestados manifiesta que la empresa es cumplida en los horarios acordados para el servicio, lo que sugiere que la empresa es confiable y que cumple con sus compromisos. Por último, el 100% de los encuestados recomendaría el servicio de AIRZONE S.A.S. ..., lo que indica que los clientes están altamente satisfechos con el servicio recibido y que la empresa cuenta con una buena reputación en el mercado.

En conclusión, la encuesta de clientes de AIRZONE S.A.S. . refleja un alto nivel de satisfacción de los clientes con respecto al servicio que ofrece la empresa. Los resultados de la encuesta indican que los clientes valoran la calidad del servicio, la eficiencia, el trato personalizado, la profesionalidad y la confiabilidad de AIRZONE S.A.S. ... Todo esto sugiere que la empresa está haciendo un buen trabajo en satisfacer las necesidades de sus clientes y en mantener una buena reputación en el mercado.

La encuesta realizada a los empleados de AIRZONE S.A.S. .. demuestra una alta satisfacción en general por parte de la plantilla de Colaboradores. En primer lugar, es destacable que el 100% de los encuestados se muestra satisfecho con su trabajo en la compañía, lo que demuestra un ambiente laboral positivo. Además, todos los empleados manifiestan haber recibido la capacitación necesaria para su puesto y consideran que tienen oportunidades de crecimiento dentro de la compañía.

En cuanto al ambiente de trabajo, el 60% de los empleados lo considera bueno, mientras que el 40% lo considera excelente, lo que indica que aún hay margen de mejora en este aspecto. No obstante, la mayoría de los empleados manifiesta tener buenas relaciones en el ambiente laboral y considera que tiene una buena relación con su supervisor.

Es positivo que el 100% de los empleados estén de acuerdo con las prestaciones ofrecidas y se sientan seguros en su lugar de trabajo. Además, la mayoría califica como buenas y de calidad las herramientas de trabajo que se les proporcionan, aunque hay un 20% que las califica como excelentes.

Por último, la encuesta evidencia que el 80% de los empleados quisiera mejorar sus ingresos, lo que puede ser un aspecto a tener en cuenta por la empresa para retener talentos. También es importante mencionar que el 20% de los empleados manifiesta querer mejorar las vacaciones, lo que puede ser una forma de motivar al personal.

En conclusión, la encuesta muestra una plantilla satisfecha en general con su trabajo en AIRZONE S.A.S. ..., aunque hay aspectos a mejorar en el ambiente laboral y se debe prestar atención a las necesidades y aspiraciones de los empleados para continuar ofreciendo un buen clima laboral y retener talentos.

Finalmente, La encuesta realizada a la gerencia de AIRZONE S.A.S. .. arroja resultados en los que se refleja una alta satisfacción en términos de crecimiento y rentabilidad de la empresa. Todos los encuestados se muestran satisfechos en este sentido, lo que sugiere que la empresa está cumpliendo con sus objetivos a nivel financiero. Sin embargo, se puede observar una ligera división en cuanto al servicio de atención al cliente y técnico, donde un 50% opina que es excelente y el otro 50% solo lo considera bueno. Esto sugiere que podría existir un espacio de mejora en estos aspectos para satisfacer completamente las expectativas de los clientes.

Por otro lado, se puede observar que la gerencia está satisfecha con el nivel de capacitación que han recibido los empleados de la empresa, lo que indica que están haciendo un esfuerzo por mantener al personal actualizado y con las habilidades necesarias para realizar sus trabajos de manera efectiva. La división en cuanto al ambiente laboral y la comunicación interna sugiere que podría existir una oportunidad para mejorar la cohesión y la colaboración entre los miembros del equipo.

En cuanto a la calidad de los productos utilizados para las instalaciones o reparaciones de los servicios de la empresa, se puede observar que la gerencia tiene una opinión dividida. La mitad de los encuestados opina que la calidad es excelente mientras que la otra mitad la considera solo buena. Esto podría indicar que existe una oportunidad para mejorar la calidad de los productos y servicios que ofrecen, lo que a su vez podría mejorar la percepción de los

clientes.

Por último, es destacable que la totalidad de la gerencia manifiesta su compromiso con prácticas sostenibles y amigables con el medio ambiente. Esto sugiere que la empresa está adoptando una postura socialmente responsable y consciente con el medio ambiente. En general, se pueden identificar oportunidades para mejorar en ciertos aspectos, pero la encuesta muestra que la gerencia está comprometida con el éxito y la sostenibilidad de la empresa.

Basándose en el análisis de los datos obtenidos de las encuestas realizadas a clientes, empleados y la gerencia, podemos concluir que la situación general de AIRZONE S.A.S. es positiva. Los clientes están satisfechos con la calidad del servicio y atención al cliente, lo que indica que la empresa está cumpliendo con las expectativas de los clientes. Sin embargo, se debe prestar atención a la sugerencia de algunos clientes de mejorar la rapidez en la respuesta a las solicitudes y la comunicación clara.

Por otro lado, la mayoría de los empleados están satisfechos con su trabajo, lo que indica que la empresa está ofreciendo un buen ambiente laboral y oportunidades de crecimiento. Aunque algunos empleados sugieren mejorar las condiciones salariales y de vacaciones, en general, están contentos con la capacitación y las herramientas que se les brindan para desempeñar sus funciones.

En cuanto a la gerencia, se puede decir que existe una ligera división en cuanto a la percepción de algunos aspectos de la empresa, como el servicio de atención al cliente, el servicio



técnico, el ambiente laboral y la comunicación interna. Sin embargo, en general, la gerencia está satisfecha con el desempeño de los empleados y los supervisores, lo que indica que la empresa tiene una buena estructura de liderazgo y gestión.

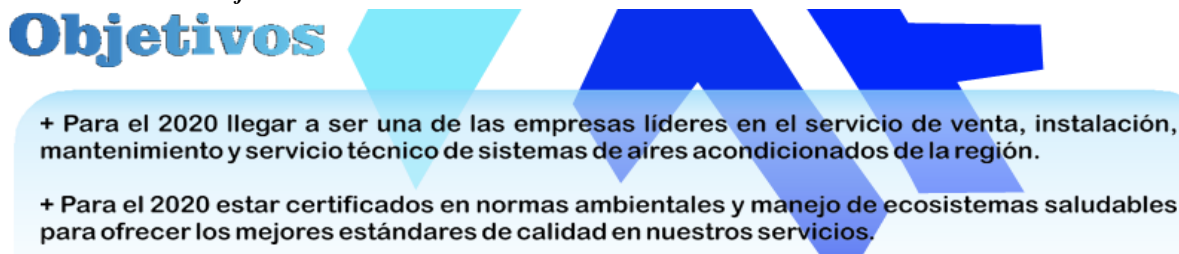
En resumen, la empresa AIRZONE S.A.S. parece estar bien posicionada en términos de satisfacción de los clientes, empleados y gerencia. Sin embargo, se deben tomar en cuenta las sugerencias y divisiones señaladas en las encuestas para continuar mejorando y creciendo como organización.

## **7.2.Pre-diagnóstico de la compañía**

### **7.2.1. Plataforma Institucional de la Compañía**

#### **7.2.1.1.Objetivos Gerenciales**

*Ilustración 1 Objetivos Gerenciales AIRZONE S.A.S. .*



Fuente: Tomado del portafolio de servicios de AIRZONE S.A.S. .

#### **7.2.1.2. LOGO**

##### **7.2.1.2.1. Logo oscuro**

*Ilustración 2 Logo Oscuro AIRZONE S.A.S. .*



Fuente: Tomado del portafolio de servicios de AIRZONE S.A.S. .

#### 7.2.1.5. Logo claro

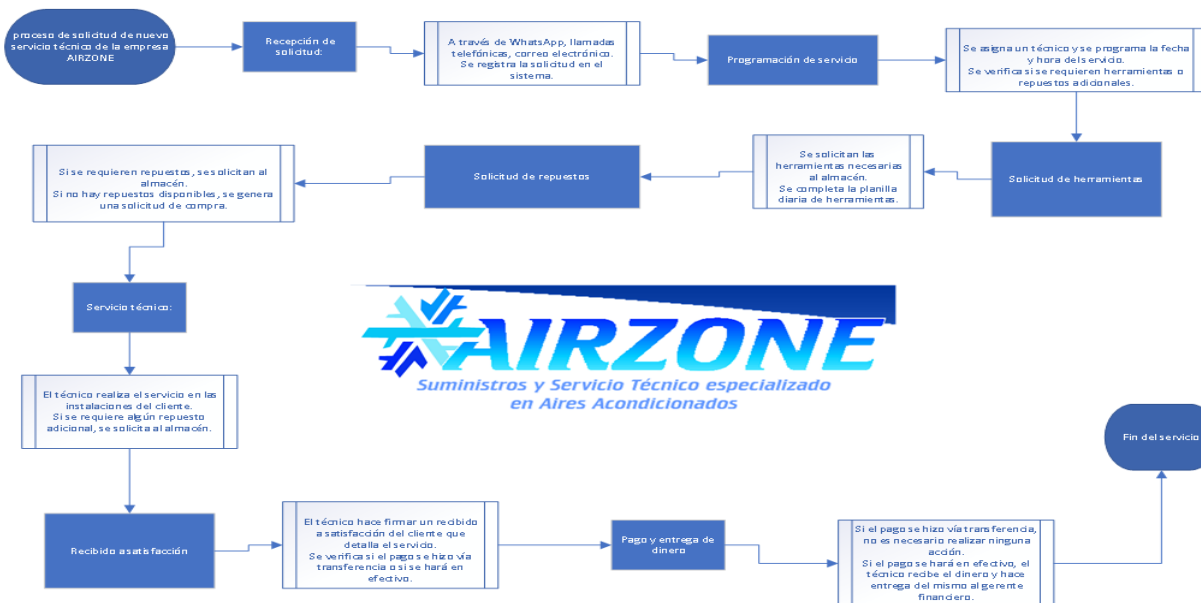
*Ilustración 3 Logo claro de AIRZONE S.A.S. .*



Fuente: Tomado del portafolio de servicios de AIRZONE S.A.S. .

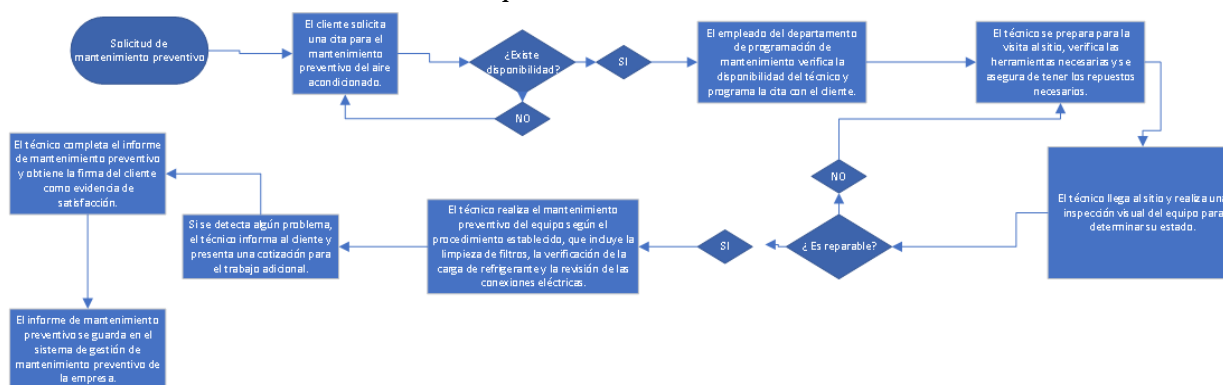
#### 7.2.2. Procesos de la compañía identificados

*Ilustración 4 Flujoograma de servicio*



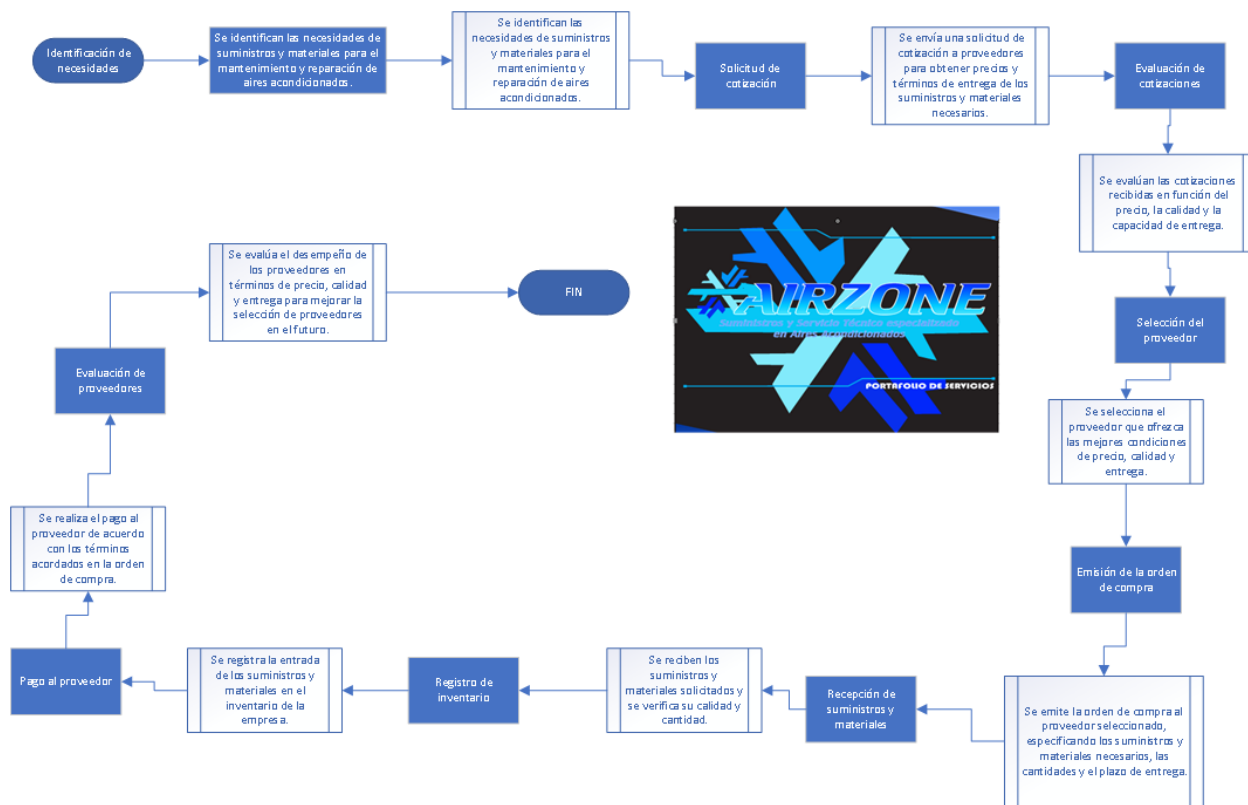
Fuente: elaboración propia

**Ilustración 5 Proceso de mantenimiento preventivo**



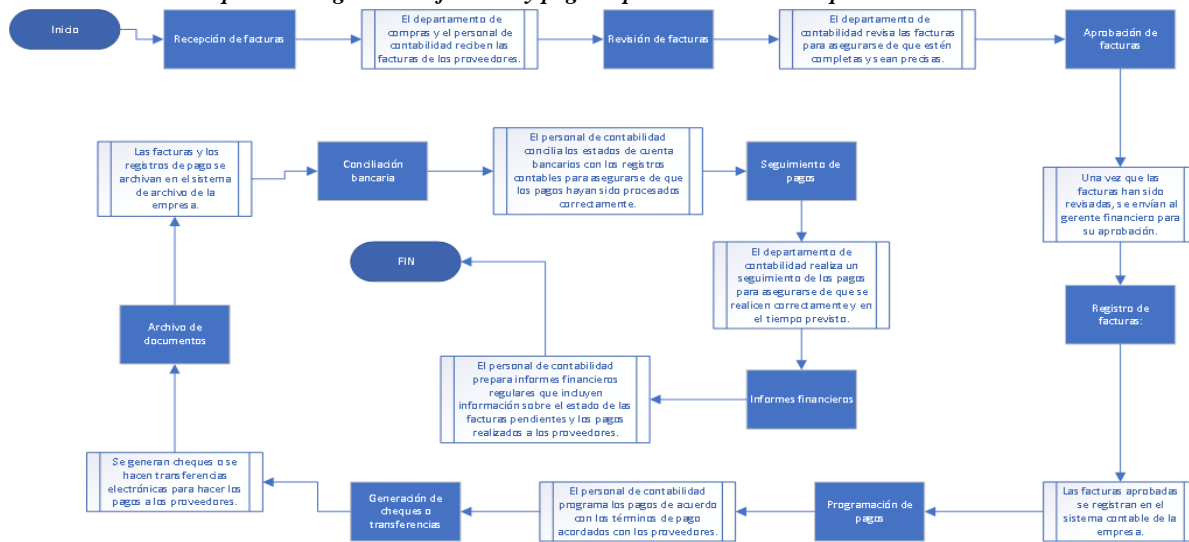
Fuente: elaboración propia

**Ilustración 6 Proceso de compras de suministros y materiales**



Fuente: elaboración propia

Ilustración 7 proceso de gestión de facturas y pagos a proveedores de la empresa AIRZONE S.A.S.



Fuente: elaboración propia

### 7.3. Matriz de Porter

Ilustración 8

Matriz de Porter



Fuente: elaboración propia

La matriz de Porter es una herramienta que permite evaluar el entorno competitivo en el que opera una empresa y diseñar una estrategia adecuada para enfrentarlo (Porter, 1900). En el caso de la empresa AIRZONE S.A.S. , que se dedica a la reparación y mantenimiento de aires acondicionados para empresas y clientes finales en la ciudad de Girardot y sus municipios aledaños, se ha realizado un análisis de Porter para identificar las fuerzas que influyen en su competitividad.

En cuanto a la rivalidad entre competidores existentes, se ha observado que es alta, debido a que hay varios competidores establecidos en la zona que ofrecen servicios similares. Además, la falta de un inventario de repuestos y herramientas puede limitar la capacidad de AIRZONE S.A.S. para ofrecer servicios rápidos y eficientes, lo que puede ser una desventaja frente a la competencia. Por otro lado, la empresa depende de los técnicos para llevar a cabo el trabajo, lo que puede afectar su capacidad para atender a varios clientes al mismo tiempo.

En cuanto a la amenaza de nuevos entrantes, se puede afirmar que es media. La entrada al mercado de reparación y mantenimiento de aires acondicionados requiere de conocimientos técnicos especializados, lo que puede disuadir a nuevos entrantes. Sin embargo, la falta de un inventario y la dependencia de los técnicos puede ser una ventaja para los nuevos competidores que puedan ofrecer una mejor organización y eficiencia en la prestación de los servicios.

En cuanto a la amenaza de productos sustitutos, se ha afirmado que es baja, dado que el mercado de reparación y mantenimiento de aires acondicionados no tiene productos sustitutos directos.

En cuanto al poder de negociación de los proveedores, se ha dicho que es medio. La empresa depende de los proveedores de repuestos y herramientas para llevar a cabo su trabajo, lo que puede limitar su capacidad de negociación. Sin embargo, la adquisición de repuestos y herramientas en tiendas de terceros puede ofrecer cierta flexibilidad en los precios y la

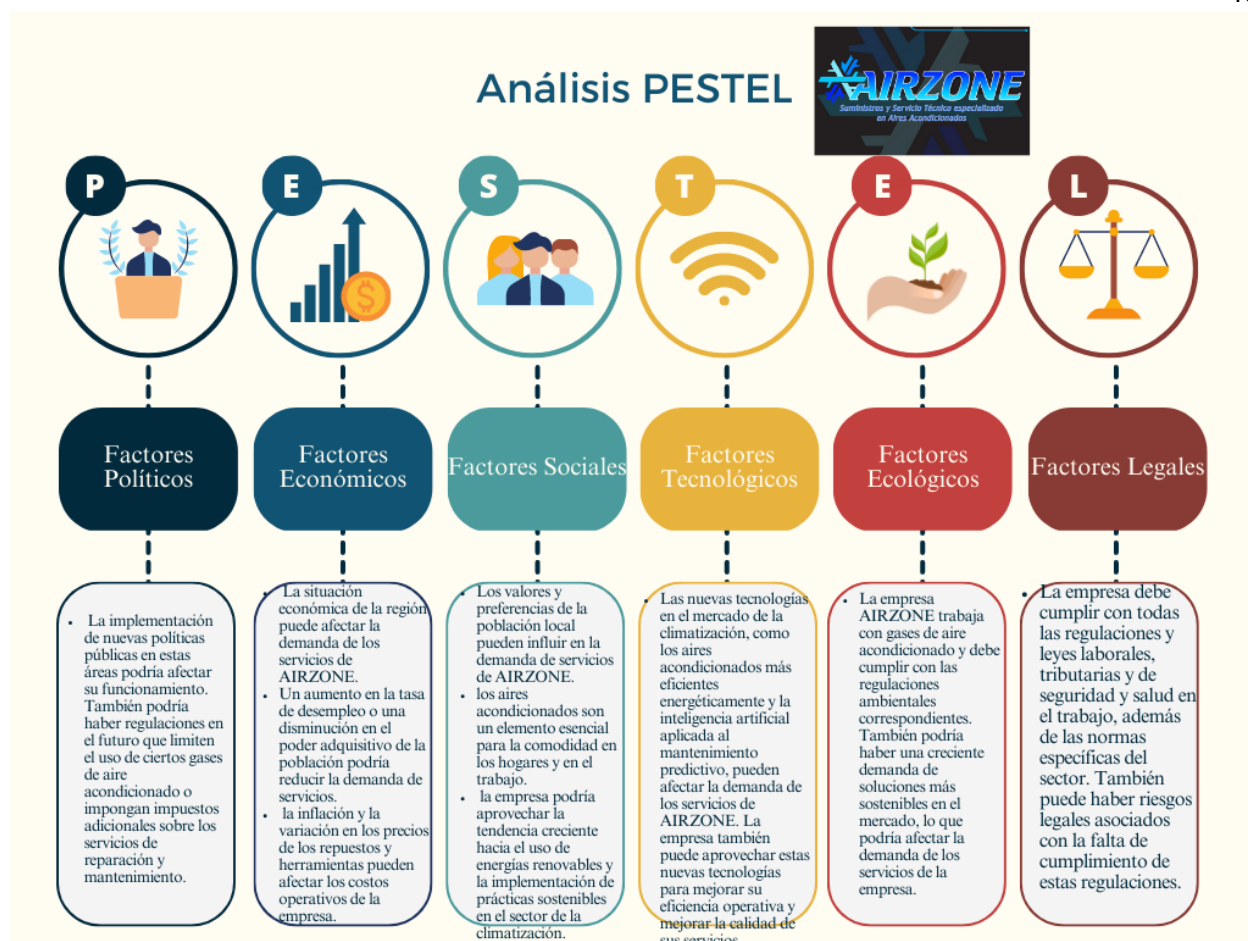
disponibilidad.

Finalmente, en cuanto al poder de negociación de los clientes, se ha afirmado que es medio. Los clientes pueden tener cierto poder de negociación en cuanto a la elección de la empresa que les preste el servicio, pero esto puede verse limitado por la falta de competencia en algunos casos. La asesoría en seguridad y salud en el trabajo puede ser una ventaja competitiva para la empresa al ofrecer un valor agregado para los clientes.

En general, el análisis de Porter indica que AIRZONE S.A.S. se enfrenta a un entorno competitivo desafiante en el mercado de reparación y mantenimiento de aires acondicionados. Para superar esta situación, la empresa debería considerar la adquisición de un inventario propio de repuestos y herramientas, la mejora en la organización y eficiencia en la prestación de los servicios, la exploración de nuevas oportunidades de negocio y la identificación de un nicho de mercado específico para enfocar su estrategia.

#### **7.4. Matriz Pestel**

*Ilustración 9 PESTEL*



Fuente: elaboración propia

En primer lugar, se menciona que la empresa está sujeta a las leyes y regulaciones que rigen la seguridad y salud en el trabajo, así como las normas laborales y tributarias en la ciudad de Girardot y sus municipios aledaños. Además, se plantea que la implementación de nuevas políticas públicas en estas áreas podría afectar su funcionamiento.

En el ámbito económico, se señala que la situación económica de la región puede influir en la demanda de los servicios de AIRZONE S.A.S. , y que la inflación y la variación en los precios de los repuestos y herramientas pueden afectar sus costos operativos. Es importante destacar que los costos de los repuestos y herramientas no son controlados directamente por AIRZONE S.A.S. , debido a que son adquiridos a través de marcas autorizadas o tiendas de



terceros y no manejan un inventario.

En cuanto a los factores socio-culturales, se destaca que los valores y preferencias de la población local pueden influir en la demanda de los servicios de AIRZONE S.A.S. , y que la empresa tiene un mercado objetivo claro en la ciudad de Girardot. Además, se menciona que la empresa cuenta con una asesora de ventas que hace las veces de inspectora de seguridad y salud en el trabajo.

En el ámbito tecnológico, se menciona que las nuevas tecnologías en el mercado de la climatización pueden afectar la demanda de los servicios de la empresa, y que la empresa puede aprovechar estas nuevas tecnologías para mejorar su eficiencia operativa y la calidad de sus servicios. Cabe destacar que la empresa no menciona tener planes específicos de inversión en tecnología.

En el ámbito ambiental, se menciona que la empresa debe cumplir con las regulaciones ambientales correspondientes, y que podría haber una creciente demanda de soluciones más sostenibles en el mercado que podrían afectar su desempeño. No obstante, la empresa no menciona tener un enfoque específico en cuanto a soluciones sostenibles.

Por último, en el ámbito legal se señala que la empresa debe cumplir con todas las regulaciones y leyes laborales, tributarias y de seguridad y salud en el trabajo, y que podría haber riesgos legales asociados con la falta de cumplimiento de estas regulaciones.

En general, la respuesta muestra cómo la matriz PESTEL puede ser una herramienta útil para identificar los factores externos que pueden afectar a una empresa como AIRZONE S.A.S., y cómo la empresa debe estar al tanto de estos factores para adaptar su estrategia y enfrentar los desafíos que se presenten en el mercado de reparación y mantenimiento de aires acondicionados.

### 7.5. Matriz PCI

*Tabla 2 Matriz PCI*

Aspecto	Factores Relevantes	Fortaleza	Debilidad	Impacto	Criticidad
Capacidad Directiva	Toma de decisiones estratégicas	Medio	-	Alto	Alta
	Comunicación interna	Alto	-	Medio	Media
	Liderazgo	Medio	-	Alto	Alta
	Gestión del cambio	Bajo	-	Alto	Alta
	Innovación y creatividad	Bajo	-	Alto	Alta
Capacidad Competitiva	Posicionamiento en el mercado	Alto	-	Alto	Alta
	Diversificación de servicios	Medio	-	Medio	Media
	Innovación en servicios	Medio	-	Medio	Media
	Competitividad de precios	Medio	-	Bajo	Baja
	Reputación de marca	Alto	-	Medio	Media
Capacidad Financiera	Rentabilidad	Alto	-	Medio	Media
	Liquidez	Medio	-	Alto	Alta

	Control de costos	Alto	-	Medio	Media
	Capacidad de inversión	Bajo	-	Alto	Alta
	Gestión de riesgos	Medio	-	Alto	Alta
Capacidad Técnica o Tecnológica	Innovación tecnológica	Medio	-	Alto	Alta
	Sistemas de información	Medio	-	Medio	Media
	Calidad de los productos	Alto	-	Medio	Media
	Procesos de producción eficientes	Medio	-	Alto	Alta
	Infraestructura tecnológica	Medio	-	Medio	Media
Capacidad del Talento Humano	Formación y capacitación	Alto	-	Medio	Media
	Retención del talento	Medio	-	Medio	Media
	Evaluación del desempeño	Medio	-	Alto	Alta
	Trabajo en equipo	Alto	-	Medio	Media
	Cultura organizacional	Alto	-	Medio	Media

Fuente: elaboración propia

En el análisis de la matriz PCI realizada para la empresa AIRZONE S.A.S. , se identificaron fortalezas y debilidades en cinco aspectos: capacidad directiva, competitiva, financiera, técnica/tecnológica y del talento humano. La empresa cuenta con una buena capacidad competitiva y técnica, lo que le permite ofrecer servicios de calidad y mantener una posición destacada en el mercado. Sin embargo, su capacidad financiera y directiva presentan algunas debilidades que pueden afectar su sostenibilidad en el largo plazo. En cuanto a la

capacidad del talento humano, se identificaron tanto fortalezas como debilidades, y se destacó la importancia de mantener un enfoque en el desarrollo y retención del personal para maximizar su potencial. En general, la matriz PCI proporciona una visión integral de la empresa y puede servir como base para establecer estrategias de mejora en áreas clave.

### 7.6. Matriz MEFI

Tabla 3

Matriz MEFI

<b>Título de la Matriz</b>	Matriz de Evaluación de los Factores Internos
<b>Objetivo</b>	Determinar y evaluar la información interna para definir los factores de mayor relevancia para la toma de decisiones.

	<b>Factores Críticos de Éxito</b>	<b>Peso Relativo</b>	<b>Calificación</b>	<b>Ponderación</b>
<b>Fortalezas</b>	Posicionamiento en el mercado	12,5%	4	0,5
	Calidad de los productos	12,5%	4	0,5
	Trabajo en equipo	12,5%	4	0,5
	Formación y capacitación	12,5%	4	0,5
	Cultura organizacional	12,5%	1	0,125
<b>Debilidades</b>	Gestión del cambio	12,5%	1	0,125
	Innovación y creatividad	12,5%	1	0,125
	Capacidad de inversión	12,5%	1	0,125
	<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>2,5</b>

Fuente: elaboración propia

El resultado de la matriz arroja un 2,5 de calificación, esto indica que la empresa tiene propensión a las fortalezas mucho más que a las debilidades.

## 7.7. Matriz POAM

Tabla 4

Matriz POAM

Título de la Matriz	Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio				
Objetivo	Identificar las oportunidades y amenazas del entorno y evaluar su impacto con relación al potencial de crecimiento del negocio				
Aspectos	Factores Relevantes	Oportunidad (O)	Amenaza (A)	Impacto	Criticidad
Económicos	Crecimiento del PIB	O		Medio	Alto
	Inflación		A	Alto	Alto
Políticos	Cambios en la legislación tributaria	O		Medio	Alto
	Inestabilidad política		A	Alto	Alto
Sociales	Tendencia a la compra de productos ecológicos	O		Bajo	Bajo
	Cambios demográficos en la población	O		Medio	Medio
Tecnológicos	Avances en tecnologías de aire acondicionado	O		Alto	Alto
	Riesgo de obsolescencia tecnológica		A	Alto	Alto
Geográficos	Ubicación de la empresa en una zona comercial	O		Bajo	Bajo
	Vulnerabilidad a desastres naturales		A	Alto	Alto
Competitivos	Competencia de precios		A	Medio	Alto
	Fortalecimiento de la imagen de marca	O		Alto	Alto

Fuente: elaboración propia

La matriz POAM identifica las oportunidades y amenazas del entorno empresarial que pueden afectar a la empresa AIRZONE S.A.S. en Colombia, y ayuda a determinar cuáles son

los aspectos más críticos que requieren atención. En este caso, se identificaron oportunidades en la tendencia de compra de productos ecológicos, cambios demográficos de la población y avances en tecnologías de aire acondicionado. Sin embargo, también se identificaron amenazas en la inflación, inestabilidad política, riesgo de obsolescencia tecnológica, vulnerabilidad a desastres naturales y la competencia de precios. La matriz POAM permite a la empresa AIRZONE S.A.S. . tomar medidas para aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas para lograr sus objetivos y alcanzar su éxito empresarial en Girardot, Colombia.

### 7.8.Matriz MEFE

*Tabla 5*

*Matriz MEFE*

Título de la Matriz	Matriz de Evaluación de los Factores Externos			
Objetivo	Determinar y evaluar la información del entorno para definir los factores de mayor relevancia para la toma de decisiones.			
	Factores Críticos de Éxito	Peso Relativo	Calificación	Ponderación
<b>Oportunidades</b>	Avances en tecnologías de aire acondicionado	14,0%	3	0,42
	Cambios en la legislación tributaria	14%	4	0,56
	Fortalecimiento de la imagen de marca	15,0%	3	0,45
<b>Amenazas</b>	Inflación	15,0%	1	0,15
	Inestabilidad política	14,0%	2	0,28
	Riesgo de obsolescencia tecnológica	14,0%	2	0,28
	Vulnerabilidad a desastres naturales	14,0%	1	0,14

<b>Total</b>	100,0%	2,28
--------------	--------	------

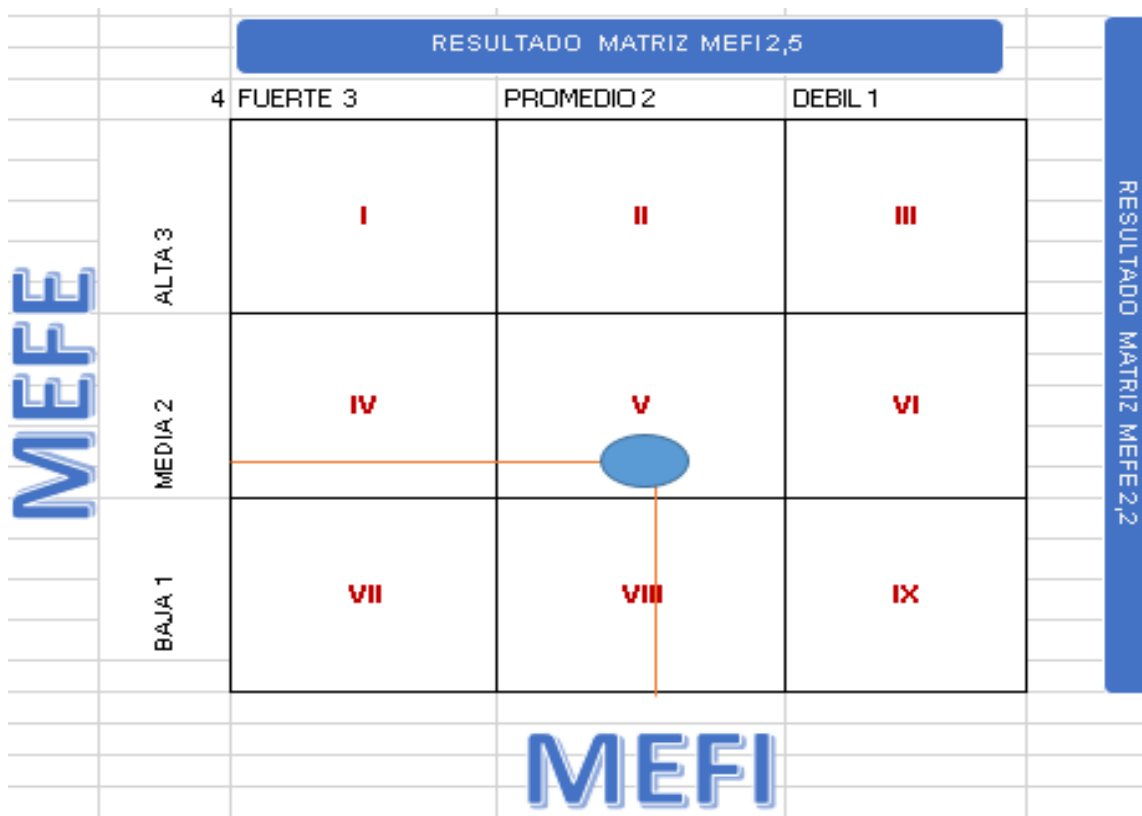
Fuente: elaboración propia

El resultado de la matriz de oportunidades y amenazas externas nos indica que el resultado del cruce es de 2,28, lo cual indicaría que la empresa está propendiendo más hacia las amenazas que a las oportunidades.

### 7.9.Matriz IE

*Ilustración 10*

*Matriz Interna y Externa*



Fuente: elaboración propia

El resultado de la matriz interna y externa ubica el diagnóstico en la celda 5, región 2

cuya prescripción es retener y mantener, proponiendo estrategias de penetración de mercado y de desarrollo de productos.

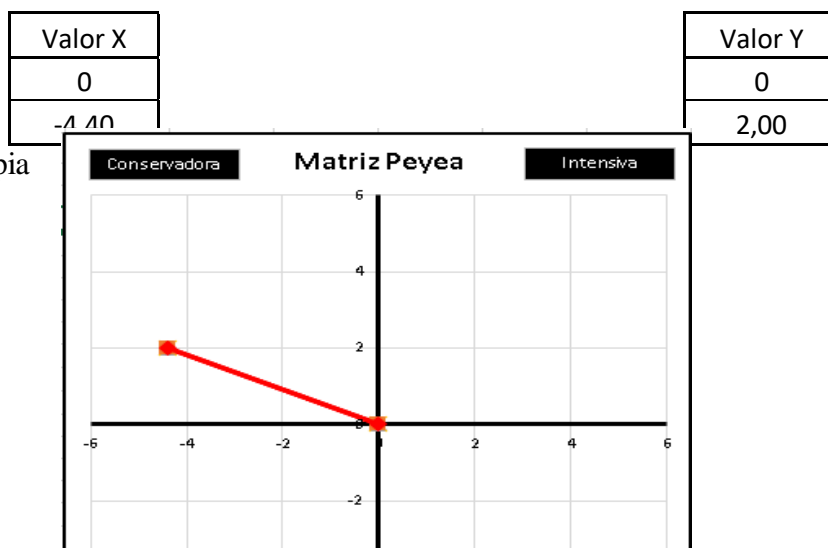
### 7.10. Matriz PEYEA

Tabla 6 Factores de la matriz Peyea

Matriz PEYEA o PEEA			
Posición Estratégica Interna		Posición Estratégica Externa	
Fuerza Financiera (FF)	de 1 a 6	Estabilidad en el ambiente (EA)	de -1 a -6
ingresos	2	situación económica del país	-3
rentabilidad	-2	políticas fiscales y monetarias	-3
flujo de caja	-2	estabilidad política	-6
liquidez, deuda	-3	fluctuaciones del tipo de cambio	-3
ratios financieros	3	tasas de interés	-5
Total FF:	-0,40	Total EA:	-4,00
Ventaja Competitiva	de -1 a -6	Fuerza de la industrial	de 1 a 6
calidad de los Servicios	-1	barreras de entrada	5
precios	-4	poder de negociación de los clientes	5
marca	-3	poder de negociación de los proveedores	5
capacidad de innovación	-6	competencia	5
experiencia del cliente	-1	regulaciones gubernamentales	5
Total VC:	-3,00	Total FI:	5,00

Fuente: elaboración propia

Ilustración 11





*Grafica Peyea*

Fuente: elaboración propia

La matriz peyea ubica a la empresa AIRZONE S.A.S. . en una posición conservadora, pero en especial, una empresa que sufre de grandes desventajas competitivas en una industria tecnológicamente estable, pero con ventas en declive.

## 8. Capítulo 2: Formulación de Estrategias Optimizadoras para la Organización En Las

### 8.1.Perspectivas Comercial, Administrativa Y Operativa.

Con el análisis de la posición y la zona de las matrices Interna y externa y Peyea se propone la construcción de estrategias que den respuesta a las necesidades de los usuarios.

### 8.2.Matriz DOFA

*Ilustración 12*

*Matriz DOFA*

externo		Fortalezas		Debilidades	
		1	Posicionamiento en el mercado	1	Gestión del cambio
2	Calidad de los productos	2	Innovación y creatividad		
3	Trabajo en equipo	3	Capacidad de inversión		
4	Formación y capacitación	4			
5	Cultura organizacional	5			
oportunidades		1- Estrategias FO		2- Estrategias DO	
1	Avances en tecnologías de aire acondicionado	1	1. Implementar un plan de gestión de calidad y mejorar los procesos internos de la empresa para aumentar la eficiencia y reducir costos.	1	1. Desarrollar nuevos productos que se adapten a las necesidades del mercado y que generen valor para los clientes.
2	Cambios en la legislación tributaria	2	2. Fortalecer la estructura organizacional y la capacitación del personal para mejorar el desempeño y la productividad	2	2. Mejorar la calidad de los productos y servicios existentes para aumentar la satisfacción del cliente y la lealtad a la marca.
3	Fortalecimiento de la imagen de marca	3	3. Incrementar la inversión en tecnología y sistemas para mejorar la eficiencia operativa y la toma de decisiones.	3	3. Implementar un plan de mantenimiento preventivo para aumentar la vida útil de los equipos y reducir los costos de reparación.
Amenazas		3- Estrategia FA		4-Estrategias DA	
1	Inflación	1	1. Expandir el mercado mediante la creación de alianzas estratégicas con otras empresas del sector.	1	1. Ofrecer paquetes de servicios y promociones especiales para retener a los clientes actuales y atraer a
2	Inestabilidad política	2		2	
3	Riesgo de obsolescencia tecnológica	3	2. Implementar una estrategia de precios competitivos y flexibles en función del poder adquisitivo de los clientes.	3	
4	Vulnerabilidad a desastres naturales	4		4	
5		5		5	

Fuente: elaboración propia

- **Estrategias comerciales:**

La estrategia de ofrecer paquetes de servicios y promociones especiales para retener a los clientes actuales y atraer a nuevos clientes puede aprovechar el posicionamiento en el mercado y la calidad de los productos de AIRZONE S.A.S. . Al ofrecer promociones y paquetes atractivos, la empresa podría mantener su base de clientes existentes y atraer nuevos clientes, lo que a su vez puede generar mayores ingresos. Asimismo, implementar una estrategia de precios competitivos y flexibles podría apoyarse en la capacidad de la empresa para ofrecer productos de alta calidad a precios razonables y, de esta manera, mantener una ventaja competitiva.

- **Estrategias administrativas:**

La implementación de un plan de gestión de calidad y la mejora de los procesos internos de la empresa podrían abordar la debilidad de la gestión del cambio y aprovechar la fortaleza del trabajo en equipo y la cultura organizacional. Al mejorar la eficiencia y la calidad de los procesos, AIRZONE S.A.S. . podría aumentar su productividad y reducir costos, lo que le permitiría ser más competitiva. Por otro lado, fortalecer la estructura organizacional y la capacitación del personal podría mejorar el desempeño y la productividad de los empleados, lo que a su vez podría impactar positivamente en la calidad de los productos y servicios de la empresa.

- **Estrategias operativas:**

La estrategia de desarrollar nuevos productos que se adapten a las necesidades del mercado y generen valor para los clientes puede aprovechar los avances en tecnologías de aire acondicionado y el fortalecimiento de la imagen de marca. AIRZONE S.A.S. . podría innovar y crear nuevos productos que utilicen tecnologías avanzadas de aire acondicionado y que estén a la

vanguardia del mercado. Además, al mejorar la calidad de los productos y servicios existentes, la empresa podría mejorar la satisfacción del cliente y fomentar la lealtad a la marca. Finalmente, implementar un plan de mantenimiento preventivo para aumentar la vida útil de los equipos podría hacer frente a la amenaza de la obsolescencia tecnológica y la vulnerabilidad a desastres naturales.

Para resumir, cada una de las estrategias propuestas podría aprovechar las fortalezas y oportunidades de la empresa AIRZONE S.A.S. , y hacer frente a las debilidades y amenazas. Cada una de ellas puede ser implementada de manera integrada y complementaria, para lograr un impacto significativo en la posición competitiva y el desempeño de la empresa.

### 8.3.Estrategias establecidas de optimización

A continuación, entonces se presentan las estrategias a trabajar para la empresa AIRZONE S.A.S. .:

*Ilustración 13 Estrategias de optimización*

Perspectiva	Estrategias
Comercial	1. Ofrecer paquetes de servicios y promociones especiales para retener a los clientes actuales y atraer a nuevos clientes. 2. Expandir el mercado mediante la creación de alianzas estratégicas con otras empresas del sector. 3. Implementar una estrategia de precios competitivos y flexibles en función del poder adquisitivo de los clientes.
Administrativa	1. Implementar un plan de gestión de calidad y mejorar los procesos internos de la empresa para aumentar la eficiencia y reducir costos. 2. Fortalecer la estructura organizacional y la capacitación del personal para mejorar el desempeño y la productividad. 3. Incrementar la inversión en tecnología y sistemas para mejorar la eficiencia operativa y la toma de decisiones.
Operativa	1. Desarrollar nuevos productos que se adapten a las necesidades del mercado y que generen valor para los clientes. 2. Mejorar la calidad de los productos y servicios existentes para aumentar la satisfacción del cliente y la lealtad a la marca. 3. Implementar un plan de mantenimiento preventivo para aumentar la vida útil de los equipos y reducir los costos de reparación.

Fuente: elaboración propia

Las propuestas de estrategias de penetración de mercado y desarrollo de productos para la empresa AIRZONE S.A.S. . se fundamentan en un análisis detallado de su situación actual y de las tendencias del mercado. Es importante mencionar que AIRZONE S.A.S. . se encuentra en una posición conservadora y que enfrenta grandes desventajas competitivas en una industria tecnológicamente estable, pero con ventas en declive. Además, la matriz EFI indica que la empresa tiene una tendencia hacia sus fortalezas, mientras que la matriz EFE muestra que se inclina más hacia las amenazas que a las oportunidades.

La estrategia de penetración de mercado se enfoca en aprovechar las fortalezas actuales de la empresa, que son un equipo de trabajo comprometido y un ambiente laboral positivo. La idea es utilizar estas fortalezas para fortalecer las relaciones con los clientes actuales y atraer nuevos clientes. Para ello, se plantean estrategias como ofrecer promociones y descuentos a los clientes actuales, mejorar la calidad de atención al cliente y aumentar la presencia en redes sociales y medios digitales para llegar a nuevos clientes.

Por otro lado, la estrategia de desarrollo de productos se enfoca en aprovechar las tendencias del mercado y ofrecer nuevos productos que satisfagan las necesidades de los clientes y que sean innovadores y atractivos. En este sentido, se plantean estrategias como realizar investigaciones de mercado para identificar las necesidades de los clientes y desarrollar productos que las satisfagan, mejorar la calidad de los productos actuales, innovar en el diseño y la tecnología de los productos y establecer alianzas con proveedores y fabricantes para reducir los costos de producción.

Ambas estrategias buscan mejorar la posición de AIRZONE S.A.S. . en el mercado y

superar las desventajas competitivas que enfrenta. La estrategia de penetración de mercado ayuda a mejorar la relación con los clientes y atraer nuevos clientes, lo que se traduce en mayores ventas y un aumento de la participación en el mercado. Por otro lado, la estrategia de desarrollo de productos busca ofrecer productos innovadores y de alta calidad que satisfagan las necesidades de los clientes, lo que ayuda a diferenciarse de la competencia y mejorar la imagen de la empresa. En resumen, estas estrategias ayudan a AIRZONE S.A.S. a mejorar su posición competitiva y a aumentar sus ventas en un mercado en declive, lo que a su vez puede llevar a un crecimiento sostenible a largo plazo.

### ***8.3.1. Propuesta de Manual de Funciones***

#### ***8.3.1.1. Introducción del manual***

Bienvenido al Manual de Funciones de Airzone S.A.S. una empresa dedicada a la venta, instalación y mantenimiento de equipos de aire acondicionado de alta calidad. Nuestra compañía cuenta con un equipo de profesionales altamente capacitados y comprometidos en brindar un servicio de excelencia y satisfacción al cliente.

El presente manual tiene como objetivo proporcionar una guía completa y detallada de las funciones, responsabilidades y procedimientos de cada uno de los departamentos de Airzone S.A.S. así como la descripción de los cargos y políticas de la empresa. Este manual es una herramienta fundamental para la gestión del personal, ya que permite una mejor comprensión y desempeño de las tareas asignadas.

En Airzone S.A.S. estamos comprometidos con la calidad de nuestros productos y

servicios, así como con la seguridad y el bienestar de nuestro equipo de trabajo y clientes. Por ello, en este manual también se incluyen las políticas de la empresa en materia de calidad, seguridad y medio ambiente.

Esperamos que este manual sea de gran utilidad para el desempeño de sus funciones y contribuya al éxito de nuestra empresa. En Airzone S.A.S. . trabajamos día a día para ofrecer la mejor experiencia y calidad de servicio a nuestros clientes.

#### 8.3.1.1.1. *visión de la empresa*

*Ilustración 14*



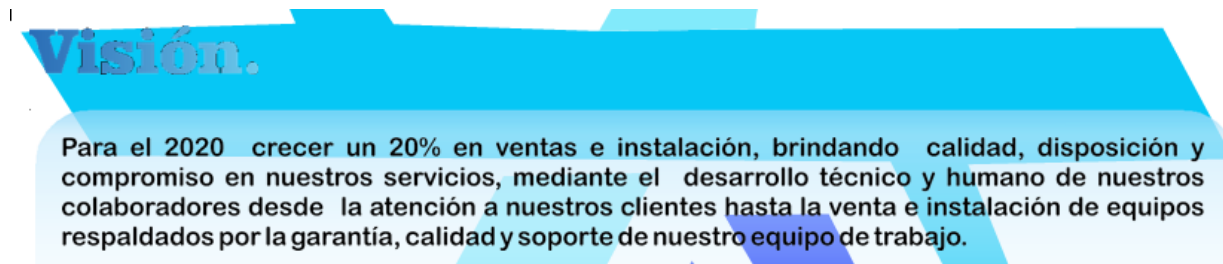
Fuente: elaboración propia

#### **Propuesta de Misión:**

La misión de AIRZONE S.A.S. es brindar soluciones de reparación y mantenimiento de aires acondicionados de calidad, con un servicio excepcional y precios altamente competitivos. A través de un talento humano calificado, mejoramiento continuo, tecnología avanzada y alianzas estratégicas, buscamos garantizar la satisfacción total de nuestros clientes, mientras asumimos nuestra responsabilidad social y ambiental.

### **Ilustración 39**

#### *8.3.1.1.2. Misión*



Fuente: elaboración propia

#### **Propuesta de visión**

La visión de AIRZONE S.A.S. es convertirse en el líder reconocido a nivel nacional e internacional en el sector de reparación y mantenimiento de aires acondicionados. Nos esforzamos por alcanzar un crecimiento del 15% en ventas y un 30% en instalaciones para el año 2028. Nuestra meta es ofrecer siempre calidad, disposición y compromiso en nuestros servicios, respaldados por el desarrollo técnico y humano de nuestros colaboradores.

Desde la atención a nuestros clientes hasta la venta e instalación de equipos, nos comprometemos a brindar un servicio de excelencia, garantizando la calidad y el soporte respaldado por nuestro equipo de trabajo. Además, nos esforzamos por mejorar continuamente nuestra infraestructura para cumplir con las necesidades cambiantes del mercado.



### **8.3.1.1.3. *Objetivos y metas***

#### **Objetivos:**

- Ofrecer productos y servicios de alta calidad que satisfagan las necesidades de nuestros clientes.
- Mantener un equipo de trabajo altamente capacitado y comprometido en brindar un servicio de excelencia y satisfacción al cliente.
- Consolidar nuestra posición como una empresa líder en el mercado de equipos de aire acondicionado y servicios asociados.
- Generar rentabilidad para nuestros accionistas y un ambiente de trabajo favorable para nuestros colaboradores.

#### **Metas:**

- Incrementar la participación de mercado mediante la captación de nuevos clientes y la fidelización de los existentes.
- Implementar sistemas de gestión de calidad y certificar nuestros procesos para garantizar la satisfacción del cliente.
- Fortalecer la capacidad de nuestros departamentos técnicos mediante programas de capacitación y actualización en tecnologías de aire acondicionado.
- Aumentar la eficiencia en los procesos de venta, instalación y mantenimiento de equipos de aire acondicionado, optimizando los tiempos de respuesta y minimizando los tiempos de espera de los clientes.
- Mejorar la gestión de recursos y reducir el impacto ambiental de nuestras actividades mediante prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.

- Ampliar nuestra oferta de productos y servicios en el mercado nacional e internacional, con miras a convertirse en un referente en el sector de aire acondicionado y sistemas de ventilación.

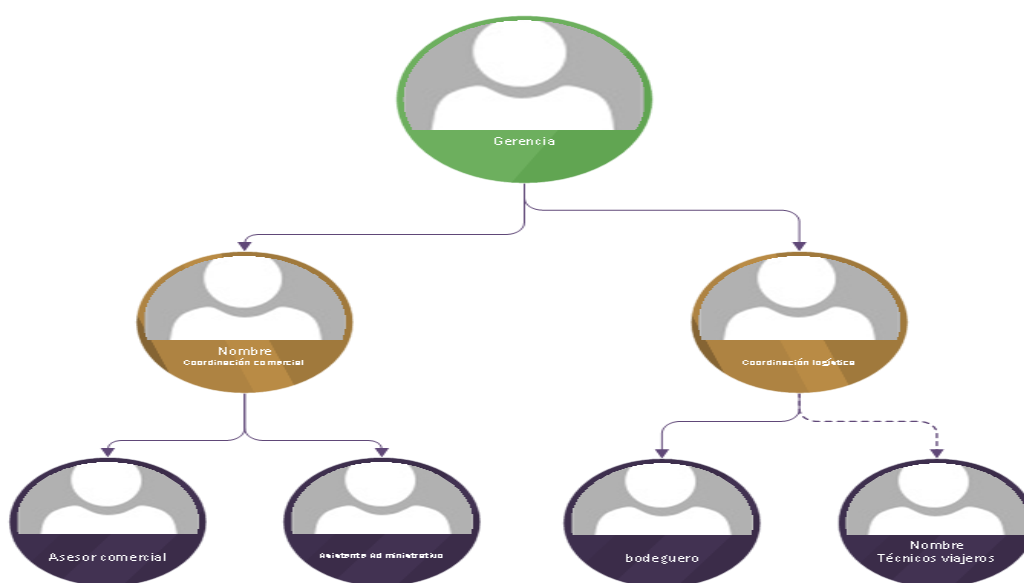
Estos objetivos y metas permitirán a Airzone S.A.S. . fortalecer su posición en el mercado y consolidar su reputación como una empresa líder y confiable en la industria de los equipos de aire acondicionado y servicios asociados.

### 8.3.1.2. Organigrama de la empresa

#### 8.3.1.3. Estructura organizativa

*Ilustración 15*

*Organigrama*



Fuente: elaboración propia

Funciones de los departamentos

#### *8.3.1.4. Departamento de Ventas*

### **Funciones y responsabilidades del Departamento de Ventas:**

#### **1. Prospección y captación de clientes:**

- Identificar y analizar oportunidades de mercado.
- Realizar investigaciones y análisis de mercado para identificar nuevos clientes potenciales.
- Contactar y establecer relaciones con clientes potenciales.
- Presentar los productos y servicios de la empresa de manera persuasiva y efectiva.
- Realizar seguimiento de clientes potenciales y convertirlos en clientes activos.

#### **2. Cotizaciones y presupuestos:**

- Recopilar información relevante de los clientes para elaborar cotizaciones y presupuestos precisos.
- Calcular costos, márgenes de beneficio y precios de venta.
- Preparar propuestas comerciales personalizadas.
- Negociar condiciones comerciales y términos de venta con los clientes.
- Presentar y explicar las cotizaciones a los clientes de manera clara y convincente.

#### **3. Seguimiento y cierre de ventas:**

- Realizar un seguimiento proactivo de las cotizaciones enviadas.
- Responder a consultas y objeciones de los clientes de manera oportuna y efectiva.
- Negociar y cerrar acuerdos de venta.
- Coordinar la firma de contratos y acuerdos comerciales.
- Realizar el seguimiento posterior a la venta para garantizar la satisfacción del

cliente.

#### **4. Mantenimiento de relaciones con clientes:**

- Mantener una comunicación regular con los clientes para fortalecer la relación comercial.
- Proporcionar un servicio postventa excepcional.
- Resolver cualquier problema o reclamación de los clientes de manera rápida y eficiente.
- Identificar oportunidades de venta adicionales o de mejora de servicios para los clientes existentes.
- Fomentar la fidelidad y retención de los clientes.

#### **5. Análisis de mercado y reportes:**

- Realizar análisis de mercado para identificar tendencias y oportunidades.
- Monitorear la competencia y realizar comparativas de precios y servicios.
- Generar informes de ventas, análisis de desempeño y pronósticos de ventas.
- Proporcionar retroalimentación y recomendaciones al equipo de dirección sobre estrategias de venta.

El Departamento de Ventas desempeña un papel crucial en el crecimiento y éxito de la empresa, siendo responsable de impulsar las ventas, establecer relaciones sólidas con los clientes y contribuir al logro de los objetivos comerciales de AIRZONE S.A.S. .

#### *8.3.1.5. Departamento de Servicios Técnicos*

Funciones y responsabilidades del Departamento de Servicios Técnicos:

**1. Mantenimiento preventivo:**

- Realizar inspecciones y revisiones periódicas de los equipos de aire acondicionado instalados en los clientes.
- Realizar limpieza, ajustes y lubricación de los componentes de los equipos.
- Verificar el funcionamiento y rendimiento de los equipos de acuerdo con las especificaciones técnicas.
- Identificar y solucionar posibles problemas o desgastes antes de que se conviertan en averías mayores.
- Elaborar informes de mantenimiento preventivo y programar las intervenciones necesarias.

**2. Mantenimiento correctivo:**

- Atender y solucionar las averías y problemas reportados por los clientes.
- Realizar diagnósticos técnicos para identificar las causas de los problemas.
- Reparar o reemplazar componentes defectuosos o dañados de los equipos de aire acondicionado.
- Realizar pruebas y verificaciones posteriores a las reparaciones para asegurar el correcto funcionamiento de los equipos.
- Brindar asesoramiento técnico a los clientes para prevenir futuras incidencias.

**3. Garantías y reclamaciones:**

- Gestionar y tramitar las garantías de los equipos de aire acondicionado.
- Coordinar la recopilación de información técnica y documentación requerida para el proceso de garantía.

- Realizar seguimiento de los casos de reclamaciones y asegurar una resolución satisfactoria para el cliente.
- Colaborar con los proveedores y fabricantes para el cumplimiento de las garantías.

#### 4.Capacitación y soporte técnico:

- Brindar capacitación y formación técnica a los clientes sobre el uso adecuado y mantenimiento de los equipos de aire acondicionado.
- Proporcionar soporte técnico y asistencia telefónica o en persona para resolver consultas o problemas técnicos.
- Mantenerse actualizado en los avances tecnológicos y normativas relacionadas con los equipos de aire acondicionado.
- Participar en programas de formación y certificación técnica ofrecidos por los fabricantes.

#### 5.Coordinación con otros departamentos:

- Colaborar con el Departamento de Ventas en la elaboración de propuestas técnicas y especificaciones de equipos.
- Trabajar en conjunto con el Departamento de Instalaciones para asegurar la correcta instalación de los equipos.
- Colaborar con el Departamento de Mantenimiento en la planificación de los servicios técnicos y el seguimiento de los contratos de mantenimiento.

El Departamento de Servicios Técnicos desempeña un papel esencial en garantizar el funcionamiento óptimo de los equipos de aire acondicionado, proporcionando mantenimiento preventivo y correctivo de calidad, gestionando las garantías y brindando soporte técnico a los

clientes de AIRZONE S.A.S. .

### *8.3.1.6. Departamento de Instalaciones*

Funciones y responsabilidades del Departamento de Instalaciones:

#### 1. Planificación de las instalaciones:

- Realizar el estudio y análisis de los requerimientos técnicos para la instalación de equipos de aire acondicionado.
- Elaborar los planos y diseños de las instalaciones, considerando las características del espacio y las necesidades del cliente.
- Determinar la ubicación óptima de los equipos y los conductos de ventilación.
- Calcular la capacidad y dimensiones necesarias de los sistemas de aire acondicionado.

#### 2. Coordinación de la instalación:

- Programar y coordinar el equipo de instaladores para llevar a cabo la instalación de los equipos.
- Supervisar y asegurar el cumplimiento de los estándares de calidad y normativas técnicas durante el proceso de instalación.
- Coordinar con el cliente y otros departamentos para garantizar la disponibilidad de recursos y minimizar los impactos en la operación del cliente.
- Gestionar los permisos y trámites necesarios para la instalación, como permisos de construcción, licencias y cumplimiento de normativas locales.

### 3.Instalación de equipos de aire acondicionado:

- Realizar la instalación física de los equipos de aire acondicionado en las ubicaciones determinadas.
- Conectar y configurar los sistemas eléctricos y de control de los equipos.
- Instalar los conductos de ventilación y realizar las conexiones necesarias.
- Asegurarse de que los equipos estén correctamente nivelados, fijados y aislados según las especificaciones del fabricante.

### 4.Pruebas y puesta en marcha:

- Realizar pruebas de funcionamiento y rendimiento de los equipos de aire acondicionado instalados.
- Ajustar los parámetros de los sistemas de control y verificar su correcto funcionamiento.
- Capacitar al cliente en el uso y mantenimiento de los equipos instalados.
- Elaborar informes de instalación y puesta en marcha.

### 5.Seguimiento y soporte post-instalación:

- Realizar seguimiento posterior a la instalación para garantizar la satisfacción del cliente y solucionar cualquier problema o duda que pueda surgir.
- Proporcionar soporte técnico y asesoramiento continuo al cliente en relación con el funcionamiento y mantenimiento de los equipos instalados.
- Colaborar con el Departamento de Servicios Técnicos en la planificación y coordinación de los servicios de mantenimiento preventivo.



- El Departamento de Instalaciones desempeña un papel fundamental en garantizar una instalación adecuada y eficiente de los equipos de aire acondicionado, asegurando el cumplimiento de los estándares de calidad y normativas técnicas, y brindando soporte post-instalación para asegurar la satisfacción del cliente de AIRZONE S.A.S.

### *8.3.1.7. Departamento de Mantenimiento*

Funciones y responsabilidades del Departamento de Mantenimiento:

#### 1. Planificación del mantenimiento:

- Desarrollar programas de mantenimiento preventivo para los equipos de aire acondicionado instalados.
- Establecer los intervalos de mantenimiento y las tareas a realizar en cada visita.
- Coordinar con el Departamento de Servicios Técnicos para programar las intervenciones de mantenimiento y minimizar los impactos en la operación de los clientes.
- Realizar un seguimiento de los contratos de mantenimiento y garantizar su cumplimiento.

#### 2. Ejecución del mantenimiento preventivo:

- vista previa del equipo.

*Ilustración 16 vista previa*



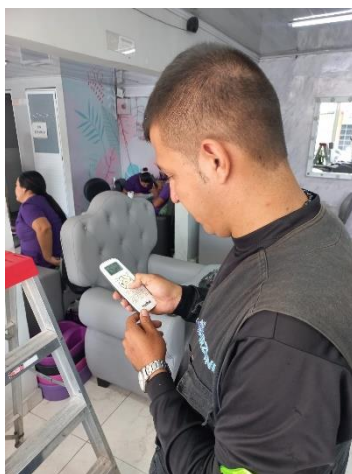
Fuente: toma directa de proceso AIRZONE S.A.S., autoría propia.

En este proceso se identifica el producto al que se le va a realizar mantenimiento.

- Medición de parámetros

*Ilustración 17*

*Medición de parámetros*



Fuente: elaboración propia

A través de la valoración de las funciones del movimiento y la oscilación se verifica el funcionamiento de la evaporadora y el nivel de circulación del aire.

- Desarme

*Ilustración 18 Desarme*



Fuente: Imágenes tomadas en el área, elaboración propia

- instalación de funda de lavado

*Ilustración 19 Instalación punto de lavado*



Fuente: elaboración propia

- Lavado de piezas



Fuente: elaboración propia

- Lavado de la condensadora

*Ilustración 21 Lavado de la Condensadora*



Fuente: elaboración propia

- lavado evaporador

*Ilustración 22 Lavado evaporador*



Fuente: elaboración propia

- Limpieza puesta de trabajo

*Ilustración 23 Limpieza de puesto de trabajo*



Fuente: elaboración propia

- Entrega final



Fuente: elaboración propia

### 3.Mantenimiento correctivo:

- Atender y solucionar las averías y problemas reportados por los clientes.
- Realizar diagnósticos técnicos para identificar las causas de los problemas y determinar las acciones correctivas.
- Reparar o reemplazar componentes defectuosos o dañados de los equipos de aire acondicionado.
- Realizar pruebas y verificaciones posteriores a las reparaciones para asegurar el correcto funcionamiento de los equipos.
- Gestión de repuestos y suministros:
- Realizar el inventario y control de los repuestos y materiales necesarios para las actividades de mantenimiento.
- Solicitar y gestionar la adquisición de repuestos y suministros necesarios.
- Mantener registros actualizados de los repuestos utilizados y realizar seguimiento a los niveles de stock.

### 4.Documentación y registros:

- Mantener registros precisos y actualizados de las actividades de mantenimiento realizadas.
- Elaborar informes de mantenimiento y documentar los hallazgos, acciones tomadas y recomendaciones.
- Registrar los costos y tiempos asociados a las actividades de mantenimiento.
- Utilizar sistemas o software de gestión de mantenimiento para facilitar el seguimiento y programación de las tareas.

#### 5. Mejora continua:

- Identificar oportunidades de mejora en los procesos de mantenimiento y proponer soluciones.
- Participar en la revisión y actualización de los programas de mantenimiento preventivo.
- Colaborar con el Departamento de Servicios Técnicos para compartir información relevante y retroalimentación sobre el desempeño y necesidades de los equipos.
- El Departamento de Mantenimiento tiene la responsabilidad de garantizar el correcto funcionamiento y prolongar la vida útil de los equipos de aire acondicionado a través de un mantenimiento preventivo y correctivo eficiente. Además, contribuye a la satisfacción del cliente al asegurar un entorno de trabajo cómodo y libre de problemas técnicos en AIRZONE S.A.S. .

#### ***8.3.1.3. Descripción de cargos***

Descripción de los cargos:

##### **Gerente General:**

- Responsable de la dirección estratégica y operativa de la empresa.
- Toma de decisiones clave para el crecimiento y el logro de los objetivos organizacionales.
- Gestión y supervisión de todos los departamentos y personal de la empresa.
- Establecimiento de políticas y procedimientos internos.
- Representación de la empresa ante clientes, proveedores y otras partes interesadas.

**Gerente Comercial:**

- Desarrollo de estrategias de ventas y planes de acción para alcanzar los objetivos comerciales.
- Supervisión y coordinación del equipo de ventas.
- Análisis del mercado y la competencia para identificar oportunidades de negocio.
- Negociación de contratos y acuerdos comerciales con clientes clave.
- Seguimiento del desempeño de ventas y elaboración de informes para la alta dirección.

**Gerente de Servicios Técnicos:**

- Supervisión y gestión del departamento de servicios técnicos.
- Planificación y coordinación de las actividades de mantenimiento preventivo y correctivo.
- Aseguramiento de la calidad en la prestación de los servicios técnicos.
- Gestionar y resolver reclamaciones y garantías de los clientes.
- Mantenerse actualizado en las últimas tecnologías y normativas relacionadas con los equipos de aire acondicionado.
- Gerente de Instalaciones:
  - Supervisión y coordinación del departamento de instalaciones.
  - Planificación y programación de las instalaciones de los equipos de aire



acondicionado.

- Asegurar el cumplimiento de los estándares de calidad y normativas técnicas en las instalaciones.
- Coordinación con otros departamentos y clientes para garantizar una instalación eficiente.
- Evaluación y selección de proveedores de equipos y materiales para las instalaciones.

**Gerente de Mantenimiento:**

- Supervisión y gestión del departamento de mantenimiento.
- Desarrollo de programas de mantenimiento preventivo.
- Coordinación de las actividades de mantenimiento correctivo.
- Gestión de repuestos y suministros necesarios para el mantenimiento.
- Implementación de mejoras continuas en los procesos de mantenimiento.

**Vendedores:**

- Identificación y captación de clientes potenciales.
- Presentación de los productos y servicios de la empresa a los clientes.
- Elaboración de cotizaciones y propuestas comerciales.
- Negociación y cierre de acuerdos de venta.
- Mantenimiento de relaciones comerciales con los clientes existentes.


**Técnicos de Servicio:**

- Realización de mantenimiento preventivo y correctivo en los equipos de aire acondicionado.

- Diagnóstico y solución de problemas técnicos en los equipos.
- Atención y resolución de averías reportadas por los clientes.
- Brindar asesoramiento técnico a los clientes sobre el uso y mantenimiento de los equipos.
- Registro y documentación de las actividades realizadas.

A través del formato comprobante de servicio, se da apertura y cierres a las órdenes, así como el seguimiento y solicitud de garantías

Tabla 7 Formato de Comprobante AIRZONE S.A.S.

		CO+A1:F29MPROBANTE DE SERVICIO			
		FECHA:	6 de DICIEMBRE 2022		
CLIENTE: UNIVERSIDAD PILOTO		TELEFONO: 3223459753			
CIUDAD: GIRARDOT		EMAIL:			
TIPO DE SERVICIO	PREVENTIVO: X	CORRECTIVO: X	EMERGENCIA:	SOPORTE:	INSTALACION:
DATOS DEL EQUIPO					
DESCRIPCION	EQUIPO 1	EQUIPO 2	EQUIPO 3	EQUIPO 4	EQUIPO 5
TIPO	MINI SPLIT	PISO TECHO	PISO TECHO		
MARCA	YORK				
MODELO UMA	YHEA18FS-ADK	UH60C2DB5	UH60C2DB5	C70C2AB1	C70C2AB1
SERIAL UMA	A213501160091	NO VISIBLE	NO VISIBLE	NO VISIBLE	NO VISIBLE
MODELO UCA	YHEA18FS-ADK	UH60C2DB5	UH60C2DB5	C70C2AB1	C70C2AB1
SERIAL UCA	NO VISIBLE	NO VISIBLE	NO VISIBLE	NO VISIBLE	NO VISIBLE
VOLTAJE	220	220	220	220	220
REFRIGERANTE	R 22	R 22	R 22		
UBICACIÓN	PRESIDEN. CONCE	DECATURAS	TESORERIA	BIBLIOTECA 1	BIBLIOTECA 2
REVISION					
DESCRIPCION	EQUIPO 1	EQUIPO 2	EQUIPO 3	EQUIPO 4	EQUIPO 5
AMP COMPRESOR 1	15 AMP	13 AMP	17 AMP	10 AMP	12 AMP
AMP MOTOR UMA	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5
AMP MOTOR UCA	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0
REV. AISLAMIENTO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
REV. SISTEMA ELECTRICO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO	BUENO
OPERACIÓN TERMOSTATO	0	0	0	0	0
TEMP. SUMINISTRO	13	14	14	13	13
TEMP. RETORNO	22	23	23	21	22
PRESION	60 PSI	122 PSI	122 PSI	60 PSI	60 PSI
ACTIVIDAD REALIZADA					
DESCRIPCION	EQUIPO 1	EQUIPO 2	EQUIPO 3	EQUIPO 4	EQUIPO 5
LIMPIEZA GENERAL	OK	OK	OK	OK	OK
LIMPIEZA SERPENTIN UMA	OK	OK	OK	OK	OK
LIMPIEZA SERPENTIN UCA	OK	OK	OK	OK	OK
LIMPIEZA BLOWER	OK	OK	OK	OK	OK
LIMPIEZA DRENAJE	OK	OK	OK	OK	OK
LIMPIEZA BORNERAS	OK	OK	OK	OK	OK
LIMPIEZA FILTROS	OK	OK	OK	OK	OK
AJUSTE TORNILLERIA	OK	OK	OK	OK	OK
PENDIENTES: SE REALIZA MTO PREVENTIVO SIN NOVEDAD					
OBSERVACIONES: SE REALIZA MTO PREVENTIVO DEJANDO LOS EQUIPOS EN OPTIMAS CONDICIONES					

Fuente: elaboración propia

**Instaladores:**

- Realización de las instalaciones físicas de los equipos de aire acondicionado.
- Conexión y configuración de los sistemas eléctricos y de control de los equipos.
- Instalación de conductos de ventilación y conexiones necesarias.

*Políticas de la empresa*

*Política de calidad*

Política de Calidad de AIRZONE S.A.S.

En AIRZONE S.A.S. se comprometemos a brindar productos y servicios de alta calidad que satisfagan las necesidades y expectativas de nuestros clientes. Nuestra política de calidad se basa en los siguientes principios:

- Orientación al cliente: todo el esfuerzo del equipo está focalizado en comprender las necesidades y expectativas de nuestros clientes y superar sus expectativas en términos de calidad, rendimiento y servicio.
- Calidad del producto: AIRZONE S.A.S. se compromete a ofrecer productos de

aire acondicionado de alta calidad, duraderos, eficientes y seguros. Trabajamos en estrecha colaboración con proveedores confiables para garantizar la excelencia en el diseño, fabricación y selección de nuestros productos.

- **Servicio al cliente:** se Busca proporcionar un servicio al cliente excepcional en todas las etapas, desde la asesoría y venta hasta la instalación, mantenimiento y soporte técnico. Siempre esforzándonos por responder de manera oportuna y eficiente a las consultas y solicitudes de nuestros clientes.
- **Cumplimiento de normativas y estándares:** es compromiso de AIRZONE S.A.S. el compromiso de cumplimiento con todas las normativas y estándares relevantes en la industria de equipos de aire acondicionado. Trabajamos en línea con las regulaciones locales e internacionales para garantizar la seguridad, la eficiencia energética y el respeto al medio ambiente en todos nuestros productos y servicios.
- **Mejora continua:** siempre se persigue la mejora de nuestros procesos, productos y servicios. Se Fomenta la participación activa de nuestro personal en la identificación de oportunidades de mejora y la implementación de acciones correctivas y preventivas.
- **Desarrollo del talento:** la empresa Valora y promueve el desarrollo del talento

Humano brindando capacitación y oportunidades de crecimiento profesional. Se busca mantener un equipo altamente calificado y motivado que esté comprometido con la calidad y la satisfacción del cliente.

- **Colaboración con proveedores:** AIRZONE S.A.S. Trabaja en colaboración con proveedores estratégicos que compartan valores de calidad y confiabilidad. Fomentando las relaciones sólidas y de largo plazo para garantizar la entrega oportuna de productos y servicios de alta calidad.
- **Comunicación efectiva:** se promueve una comunicación clara y abierta tanto interna como externamente. Existe un claro compromiso en mantener una comunicación efectiva con nuestros clientes, proveedores y colaboradores para asegurar la comprensión mutua y la satisfacción de las partes interesadas.

Esta política de calidad es el marco de referencia para establecer y revisar nuestros objetivos de calidad, y se comunica y se implementa en toda la organización. En AIRZONE S.A.S. cada miembro del equipo asume la responsabilidad de cumplir con esta política y contribuir a la mejora continua de nuestros productos y servicios.

#### *Política de seguridad*

#### **Política de Seguridad de AIRZONE S.A.S.**

En AIRZONE S.A.S. se comprometen a garantizar la seguridad de nuestros empleados,

clientes, proveedores y cualquier persona relacionada con nuestras operaciones. Nuestra política de seguridad se basa en los siguientes principios:

- **Prevención de riesgos:** se Identifica y evalúa los riesgos asociados a actividades y se adoptan medidas preventivas para minimizarlos. Se promueve una cultura de seguridad que fomente la identificación temprana de riesgos y la implementación de medidas de control adecuadas.
- **Cumplimiento legal:** Se comprometen a cumplir con todas las leyes, regulaciones y normativas aplicables en materia de seguridad laboral y protección ambiental. Realizamos auditorías y revisiones periódicas para asegurarnos de que nuestras operaciones estén en pleno cumplimiento.
- **Capacitación y concientización:** se brinda capacitación continua a empleados en materia de seguridad, promoviendo la concientización sobre los riesgos y la adopción de buenas prácticas de seguridad en todas las áreas de trabajo. Se Fomenta la participación activa de los empleados en la identificación y reporte de condiciones inseguras.
- **Equipos y herramientas seguras:** proporciona a los empleados los equipos y herramientas adecuados para realizar su trabajo de manera segura. Manteniendo un programa de mantenimiento regular para garantizar que los equipos estén en

óptimas condiciones de funcionamiento.

- **Gestión de emergencias:** Establecemos planes y procedimientos para hacer frente a situaciones de emergencia, como incendios, evacuaciones o accidentes.  
Capacitamos a nuestro personal para que esté preparado y pueda actuar de manera efectiva en caso de una situación de emergencia.
- **Protección de la información:** Implementamos medidas de seguridad para proteger la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información tanto de nuestra empresa como de nuestros clientes y proveedores. Mantenemos políticas y procedimientos para el manejo adecuado de la información y la prevención de incidentes de seguridad.
- **Evaluación continua:** Realizamos revisiones periódicas de nuestra política de seguridad y llevamos a cabo análisis de riesgos para asegurarnos de que nuestras medidas de seguridad sean efectivas y estén actualizadas. Implementamos mejoras y ajustes cuando sea necesario.
- **Participación de todos:** La seguridad es responsabilidad de todos los miembros de AIRZONE S.A.S. Fomentamos la participación activa de los empleados, proveedores y contratistas en la promoción de un entorno de trabajo seguro y la reporte de cualquier incidente o situación de riesgo.

Esta política de seguridad se comunica y se implementa en todos los niveles de la organización. En AIRZONE S.A.S. nos esforzamos por mantener un entorno de trabajo seguro y protegido, donde la seguridad sea una prioridad en todas nuestras actividades

#### *Política ambiental*

#### Política Ambiental de AIRZONE S.A.S.

En AIRZONE S.A.S. se compromete a operar de manera ambientalmente responsable, minimizando nuestro impacto en el medio ambiente y promoviendo la sostenibilidad en todas nuestras actividades. Nuestra política ambiental se basa en los siguientes principios:

- **Cumplimiento legal y normativo:** la empresa se compromete a cumplir con todas las leyes y regulaciones ambientales aplicables, así como con los estándares y normativas establecidos por las autoridades competentes. Se realiza revisiones periódicas para asegurarnos de que nuestras operaciones cumplan con los requisitos ambientales.
- **Uso eficiente de los recursos:** se busca optimizar el uso de los recursos naturales, como el agua y la energía, en nuestras operaciones. Promueve la adopción de tecnologías y prácticas que permitan la eficiencia energética, la reducción del consumo de agua y la minimización de residuos.



- Gestión de residuos: se propone la implementación en un sistema de gestión de residuos sólidos y peligrosos que incluye la segregación, el almacenamiento seguro, la disposición adecuada y, cuando sea posible, el reciclaje o reutilización de los materiales. Con esto se fomentan la reducción de residuos en origen y la adopción de prácticas de economía circular.
- Prevención de la contaminación: se toman medidas proactivas para prevenir la contaminación del aire, agua y suelo. Implementamos controles y buenas prácticas para minimizar las emisiones de gases, los vertidos y los derrames, asegurando la protección de los recursos naturales y la calidad ambiental.
- Sensibilización y capacitación: se promueve la sensibilización y la educación ambiental entre nuestros empleados, clientes y proveedores. Proporcionando capacitación sobre prácticas ambientales seguras, la importancia de la conservación de recursos y la responsabilidad individual en la protección del medio ambiente.
- Evaluación y mejora continua: se realizan evaluaciones periódicas de nuestro desempeño ambiental para identificar áreas de mejora. Establecemos objetivos y metas ambientales medibles y aplicamos programas de mejora continua para reducir nuestro impacto ambiental y fomentar la sostenibilidad.

- Compromiso con la comunidad: AIRZONE S.A.S. se compromete a ser un buen vecino y a contribuir positivamente al desarrollo sostenible de la comunidad. Colaboramos con organizaciones y entidades locales en proyectos ambientales y participamos en iniciativas de responsabilidad social que promuevan la conservación del medio ambiente.
- Transparencia y comunicación: se Mantiene una comunicación abierta y transparente sobre las acciones ambientales. Se comparte información relevante sobre nuestros programas, logros y desafíos ambientales con nuestros empleados, clientes, proveedores y otras partes interesadas.

Esta política ambiental se comunica y se implementa en todos los niveles de la organización. en AIRZONE S.A.S. estamos comprometidos con la protección del medio ambiente y la promoción de prácticas sostenibles en todas nuestras operaciones, con el objetivo de contribuir a la preservación del entorno natural para las generaciones futuras.

### *Anexos*

#### *Glosario de términos técnicos*

**Aire acondicionado:** Sistema o equipo que modifica las condiciones del aire en un espacio cerrado, regulando la temperatura, humedad, circulación y limpieza del mismo. (OVACEN, 2023)

**Tipo Casete:** Unidad de aire acondicionado que se instala en el techo y cuenta con una

rejilla en su parte inferior para distribuir el aire de manera uniforme. (Aire Acondicionado Total, 2023)

**Paquete:** Equipo de aire acondicionado compacto que incluye todas sus partes principales (compresor, evaporador, condensador) en una sola unidad. (Aire Acondicionado Total, 2023)

**Chiller:** Unidad enfriadora de agua utilizada en sistemas de aire acondicionado centralizado para proporcionar refrigeración a múltiples espacios. (Airson Ingenieros, 2023)

**Mini Split:** Sistema de aire acondicionado que consta de una unidad exterior y una o varias unidades interiores, permitiendo enfriar habitaciones individuales de manera independiente. (E-eficiencia, 2023)

**Multisplit:** Similar al mini Split, pero con la capacidad de conectar múltiples unidades interiores a una sola unidad exterior, lo que permite enfriar varias habitaciones. (LG, 2023)

**Piso Techo:** Tipo de unidad de aire acondicionado que puede instalarse tanto en el techo como en el suelo, ofreciendo flexibilidad en la distribución del aire. (Refri-Climas, 2023)

**Centrales:** Sistemas de aire acondicionado de gran capacidad que se utilizan para

climatizar edificios completos o espacios de gran tamaño. (Calor y Frio, 2023)

**Tecnología convencional:** Sistema de aire acondicionado que opera con compresores de velocidad fija, ofreciendo un rendimiento estándar. (ingemecanica, 2023)

**Tecnología inverter:** Sistema de aire acondicionado que utiliza compresores de velocidad variable, ajustando su potencia de acuerdo a la demanda, lo que resulta en mayor eficiencia energética y menor consumo. (ingemecanica, 2023)

**Mantenimiento preventivo:** Conjunto de actividades periódicas realizadas para asegurar el correcto funcionamiento de los equipos de aire acondicionado y prevenir posibles averías. (Portal Renovetec, 2023)

**Mantenimiento correctivo:** Acciones tomadas para corregir fallas o averías en los equipos de aire acondicionado, restableciendo su funcionamiento normal. (Safetyculture, 2023)

**Ductos de ventilación:** Conductos o canales utilizados para transportar el aire acondicionado desde el equipo central a las diferentes áreas a climatizar. (Safetysecure, 2023)

**Ventilación de aire acondicionado:** Proceso de distribución y circulación de aire fresco en un espacio cerrado para garantizar la calidad del aire interior. (Ministerio de trabajo y asuntos sociales)

**Compresor:** Componente del sistema de aire acondicionado encargado de comprimir y bombear el refrigerante para generar el enfriamiento. (Mundo HVACR, 2023)

### **8.3.2. Propuesta de Manual ABC**



#### Manual ABC para Técnicos

##### **8.3.2.1. Introducción**

Bienvenido al Manual ABC para Técnicos de AIRZONE S.A.S. Este manual ha sido diseñado para proporcionarte una guía clara y detallada sobre las mejores prácticas y procedimientos que debes seguir en tu rol como técnico en nuestra empresa.

En AIRZONE S.A.S. trabajan con orgullo para brindar productos y servicios de alta calidad a nuestros clientes en el sector de equipos de aire acondicionado. Reconocen la importancia de contar con técnicos altamente capacitados y comprometidos, capaces de realizar tareas de manera eficiente y segura.

El objetivo de este manual es proporcionar las herramientas necesarias para desempeñar tu trabajo de manera efectiva, garantizando la calidad en el servicio, la seguridad laboral y la satisfacción del cliente. Aquí encontrarás una descripción detallada de los procedimientos, normas y políticas que debes seguir en tu día a día como técnico de AIRZONE S.A.S.

Es fundamental que sigas las instrucciones contenidas en este manual y que siempre te

mantengas actualizado sobre las políticas y procedimientos vigentes. El compromiso y adhesión a estas directrices contribuirán a fortalecer la reputación como líderes en el mercado y a mantener la confianza de los clientes.

Además, este manual también se enfoca en el desarrollo profesional y la capacitación continua. En la organización se hace distinción de la importancia de mantenerse actualizado sobre las últimas tecnologías y mejores prácticas en el campo de los equipos de aire acondicionado. Por tanto, fomentaremos tu crecimiento profesional y se entregarán oportunidades de capacitación y actualización periódicas.

Recuerde que el éxito de la empresa depende en gran medida de su dedicación y desempeño excepcional. Existe la certeza de que, con este manual como guía, se podrá realizar tu trabajo de manera eficiente, segura y con la calidad que nos distingue.

¡Gracias por el compromiso y contribución a la excelencia de AIRZONE S.A.S.

### ***8.3.2.2. Normas y procedimientos de trabajo***

#### **A. Vestimenta y equipo de protección personal**

En AIRZONE S.A.S. se le da una gran importancia a la vestimenta y al equipo de protección personal de los técnicos. La vestimenta y el equipo adecuados no solo garantizan tu seguridad y bienestar, sino que también proyectan una imagen profesional frente a nuestros clientes.

Estilo del uniforme: el uniforme reglamentario viene con jean grueso azul, camiseta azul y chaleco de servicios, en área de trabajo de alturas se debe usar el uniforme con la camisa manga larga.

*Ilustración 24 Uniforme AIRZONE S.A.S*



Fuente: elaboración propia

Es obligatorio que todos los técnicos utilicen el uniforme de AIRZONE S.A.S. proporcionado por la empresa. El uniforme debe estar limpio, en buen estado y ajustarse adecuadamente al cuerpo. Además, debes usar el distintivo de identificación de la empresa de manera visible en todo momento durante tu jornada laboral.

*Ilustración 25*

*Uniforme con uso reglamentario de EPP*



Fuente: elaboración propia



Equipos de protección personal (EPP):

Para garantizar tu seguridad, es fundamental utilizar los EPP correspondientes en todo momento durante la realización de tus tareas. Algunos ejemplos de EPP requeridos son:

- Casco de seguridad
- Gafas protectoras
- Guantes de trabajo
- Calzado de seguridad

El suministro y mantenimiento de los EPP serán responsabilidad de la empresa. Es tu



deber asegurarte de que los EPP estén en buen estado y utilizarlos correctamente.

## **B. Cumplimiento de las normas de seguridad**

En AIRZONE S.A.S. la seguridad es una prioridad absoluta. Para garantizar un entorno de trabajo seguro tanto para ti como para tus compañeros, debe cumplir con las siguientes normas de seguridad:

Conocimiento y cumplimiento de las políticas de seguridad:

- Debe familiarizarse y cumplir con todas las políticas y procedimientos de seguridad establecidos por la empresa. Esto incluye la identificación de riesgos, la prevención de accidentes y la actuación en caso de emergencias.

Mantenimiento y orden de las áreas de trabajo:

- Es responsabilidad del empleado mantener su área de trabajo limpia y ordenada en todo momento. Esto implica almacenar las herramientas y equipos correctamente, eliminar los posibles obstáculos y garantizar la limpieza general del entorno de trabajo.

## **C. Procedimientos para solicitar permisos y autorizaciones**

En ocasiones, puede ser necesario solicitar permisos especiales o autorizaciones para realizar ciertas tareas o acceder a ciertas áreas. Para solicitar permisos y autorizaciones, debes seguir el siguiente procedimiento:

Completa el formulario de solicitud de permiso:

Llena el formulario de solicitud de permiso proporcionado por el departamento de recursos humanos. Asegúrate de proporcionar la información requerida, incluyendo el motivo de la solicitud, la fecha y la duración del permiso, y cualquier otra información relevante.

*Tabla 8*

*formato de solicitud*

<b>FORMULARIO DE SOLICITUD DE PERMISO</b>
<b>Nombre del empleado:</b>
<b>Departamento:</b>

**Fecha de la solicitud:**

**Motivo de la solicitud:**

**Fecha de inicio del permiso:**

**Fecha de finalización del permiso:**

**Duración del permiso (en días):**

Descripción detallada del motivo de la solicitud (opcional):

-----  
-----

**Firma del empleado:**

<b>Aprobación del supervisor:</b>
<b>Comentarios adicionales del supervisor (si corresponde):</b>

Fuente: elaboración propia

Este formulario de solicitud de permiso debe ser completado por el empleado y entregado al departamento de Recursos Humanos con suficiente antelación. El departamento de Recursos Humanos evaluará la solicitud y se comunicará con el empleado para confirmar la aprobación del permiso.

Envía el formulario de solicitud:

Envía el formulario completado al departamento de recursos humanos para su revisión y aprobación. Asegúrate de hacerlo con suficiente anticipación para que se puedan realizar las gestiones necesarias.

#### **D. Reporte de incidentes y accidentes de trabajo**

En caso de que ocurra algún incidente o accidente de trabajo, se debe realizar un reporte inmediato al supervisor o jefe de área correspondiente. Este reporte debe incluir toda la información relevante sobre el incidente o accidente, así como los detalles de las lesiones o daños materiales sufridos.

### **E. Uso adecuado de herramientas y equipos:**

Es responsabilidad de cada trabajador utilizar las herramientas y equipos adecuados para cada tarea y de la manera en que se ha establecido en los procedimientos de seguridad. Además, se debe realizar el mantenimiento preventivo de las herramientas y equipos para garantizar su buen funcionamiento y durabilidad.

#### *8.3.2.2.1. Mantenimiento preventivo*

En AIRZONE S.A.S. se reconoce la importancia del mantenimiento preventivo para garantizar el buen funcionamiento y la durabilidad de los equipos de aire acondicionado. A través de un enfoque proactivo, se implementan diversas actividades y procedimientos que forman parte del plan de mantenimiento preventivo de la empresa.

### **A. Planificación y programación de tareas de mantenimiento:**

El departamento encargado del mantenimiento preventivo realiza una planificación y programación detallada de las tareas a realizar. Esto incluye la identificación de los equipos que requieren mantenimiento, la frecuencia de las intervenciones y la asignación de los recursos necesarios. Se establece un calendario para llevar a cabo las actividades de mantenimiento de manera oportuna y eficiente.

### **B. Inspección y limpieza de equipos de aire acondicionado:**

Una de las actividades fundamentales del mantenimiento preventivo es la inspección y limpieza de los equipos de aire acondicionado. Se realizan revisiones visuales exhaustivas para detectar posibles obstrucciones, acumulación de polvo o suciedad en los filtros y serpentines, así como cualquier otra anomalía que pueda afectar su rendimiento. Se emplean técnicas y productos adecuados para garantizar una limpieza óptima de los equipos.

#### **C. Verificación de niveles de refrigerante y lubricación:**

Durante el mantenimiento preventivo, se verifica de manera regular y precisa los niveles de refrigerante y lubricación de los equipos de aire acondicionado. Se realizan pruebas y mediciones para asegurarse de que los niveles se encuentren dentro de los rangos recomendados por el fabricante. En caso de ser necesario, se procede a rellenar o ajustar los niveles correspondientes.

#### **D. Revisión de conexiones eléctricas y componentes:**

Otra actividad importante del mantenimiento preventivo es la revisión de las conexiones eléctricas y los componentes de los equipos de aire acondicionado. Se inspeccionan los cables, enchufes y terminales para identificar posibles problemas de conexión o desgaste. Asimismo, se verifican los componentes eléctricos, como relés, fusibles y contactores, para asegurarse de su correcto funcionamiento.

### **E. Registro y documentación de actividades de mantenimiento:**

Cada intervención de mantenimiento preventivo es registrada y documentada de manera detallada. Se registra la fecha, las actividades realizadas, los resultados obtenidos y cualquier observación o recomendación relevante. Esta documentación permite llevar un control riguroso de las actividades de mantenimiento, facilita la identificación de patrones o tendencias y proporciona información útil para futuras intervenciones.

En conclusión, el departamento encargado del mantenimiento preventivo en AIRZONE S.A.S. se encarga de planificar y programar las tareas de mantenimiento, realizar inspecciones y limpiezas de los equipos de aire acondicionado, verificar los niveles de refrigerante y lubricación, revisar las conexiones eléctricas y componentes, y registrar y documentar todas las actividades realizadas. Estas acciones contribuyen a garantizar un funcionamiento eficiente de los equipos, prolongar su vida útil y minimizar posibles averías o fallos en el sistema de climatización.

#### *8.3.2.2.2. Reparaciones y resolución de problemas*

En AIRZONE S.A.S. se cuenta con un departamento especializado en la reparación y resolución de problemas relacionados con los equipos de aire acondicionado. Este equipo de técnicos altamente capacitados se encarga de llevar a cabo las siguientes actividades para garantizar un servicio eficiente y de calidad.

### **A. Diagnóstico y detección de fallas en equipos de aire acondicionado:**

Los técnicos de reparación son responsables de realizar un diagnóstico preciso y efectivo de las fallas en los equipos de aire acondicionado. Utilizando su conocimiento y experiencia, llevan a cabo pruebas exhaustivas para identificar la causa raíz de los problemas. Esto incluye verificar los sistemas de control, los componentes eléctricos, los circuitos de refrigeración y cualquier otro aspecto relevante para determinar la fuente de la falla.

### **B. Procedimientos de reparación y reemplazo de componentes:**

Una vez que se ha identificado la causa de la falla, los técnicos de reparación proceden a realizar las reparaciones necesarias. Siguiendo los procedimientos establecidos por el fabricante y empleando técnicas y herramientas adecuadas, se lleva a cabo el reemplazo o la reparación de los componentes defectuosos. Se aseguran de utilizar repuestos originales de calidad para garantizar el óptimo funcionamiento de los equipos.

### **C. Uso de herramientas y equipos de diagnóstico:**

Los técnicos de reparación cuentan con una amplia gama de herramientas y equipos de diagnóstico de última generación. Estos instrumentos les permiten realizar pruebas precisas y evaluar el rendimiento de los equipos de aire acondicionado. El uso adecuado de estas herramientas ayuda a identificar de manera más eficiente las fallas y a tomar las medidas



necesarias para su reparación.

#### **D. Pruebas de funcionamiento y verificación de resultados:**

Una vez que se ha realizado la reparación, los técnicos de reparación realizan pruebas exhaustivas de funcionamiento para asegurarse de que los equipos de aire acondicionado estén operando correctamente. Verifican el rendimiento, la eficiencia y la estabilidad de los sistemas, asegurando que los ajustes realizados hayan solucionado la falla. Además, se realizan controles posteriores para asegurar la satisfacción del cliente y confirmar que los problemas han sido resueltos de manera efectiva.

##### *8.3.2.2.3. Atención al cliente*

En AIRZONE S.A.S. se reconoce la importancia de brindar un excelente servicio al cliente como parte fundamental de nuestra filosofía empresarial. El departamento de atención al cliente se encarga de establecer y mantener relaciones sólidas con los clientes, brindando un trato cortés, profesional y eficiente. A continuación, se describen las actividades clave relacionadas con la atención al cliente.

#### **A. Comunicación efectiva y cortés con los clientes:**

Los técnicos de AIRZONE S.A.S. están capacitados para mantener una comunicación clara, cordial y respetuosa con los clientes. Se aseguran de utilizar un lenguaje accesible y comprensible, evitando tecnicismos excesivos. Además, mantienen una actitud amigable y empática, transmitiendo confianza y generando un ambiente propicio para la interacción con los

clientes.

**B. Escucha activa y comprensión de las necesidades del cliente:**

La atención al cliente implica escuchar activamente a los clientes y comprender sus necesidades y requerimientos. Los técnicos de AIRZONE S.A.S. practican la escucha activa, prestando atención a los detalles y asegurándose de captar de manera precisa la información proporcionada por el cliente. Esta comprensión profunda permite ofrecer soluciones y recomendaciones acordes a las necesidades específicas de cada cliente.

**C. Resolución de problemas y asesoramiento técnico:**

Cuando los clientes enfrentan problemas o requieren asesoramiento técnico, el equipo de atención al cliente de AIRZONE S.A.S. está preparado para brindar soluciones efectivas. Los técnicos poseen un amplio conocimiento sobre los equipos de aire acondicionado y su funcionamiento, lo que les permite ofrecer recomendaciones precisas y realizar las gestiones necesarias para resolver los inconvenientes de manera oportuna.

**D. Manejo adecuado de situaciones difíciles o conflictivas:**

En ocasiones, pueden surgir situaciones difíciles o conflictivas durante la interacción con los clientes. El equipo de atención al cliente está capacitado para manejar estas situaciones de manera profesional y efectiva. Adoptan una actitud calmada y empática, buscando soluciones y buscando la satisfacción del cliente. En casos de quejas o reclamos, se siguen los procedimientos establecidos para una adecuada gestión y resolución.

La atención al cliente en AIRZONE S.A.S. es una prioridad, y se trabaja constantemente para brindar un servicio excepcional. La comunicación efectiva y cortés, la escucha activa, la resolución de problemas y el manejo adecuado de situaciones difíciles son elementos fundamentales para generar confianza, fidelidad y satisfacción en nuestros clientes.

#### *8.3.2.2.4. Actualización y capacitación*

En AIRZONE S.A.S. se reconoce la importancia de mantenerse actualizado en un entorno empresarial en constante evolución. El departamento de actualización y capacitación se encarga de garantizar que los técnicos estén al día con los avances en productos, tecnologías y habilidades profesionales. A continuación, se detallan las actividades clave relacionadas con la actualización y capacitación.

#### **A. Participación en programas de formación y capacitación:**

Los técnicos de AIRZONE S.A.S. tienen la oportunidad de participar en programas de formación y capacitación especializados en el área de aires acondicionados. Esto incluye cursos, talleres y seminarios impartidos por expertos en la industria. Estas actividades permiten adquirir nuevos conocimientos, desarrollar habilidades técnicas y mejorar el desempeño en el campo.

#### **B. Mantenimiento de un conocimiento actualizado sobre nuevos productos y tecnologías:**

La tecnología en el campo de los aires acondicionados está en constante evolución. Por lo tanto, es fundamental para los técnicos de AIRZONE S.A.S. mantenerse actualizados sobre los nuevos productos, componentes y tecnologías emergentes en el mercado. Esto implica estar al

tanto de las últimas tendencias y avances en el sector, así como comprender cómo aplicarlos de manera efectiva en el trabajo diario.

### **C. Desarrollo de habilidades técnicas y profesionales:**

AIRZONE S.A.S. fomenta el desarrollo continuo de las habilidades técnicas y profesionales de sus técnicos. Esto incluye el aprendizaje y dominio de nuevas técnicas de diagnóstico, reparación y mantenimiento, así como el desarrollo de habilidades de comunicación, liderazgo y trabajo en equipo. La empresa ofrece oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional, brindando el apoyo necesario para que los técnicos alcancen su máximo potencial.

La actualización y capacitación constante son elementos clave en el éxito de los técnicos de AIRZONE S.A.S. A través de la participación en programas de formación, el conocimiento actualizado sobre nuevos productos y tecnologías, y el desarrollo de habilidades técnicas y profesionales, los técnicos se mantienen a la vanguardia de la industria y son capaces de ofrecer un servicio de calidad a nuestros clientes.

#### *8.3.2.2.5. Procedimientos administrativos*

En AIRZONE S.A.S. se reconoce la importancia de contar con procedimientos administrativos eficientes y organizados para garantizar un flujo de trabajo fluido y una gestión adecuada de los recursos. El departamento administrativo colabora estrechamente con los técnicos para llevar a cabo las tareas administrativas necesarias. A continuación, se detallan las actividades clave relacionadas con los procedimientos administrativos.

### **A. Registro y documentación de actividades y tiempos de trabajo:**

Es fundamental llevar un registro preciso de las actividades realizadas y el tiempo empleado en cada tarea. Los técnicos deben completar informes diarios, donde se registren las actividades realizadas, el tiempo empleado en cada una y cualquier incidente o anomalía relevante. Esto permite tener un seguimiento detallado del trabajo realizado y facilita la evaluación del desempeño individual y colectivo.

### **B. Reporte de materiales y equipos utilizados:**

Para mantener un control adecuado de los recursos, es necesario reportar los materiales y equipos utilizados en cada trabajo. Los técnicos deben completar informes de materiales y equipos utilizados, donde se registre qué materiales se utilizaron, las cantidades y cualquier observación relevante. Esto permite tener un inventario actualizado y garantizar la disponibilidad de los materiales necesarios para las tareas futuras.

### **C. Solicitud de insumos y materiales de reposición:**

Cuando se agoten los materiales o insumos necesarios para llevar a cabo las tareas de mantenimiento o reparación, es responsabilidad de los técnicos realizar las solicitudes correspondientes al departamento de compras o al encargado de la gestión de inventarios. Estas solicitudes deben incluir una descripción detallada de los materiales requeridos, las cantidades necesarias y cualquier información adicional relevante. Esto asegura que los técnicos cuenten con los recursos necesarios para realizar su trabajo de manera efectiva.

#### **D. Cooperación con el personal administrativo:**

Es esencial mantener una estrecha colaboración y comunicación con el personal administrativo de AIRZONE S.A.S. los técnicos deben proporcionar información precisa y oportuna sobre su trabajo y cualquier necesidad administrativa que surja. Esto incluye comunicar cualquier cambio en el horario, reportar incidencias o solicitar cualquier tipo de apoyo administrativo necesario. La cooperación efectiva entre los técnicos y el personal administrativo garantiza una gestión eficiente y una atención adecuada a los requerimientos del departamento.

El cumplimiento de los procedimientos administrativos establecidos en AIRZONE S.A.S. es fundamental para mantener un control adecuado de las actividades, recursos y comunicaciones. Al registrar y documentar las actividades y tiempos de trabajo, reportar los materiales y equipos utilizados, solicitar insumos y materiales de reposición, y cooperar con el personal administrativo, los técnicos contribuyen a la eficiencia y orden en el funcionamiento general de la empresa.

##### *8.3.2.2.6. Métricas de desempeño*

En AIRZONE S.A.S., se reconoce la importancia de evaluar y medir el desempeño de los técnicos para garantizar la calidad de los servicios prestados y buscar continuamente la mejora. Para ello, se establecen diversas métricas que permiten evaluar diferentes aspectos del desempeño de los técnicos. A continuación, se detallan las métricas de desempeño clave utilizadas en la empresa.

**A. Cumplimiento de plazos y tiempos de respuesta:**

Una métrica fundamental es el cumplimiento de los plazos establecidos para la realización de las tareas asignadas. Los técnicos son evaluados en función de su capacidad para cumplir con los plazos acordados, tanto en la programación de tareas de mantenimiento preventivo como en la atención y resolución de problemas o averías. Un alto nivel de cumplimiento de los plazos demuestra eficiencia y compromiso con la puntualidad.

**B. Calidad y eficiencia en la realización de tareas:**

La calidad y eficiencia en la realización de las tareas son métricas que evalúan la habilidad de los técnicos para llevar a cabo su trabajo de manera precisa, eficiente y siguiendo los estándares establecidos. Se considera la calidad del trabajo realizado, incluyendo la correcta aplicación de los procedimientos técnicos, la precisión en los diagnósticos y reparaciones, y la utilización adecuada de herramientas y equipos. La eficiencia se mide en términos de la optimización de recursos y el logro de resultados en el menor tiempo posible.

**C. Evaluación de la satisfacción del cliente:**

La satisfacción del cliente es un indicador clave del desempeño de los técnicos. Se llevan a cabo encuestas periódicas para evaluar el grado de satisfacción de los clientes con los servicios

prestados. Estas encuestas pueden incluir preguntas relacionadas con la puntualidad, la calidad del trabajo, la atención al cliente y la resolución de problemas. Un alto nivel de satisfacción del cliente refleja la capacidad de los técnicos para cumplir con las expectativas y necesidades de los clientes.

#### **D. Seguimiento de indicadores de rendimiento establecidos:**

Además de las métricas mencionadas anteriormente, se establecen indicadores de rendimiento específicos para evaluar el desempeño de los técnicos. Estos indicadores pueden incluir la cantidad de tareas completadas en un período determinado, la reducción de tiempos de inactividad o fallas recurrentes, el nivel de cumplimiento de los estándares de calidad y seguridad, entre otros. El seguimiento de estos indicadores permite identificar áreas de mejora y establecer objetivos para el desarrollo profesional de los técnicos.

La medición y evaluación constante de estas métricas de desempeño contribuye a garantizar la excelencia en los servicios técnicos de AIRZONE S.A.S. al evaluar el cumplimiento de plazos y tiempos de respuesta, la calidad y eficiencia en la realización de tareas, la satisfacción del cliente y el seguimiento de indicadores de rendimiento, se busca identificar fortalezas y áreas de mejora, brindando oportunidades para el crecimiento y desarrollo profesional de los técnicos, y en última instancia, asegurando la satisfacción de los clientes y el éxito continuo de la empresa.



#### *8.3.2.2.7. Contactos y recursos útiles*

En AIRZONE S.A.S. se reconoce la importancia de contar con una adecuada gestión de contactos y recursos útiles para facilitar la realización de las tareas diarias de los técnicos. Este capítulo del manual proporciona información relevante sobre los contactos y recursos a los que los técnicos pueden recurrir para obtener apoyo y solucionar cualquier situación que pueda surgir durante su trabajo.

#### **A. Números de teléfono y correos electrónicos de contacto:**

Se proporciona un listado actualizado de los números de teléfono y correos electrónicos de contacto, tanto internos como externos, que los técnicos pueden utilizar en caso de necesitar asistencia o comunicarse con diferentes departamentos de la empresa. Estos contactos incluyen el servicio de atención al cliente, el departamento de recursos humanos, el departamento de compras y los proveedores de servicios externos, entre otros.

#### **B. Proveedores de equipos y repuestos:**

Se brinda información detallada sobre los proveedores de equipos y repuestos utilizados en AIRZONE S.A.S. esta sección incluye los nombres de los proveedores, sus datos de contacto, así como los productos y servicios que ofrecen. Los técnicos pueden recurrir a esta información para realizar pedidos de repuestos y equipos, obtener información técnica adicional o resolver cualquier consulta relacionada con los proveedores.

### **C. Directorio interno de la empresa:**

Se proporciona un directorio interno que contiene los nombres, cargos y extensiones telefónicas de los principales contactos dentro de la empresa. Esto facilita la comunicación interna y permite a los técnicos identificar rápidamente a las personas clave en diferentes departamentos, como el supervisor de mantenimiento, el gerente de servicios técnicos o el responsable del departamento de recursos humanos.

Al contar con esta información actualizada y de fácil acceso, los técnicos de AIRZONE S.A.S. pueden optimizar su tiempo y mejorar la eficiencia en su trabajo diario. La disponibilidad de contactos y recursos útiles contribuye a agilizar la resolución de problemas, facilita la comunicación interna y externa, y garantiza que los técnicos cuenten con el respaldo necesario para realizar sus tareas de manera efectiva y exitosa.

#### *8.3.2.2.8. Conclusiones*

En el manual ABC para técnicos de AIRZONE S.A.S. se ha destacado la importancia de mantener un compromiso constante con la excelencia y el trabajo de calidad. Los técnicos desempeñan un papel fundamental en el éxito de la empresa al brindar servicios técnicos especializados a nuestros clientes. Su profesionalismo y dedicación son clave para asegurar la satisfacción de los clientes y mantener la reputación de la empresa en el mercado.

Se ha enfatizado la importancia de seguir rigurosamente las normas y procedimientos

establecidos en el manual. Estas normas y procedimientos han sido diseñados para garantizar la seguridad, eficiencia y calidad en todas las tareas realizadas por los técnicos. Siguiendo estas pautas, los técnicos contribuyen a mantener altos estándares de desempeño y a cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

AIRZONE S.A.S. desea expresar su más sincero agradecimiento a todos los técnicos por su labor y contribución a la empresa. El éxito de nuestro negocio no sería posible sin su arduo trabajo, conocimientos técnicos y dedicación a brindar un servicio excepcional. Reconocemos y valoramos el esfuerzo que realizan día a día para garantizar la satisfacción de nuestros clientes y el cumplimiento de nuestros objetivos como empresa.

En conclusión, el manual ABC para técnicos de AIRZONE S.A.S. proporciona las pautas necesarias para llevar a cabo las tareas de manera eficiente, segura y de calidad. Al seguir este manual, los técnicos se aseguran de realizar su trabajo de manera efectiva, cumpliendo con las expectativas de los clientes y contribuyendo al crecimiento y éxito continuo de la empresa. Su dedicación y compromiso son fundamentales para mantener el prestigio de AIRZONE S.A.S. en el mercado y ofrecer un servicio de excelencia a nuestros clientes.

## **9. Capítulo 3: Planes de Acción Con Métricas de Seguimiento e Indicadores de Rendimiento.**

### **9.1.Estrategias Comercial**

*Tabla 9*

*Estrategias Comerciales*

<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>	<b>Presupuesto Estimado (COP)</b>	<b>Métricas de Seguimiento</b>
1. Ofrecer paquetes de servicios y promociones especiales	Equipo de Marketing	2,000,000	- Número de clientes actuales retenidos - Número de nuevos clientes adquiridos - Incremento en ventas de paquetes promocionales
2. Expandir el mercado mediante alianzas estratégicas - Identificar empresas del sector para establecer alianzas estratégicas	Gerente Comercial  Gerente Comercial	3,000,000  -	- Número de alianzas estratégicas creadas
3. Implementar una estrategia de precios competitivos y flexibles - Realizar un análisis de mercado para determinar los rangos de precios competitivos - Evaluar el poder adquisitivo de los clientes objetivo y segmentarlos en grupos - Establecer diferentes niveles de precios y descuentos basados en la	Gerente Comercial  Equipo de Marketing  Equipo de Marketing  Equipo de Marketing	2,000,000  1,500,000  -  -	- Monitoreo de precios de la competencia  - Monitoreo de precios de la competencia  - Monitoreo de precios de la competencia  - Monitoreo de precios de la competencia

segmentación  
de clientes

-		
Monitorear y ajustar los precios según las condiciones del mercado y el feedback de los clientes	Gerente Comercial	- Monitoreo de precios de la competencia

---

Fuente: Elaboración propia

AIRZONE S.A.S. ha desarrollado una estrategia integral para fortalecer su posición en el mercado. A continuación, se detalla el paso a paso de cada una de las estrategias clave:

- Ofrecer paquetes de servicios y promociones especiales:

En primer lugar, se llevará a cabo un exhaustivo análisis de mercado para comprender las necesidades y preferencias de los clientes actuales y potenciales. Esto permitirá al equipo de marketing diseñar paquetes de servicios atractivos que ofrezcan beneficios adicionales y descuentos especiales. Para promocionar estas ofertas, se crearán materiales promocionales persuasivos, como folletos y anuncios, que se difundirán a través de diferentes canales de comunicación. Además, el equipo de ventas recibirá capacitación detallada sobre los paquetes y estrategias de venta efectivas para asegurar su correcta promoción y comercialización.

- Expandir el mercado mediante alianzas estratégicas:

En esta etapa, el gerente comercial se encargará de identificar cuidadosamente empresas del sector que puedan convertirse en socios estratégicos. Se realizará un análisis exhaustivo para evaluar las oportunidades de colaboración y los beneficios mutuos que podrían surgir de estas alianzas. Una vez identificadas las empresas adecuadas, se procederá a negociar acuerdos y contratos que establezcan los términos y condiciones de la alianza. Una vez implementadas, se dará un seguimiento regular para garantizar el cumplimiento de los compromisos acordados.

- Implementar una estrategia de precios competitivos y flexibles:

Para asegurar una posición competitiva en el mercado, se llevará a cabo un análisis minucioso de los precios de la competencia. El equipo de marketing evaluará los rangos de precios y las expectativas de los clientes para determinar una estrategia de precios adecuada. Además, se segmentará a los clientes según su poder adquisitivo para establecer diferentes niveles de precios y descuentos personalizados. Esta estrategia permitirá a AIRZONE S.A.S. adaptarse a las necesidades y capacidades de cada segmento de clientes. Se monitorearán constantemente los precios del mercado y se realizarán ajustes según sea necesario para mantener la competitividad.

Al implementar estas estrategias, AIRZONE S.A.S. busca consolidar su posición en el mercado, retener a los clientes existentes y atraer a nuevos clientes mediante una oferta de servicios atractiva, alianzas estratégicas y precios competitivos y flexibles.

## **9.2.Estrategias Administrativas**

*Tabla 10*

*Estrategias administrativas*

Actividad	Responsable	Presupuesto Estimado (COP)	Métricas de Seguimiento
1. Implementar un plan de gestión de calidad y mejorar los procesos internos	Gerente de Calidad	5,000,000	- Reducción del tiempo de entrega de productos o servicios
			- Aumento en la satisfacción del cliente
			- Reducción de errores o defectos en los procesos
			- Ahorro en costos operativos
2. Fortalecer la estructura organizacional y la capacitación del personal	Gerente de Recursos Humanos	1,000,000	- Aumento en la productividad y eficiencia del personal
			- Mejora en la satisfacción y retención del personal
			- Implementación exitosa de programas de capacitación

			- Mejora en la comunicación y colaboración interna
3. Incrementar la inversión en tecnología y sistemas	Gerente de Tecnología	20,000,000	- Mejora en la eficiencia y velocidad de los procesos
			- Reducción de errores y tiempos de respuesta
			- Mayor capacidad para analizar y utilizar datos en la toma de decisiones
			- Optimización de la infraestructura tecnológica

Fuente: elaboración propia

AIRZONE S.A.S. ha establecido una serie de estrategias clave para mejorar su eficiencia, productividad y toma de decisiones. En primer lugar, se implementará un plan de gestión de calidad y mejora de los procesos internos de la empresa con el objetivo de aumentar la eficiencia y reducir costos. Esto implicará realizar un análisis exhaustivo de los procesos actuales, diseñar



estándares y procedimientos claros, capacitar al personal y establecer indicadores clave de desempeño para evaluar los resultados.

Para esto es necesario seguir los siguientes pasos:

- **Recopilación de información:** Se recopilará toda la documentación, manuales de procesos, registros y otros recursos relacionados con los procesos internos de la empresa. Esto incluye entrevistar al personal involucrado en cada proceso para obtener una comprensión completa de cómo se llevan a cabo las actividades.
- **Análisis de flujo de trabajo:** Se examinará el flujo de trabajo de cada proceso, desde el inicio hasta la finalización, identificando los pasos, las tareas realizadas y las interacciones entre los departamentos y empleados involucrados. Esto permitirá identificar cuellos de botella, retrasos y posibles áreas de mejora.
- **Identificación de ineficiencias:** Mediante el análisis detallado de los procesos internos, se identificarán las ineficiencias, como redundancias, errores frecuentes, demoras en la entrega, falta de claridad en las responsabilidades, entre otros. Estas áreas serán objetivos para mejorar y optimizar el rendimiento de la empresa.
- **Evaluación de cumplimiento:** Se verificará si los procesos actuales cumplen con las políticas y estándares establecidos por la empresa. Esto implica asegurarse de que se sigan los protocolos de seguridad, calidad y regulaciones legales aplicables.
- **Benchmarking:** Se compararán los procesos internos con las mejores prácticas de

la industria y se evaluará cómo se puede mejorar para alcanzar niveles superiores de eficiencia y calidad.

- **Recomendaciones y propuestas de mejora:** Se elaborarán recomendaciones y propuestas para mejorar los procesos internos identificados como ineficientes. Estas pueden incluir cambios en la estructura organizacional, la implementación de nuevas tecnologías, la revisión de procedimientos o la actualización de políticas.
- **Implementación de mejoras:** Una vez que se hayan definido las recomendaciones, se asignarán responsables para implementar las mejoras propuestas. Esto implica establecer un cronograma, asignar recursos necesarios y comunicar los cambios a todo el personal involucrado.
- **Monitoreo y seguimiento:** Se establecerán métricas de seguimiento para evaluar la efectividad de las mejoras implementadas. Estas métricas pueden incluir la reducción de tiempos de entrega, el aumento de la eficiencia, la disminución de errores y la mejora en la satisfacción del cliente. El progreso se monitoreará de manera regular para garantizar que las mejoras se mantengan a lo largo del tiempo.
- Realizar un análisis exhaustivo de los procesos internos y mejorar las áreas identificadas es un proceso continuo. Es importante mantener una cultura de mejora continua en la empresa, fomentando la participación activa de todos los empleados y realizando revisiones periódicas para identificar nuevas oportunidades de optimización.

En segundo lugar, se fortalecerá la estructura organizacional y se enfocará en la capacitación del personal para mejorar el desempeño y la productividad. Esto se logrará mediante un análisis de la estructura actual, rediseñando la organización, identificando brechas y áreas de mejora. Se implementarán programas de capacitación y desarrollo para abordar las necesidades identificadas y se establecerán mecanismos de evaluación del desempeño para monitorear el progreso.

Por último, se incrementará la inversión en tecnología y sistemas para mejorar la eficiencia operativa y la toma de decisiones. Se realizará un análisis de las necesidades tecnológicas de la empresa, se seleccionarán soluciones adecuadas y se establecerá un presupuesto para su adquisición e implementación. El personal recibirá capacitación en el uso de estas tecnologías y se monitoreará su desempeño para evaluar los beneficios obtenidos.

Siguiendo estos pasos, Airzone S.A.S. logrará implementar un plan de gestión de calidad, fortalecerá su estructura organizacional y mejorará su capacidad tecnológica, lo que resultará en una mayor eficiencia, productividad y toma de decisiones en toda la empresa.

### **9.3.Estrategias Operativas**

*Tabla 11*

*Estrategias Operativas*

<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>	<b>Presupuesto Estimado</b>
------------------	--------------------	-----------------------------

1. Desarrollar nuevos productos que se adapten a las necesidades del mercado y que generen valor para los clientes.	Departamento de Investigación y Desarrollo	10.000.000
- Realizar una investigación de mercado para identificar las necesidades de los clientes y las tendencias del mercado.	Analista de mercado	1.500.000
- Diseñar y desarrollar nuevos productos que satisfagan las necesidades identificadas.	Equipo de desarrollo de productos	4.000.000
- Realizar pruebas y validaciones de los nuevos productos antes de su lanzamiento al mercado.	Equipo de calidad y pruebas	4.500.000
2. Mejorar la calidad de los productos y servicios existentes para aumentar la satisfacción del cliente y la lealtad a la marca.	Departamento de Calidad	5.000.000
- Realizar un análisis de la calidad de los productos y servicios actuales para identificar áreas de mejora.	Equipo de calidad	100.000

- Implementar medidas de mejora en los procesos de producción y prestación de servicios para aumentar la calidad.	Equipo de producción y servicios	3.000.000
- Capacitar al personal en técnicas de control de calidad y mejora continua.	Equipo de capacitación	1.900.000
3. Implementar un plan de mantenimiento preventivo para aumentar la vida útil de los equipos y reducir los costos de reparación.	Departamento de Mantenimiento	2.500.000
- Realizar un inventario de los equipos y maquinarias utilizados en la empresa.	Equipo de inventario	1.000.000
- Establecer un plan de mantenimiento preventivo para cada equipo y maquinaria, incluyendo actividades de limpieza, lubricación y ajuste.	Equipo de mantenimiento	1.000.000
- Capacitar al personal en técnicas de mantenimiento preventivo y correctivo.	Equipo de capacitación	500.000

Fuente: elaboración propia

**Métricas de seguimiento:**

Número de nuevos productos desarrollados y lanzados al mercado.

- Nivel de satisfacción del cliente y tasa de retención.
- Costo de reparación de equipos y maquinarias.
- Tiempo de vida útil de los equipos y maquinarias.
- Número de reclamos y devoluciones de productos y servicios.

Para realizar una investigación de mercado exhaustiva y obtener información relevante sobre las necesidades de los clientes y las tendencias del mercado, la empresa debe seguir los siguientes pasos:

En primer lugar, se deben definir claramente los objetivos de la investigación. Esto ayudará a orientar el proceso de investigación y garantizar que se recopile la información adecuada. Además, es importante determinar el alcance y el enfoque de la investigación, seleccionando el público objetivo y las metodologías apropiadas.

Una vez establecidos los objetivos y el alcance, se procederá a recopilar datos primarios y secundarios. La recopilación de datos primarios implica la realización de encuestas, entrevistas, observación de comportamientos de compra y pruebas de concepto. Por otro lado, los datos secundarios se obtendrán a través del análisis de informes de la industria, estudios de mercado existentes y datos demográficos y económicos.

Posteriormente, se analizarán y procesarán los datos recopilados, utilizando herramientas estadísticas y de análisis de datos para identificar patrones, tendencias y necesidades emergentes.

Los hallazgos de la investigación se interpretarán para comprender las preferencias y comportamientos de compra de los clientes, y evaluar la viabilidad de introducir nuevos productos o servicios.

Una vez completado el análisis, se elaborará un informe detallado que resuma los hallazgos de la investigación, incluyendo conclusiones clave y recomendaciones. Estos resultados se presentarán a los responsables de la toma de decisiones, quienes utilizarán la información para guiar el desarrollo de nuevos productos, mejorar los existentes y ajustar las estrategias de marketing.

Es importante destacar que la investigación de mercado es un proceso continuo y dinámico. La empresa debe mantenerse actualizada con las tendencias y cambios en el mercado, realizando investigaciones periódicas para adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes y mantener una ventaja competitiva. Esto garantizará que la empresa esté en sintonía con el mercado y pueda ofrecer productos y servicios que satisfagan las demandas de los clientes.

Total, de la estrategia

*Tabla 12*

*Costo total*

COSTO TOTAL DE LA IMPLEMENTACION	
Mercadeo	8.500.000
Administrativa	26.000.000
Operativo	35.000.000

Fuente: elaboración propia

## Conclusiones

En conclusión, el plan estratégico desarrollado para la empresa AIRZONE S.A.S. .representa un diagnóstico claro y estructurado que propone la mejora dentro de la organización. A través de la implementación de diversas estrategias, se espera fortalecer la posición de la empresa en el mercado y lograr un crecimiento sostenible a largo plazo.

El enfoque en la mejora de la gestión de calidad, la ampliación del mercado mediante alianzas estratégicas y la implementación de una estrategia de precios competitivos demuestran el compromiso de la empresa por ofrecer productos y servicios de alto valor para sus clientes.

Asimismo, el fortalecimiento de la estructura organizacional, la capacitación del personal y la inversión en tecnología y sistemas reflejan la búsqueda constante de mejorar el desempeño y la eficiencia operativa de la empresa.

La realización de una investigación de mercado exhaustiva, la creación de nuevos productos y la mejora de la calidad de los existentes son acciones clave para adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes y mantener su satisfacción y lealtad hacia la marca.

Además, la implementación de un plan de mantenimiento preventivo contribuirá a prolongar la vida útil de los equipos y reducir los costos de reparación, generando ahorros significativos para la empresa a largo plazo.



En resumen, el plan estratégico proporciona un marco sólido para el crecimiento y desarrollo de la empresa AIRZONE S.A.S .al enfocarse en la calidad, la expansión del mercado, la competitividad de precios y la mejora continua. Su implementación requerirá un esfuerzo conjunto y el compromiso de todos los miembros de la organización, pero se espera que los resultados sean positivos y contribuyan al éxito a largo plazo de la empresa.

## Cronograma Del Proyecto

**Tabla 13**

**Cronograma del proyecto**

Ítems	Actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
		Semanas				Semanas				Semanas				Semanas			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Identificar mediante el diagnóstico organizacional la situación de la empresa AIRZONE S.A.S	1	1														
2	Diseñar un plan de acción con base en el diagnóstico para generar nuevas rutas de mejora.			2	2	2											
3	Implementación del plan de acción en las dependencias que lo necesiten					3	3										
4	Supervisar los cambios presentados por la reestructuración							4	4								
5	Recoger los resultados para concluir el proyecto.									5	5	5					
6	Redacción del trabajo final												6	6			
7	Entrega y sustentación del proyecto														7	7	

### Bibliografía

- Alcaldía de Girardot. ( 1 de septiembre de 2020). *Decreto 170*. Obtenido de <https://economianaranja.gov.co/media/znfwpaw5/decreto-170-de-2020.pdf>
- Díaz Ortega, C. H. (2010). *GERENCIA ESTRATÉGICA COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD EN ENTORNOS CAMBIANTES*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7380672.pdf>
- MENDOZA RODRIGUEZ, L. P. (2014). *DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO 2013-2017 DE LA EMPRESA PATRICIA RAMIREZ*. Obtenido de <https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/2433/Dise%c3%b1o%20del%20Plan%20Estrategico%20a%20la%20Empresa%20Patricia%20Ramirez.%20Loude%20Mendoza.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Minsal Pérez, D., & Pérez Rodríguez, Y. (2007)). *Organización funcional, matricial, en busca de una estructura adecuada para la organización*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v16n4/aci101007.pdf>
- Aire Acondicionado Total. (2023). *Aire Acondicionado Tipo Cassette*. Obtenido de <https://aireacondicionadototal.com/aire-acondicionado-tipo-cassette/>
- Aire Acondicionado Total. (2023). *Partes de un Aire Acondicionado*. Obtenido de <https://aireacondicionadototal.com/partes-de-un-aire-acondicionado/>
- Airson Ingenieros. (2023). *¿Qué es un Chiller?* Obtenido de <https://www.airsoningenieros.com/que-es-un-chiller-funcionamiento-y-mantenimiento/>
- Anzola Tovar, F., & Quintero Morales, I. (2022). *estudio para la reestructuración y direccionamiento estratégico del restaurante el canecazo en el municipio de Girardot –*

- Cundinamarca*. Obtenido de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12>
- Arrieta Jiménez, V., Cervantes Borrero, Y., De la Cruz Lara, L., & López Cadena, D. (2021). La importancia del diagnóstico estratégico en las organizaciones. *ECONÓMICAS CUC*, 42(2), 243-254. doi:<https://doi.org/10.17981/econcuc.42.2.2021.Ensy.1>
- Avendaño Pachón, J. L. (2018). *¿La implementación de un diagnóstico organizacional en maderandía cambia el chip de sus trabajadores y ayuda a la mejora?* Universidad Militar Nueva Granada.
- Bateman y Snell. (2005). *Administración. (Sexta edición)*. México: McGraw-Hill.
- Bestinver. (2023). *Integración horizontal*. Obtenido de <https://www.bestinver.es/terminos/integracion-horizonta/#:~:text=Es%20una%20estrategia%20que%20adopta,el%20crecimiento%20de%20las%20mismas>.
- Bravo Rojas,, L. M., Valenzuela Muñoz, , A., Ramos Vera, P. M., & Tejada Arana, A. A. (2019). *Perspectiva teórica del diagnóstico organizacional*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051021/29062051021.pdf>
- Calor y Frio. (2023). *Sistemas VRF, la climatización eficiente para edificios y locales - Infografía*. Obtenido de <https://www.caloryfrio.com/aire-acondicionado/aire-acondicionado-comercial/sistemas-vrf-climatizacion-eficiente-edificios-locales-comerciales-infografia.html>
- Cámara de Comercio de Bogotá, Cámara de Comercio de Girardot. (2019). *Plan de Competitividad de Girardot: 2017-2019*. Obtenido de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/20628>

- Cano del Castillo, A. F., & Cifuentes Salazar, D. A. (2011). *Diseño e implantación de un plan estratégico para la empresa*. Obtenido de [https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2118&context=administracion\\_de\\_empresas](https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2118&context=administracion_de_empresas)
- Cartagena Candia, C. M., & Tafur Torres, N. A. (2023). *entrevista propietaria Airzone para análisis inicial en Airzone*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=7WzRu79X4ZU>
- Chiavenato, I. (2017). *Planeación Estratégica*. Obtenido de <https://www.casadellibro.com.co/libro-planeacion-estrategica/9781456256630/5765946>
- CLIMATE-DATA.ORG. (2022). *Clima: Girardot*. Obtenido de <https://es.climate-data.org/america-del-sur/colombia/cundinamarca/girardot-876022/>
- Congreso de la república. ( 23 de mayo de 2017). *Ley 1834*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/0f6ed3c9-0fbd-465e-9069-70928b248d18/Ley-1834-quot;POR-MEDIO-DE-LA-CUAL-SE-FOMENTA-LA-E.aspx>
- Congreso de la república de Colombia. (2000). *Ley 590*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>
- Congreso de la república de Colombia. (2014). *Ley 1014*. Obtenido de <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>
- Congreso de la república de Colombia. (31 de diciembre de 2020). *Ley 2069*. Obtenido de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202069%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf>
- Córdoba, A. (2005). *El reto de la gestión empresarial*. . Madrid: ediciones Deusto.

Corporacion Autonoma Regional. (2014). *Manual de Buenas practicas en refrigeracios*.

Obtenido de <https://www.car.gov.co/uploads/files/5b59ed847ae74.pdf>

Currás Pérez, R. (2010). Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación.

*Teoría y Praxis*, 9-34. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145285002>

Diansa. (2017). *Principales problemas de un aire acondicionado*. Obtenido de

<http://diansa.com/blog/2017/06/26/problemas-aire-acondicionado/>

Economipedia. (3 de agosto de 2020). *estrategia de integración*. Obtenido de

[https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-](https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-integracion.html#:~:text=Seguidamente%2C%20la%20integraci%C3%B3n%20hacia%20adelante,el%20beneficio%20de%20la%20distribuci%C3%B3n)

[integracion.html#:~:text=Seguidamente%2C%20la%20integraci%C3%B3n%20hacia%2](https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-integracion.html#:~:text=Seguidamente%2C%20la%20integraci%C3%B3n%20hacia%20adelante,el%20beneficio%20de%20la%20distribuci%C3%B3n)

[0adelante,el%20beneficio%20de%20la%20distribuci%C3%B3](https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-integracion.html#:~:text=Seguidamente%2C%20la%20integraci%C3%B3n%20hacia%20adelante,el%20beneficio%20de%20la%20distribuci%C3%B3n)

E-ficiencia. (2023). *Aire acondicionado: tipos, funcionamiento y consumo*. Obtenido de [https://e-](https://e-ficiencia.com/tipos-de-aire-acondicionado-elige-mejor-sistema/)

[ficiencia.com/tipos-de-aire-acondicionado-elige-mejor-sistema/](https://e-ficiencia.com/tipos-de-aire-acondicionado-elige-mejor-sistema/)

Francés, A. (2001). *Estrategia para la empresa en América Latina*. Obtenido de

[https://books.google.co.ve/books/about/Estrateg%C3%ADa\\_para\\_la\\_empresa\\_en\\_Am%](https://books.google.co.ve/books/about/Estrateg%C3%ADa_para_la_empresa_en_Am%C3%A9rica.html?id=kUC3AAAAIAAJ)

[C3%A9rica.html?id=kUC3AAAAIAAJ](https://books.google.co.ve/books/about/Estrateg%C3%ADa_para_la_empresa_en_Am%C3%A9rica.html?id=kUC3AAAAIAAJ)

Fred R. , D. (2013). *Conceptos de administración estratégica*. México: Pearson Educación.

Obtenido de ;(2013); Conceptos de administración estratégica; Pearson Educación;

México

García, María; Ibarra, Luis. (s.f.). *Diagnóstico del Clima Organizacional del Departamento de*

*Educación de la Universidad de Guanajuato*. México: Universidad de Guanajuato.

Gómez Serna , H. (2008). *Gerencia-estratégica*. Obtenido de

[https://www.academia.edu/12171098/Libro\\_gerencia\\_estrategica\\_humberto\\_serna\\_gome](https://www.academia.edu/12171098/Libro_gerencia_estrategica_humberto_serna_gomez)

z\_140615221927\_phpapp0

Gonzales Salazar, J. M. (2023). *Plan Estratégico Para la Competitividad Empresarial en una Empresa de Joyería, Chiclayo* . Obtenido de

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/111236/Gonzales\\_SJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/111236/Gonzales_SJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado , C., & Baptista Lucio , M. (2014). *Metodología de la investigación Sexta edición*. Obtenido de [https://www.uca.ac.cr/wp-](https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf)

[content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf](https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf)

ingemecanica. (2023). *Tecnología Inverter en Sistemas de Climatización*. Obtenido de

<https://ingemecanica.com/tutorialsemanal/tutorialn253.html>

Instituto Europeo de Posgrados. (2023). *Matriz de Ansoff: estrategias de mercado;*. Obtenido de

<https://www.iep.edu.es/matriz-de-ansoff-estrategias-de-mercado/#:~:text=El%20desarrollo%20del%20mercado%20es,utilizar%20nuevos%20canales%20de%20distribuci%C3%B3n>

Koontz, Harold y Weihrich, Heinz. (2004). *Administración: Una perspectiva global*. México: McGraw-Hill.

LG. (2023). *Multi Split*. Obtenido de <https://www.lg.com/cac/business/multi-split>

Lugares Que Ver.com. (2023). *Girardot*. Obtenido de <https://lugaresquever.com/wiki/girardot>

Mendoza Espinales, D. (s.f.). *Inspección Del Sistema de Aire Acondicionado, Diagnostico y Reparación*. Obtenido de <https://es.scribd.com/presentation/530020149/12-Inspeccion-del-sistema-de-aire-acondicionado-diagnostico-y-reparacion#>

Ministerio de trabajo y asuntos sociales. (s.f.). *NTP 243: Ambientes cerrados: calidad del aire*.

Obtenido de [https://www.insst.es/documents/94886/327166/ntp\\_243.pdf/9f6cbba4-ac26-4d0b-aae7-068ca6e66914](https://www.insst.es/documents/94886/327166/ntp_243.pdf/9f6cbba4-ac26-4d0b-aae7-068ca6e66914)

Mundo HVACR. (2023). *https://www.mundohvacr.com/2007/11/el-compresor-parte-fundamental-en-los-sistemas-de-refrigeracion/*. Obtenido de El Compresor: Parte Fundamental en los Sistemas de Refrigeración

OCR Latinoamerica. (2021). *Limpieza y desinfección en sistemas de aire acondicionado*. Obtenido de <https://www.acrlatinoamerica.com/2021100510064/articulos/aire-acondicionado-y-ventilacion/limpieza-y-desinfeccion-en-sistemas-de-aire-acondicionado.html>

Olaya Devia , D., & Sánchez Trujillo , Y. (2022). *Propuesta de reestructuración organizacional de la microempresa san miguel arcángel Girardot;*. Obtenido de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/4215/Propuesta>

Oliveira Da Silva, R. (2002). *Teorias de la Administración*. Internacional Thompson.

OVACEN. (2023). *Tipos de sistemas de climatización y ejemplos*. Obtenido de <https://ovacen.com/tipos-sistemas-de-climatizacion-ejemplos/>

Portal Renovetec. (2023). *Tipos de Mantenimiento* . Obtenido de <http://www.renovetec.com/590-mantenimiento-industrial/110-mantenimiento-industrial/305-tipos-de-mantenimiento>

Porter, M. E. (1900). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Obtenido de <https://books.google.es/books?id=wV4JDAAAQBAJ&dq=La+matriz+de+Porter+es+una+herramienta+que+permite+evaluar+el+entorno+competitivo+en+el+que+opera+una+empresa+y+dise%C3%B1ar+una+estrategia+adecuada+para+enfrentarlo&lr=&hl=es&sou>



rce=gbs\_navlinks\_s

- Prieto Herrera, J. E. (2011). *Gestión estratégica organizacional: guía práctica para el diagnóstico empresarial. 3ª ed.* Bogota: file:///D:/Escritorio/Dialnet-GerenciaEstrategicaComoFactorDeCompetitividadEnEnt-7380672.pdf.
- Pulido Riveros , M. B. (2008). *Estrategia y Modelos Estratégicos.* Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5137671.pdf>
- Refri-Climas. (2023). *Aire Acondicionado Suelo Techo. Cómo Funciona, Ventajas.* Obtenido de <https://www.refri-climas.com/aire-acondicionado-suelo-techo/>
- República de Colombia. (1991). *Constitución Política de Colombia.* Obtenido de <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333>
- Robbins, E.P. & Decenzo, D.A. (2002). *Fundamentos de la Administración tercera edición.* México: Pearson Prentice Hall.
- Rocha Nieto, N. (2010). *Diseño de una Metodología de Diagnostico para Empresas Productoras de Flores Tropicales y Follajes en el Eje Cafetero.* Bogotá: UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA .
- Safetyculture. (2023). *¿Qué es el mantenimiento correctivo?* Obtenido de <https://safetyculture.com/es/temas/mantenimiento-preventivo-y-correctivo/>
- Safetysure. (2023). *¿Qué es el mantenimiento correctivo?* Obtenido de <https://safetyculture.com/es/temas/mantenimiento-preventivo-y-correctivo/>
- Sánchez Galán, J. (30 de septiembre, 2015). *Estrategias de producto.* Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategias-de-producto.html>
- Serna, H. (2008). *Gerencia Estratégica, Teoría - Metodología, alineamiento, implementación y*

- mapas estratégicos, índices de gerencia*. Bogotá: Colombia: 3R editores.
- Soriano Rodríguez , J. A., & Barbosa González , B. (2022). *propuesta de reestructuración organizacional para la empresa ACUA S.A.S. Girardot- año 2022*. Obtenido de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/465>
- Teece , D., Pisano, G., & Schuen, A. (1997). *Dynamic capabilities and strategic management*. *Strategic Management Journal*, Vol. 18.
- Thompson,, A., & Strickland, A. (2004). *Administración Estratégica, Thompson 18va edición*. Obtenido de [https://www.academia.edu/28414430/Administraci%C3%B3n\\_Estrat%C3%A9gica\\_Thompson\\_18va](https://www.academia.edu/28414430/Administraci%C3%B3n_Estrat%C3%A9gica_Thompson_18va)
- Torreblanca , F. (2014). *Estrategias de diversificación: definición y tipos*. Obtenido de <https://www.esic.edu/rethink/management/estrategias-de-diversificacion-definicion-y-tipos>
- Universidad pedagogica y Tecnologica regional Colombiana. (2006). *El Mantenimiento General*. Obtenido de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/1297/RED-70.pdf?sequence=1>
- Valdez Rivera, S. (1998). *Diagnóstico Empresarial. Método para Identificar, Resolver y Controlar Problemas en las Empresas*. México: Trillas.
- Vite Querebalu, J. M. (2023). *Plan estratégico para la rentabilidad de una boutique de ropa para caballeros, Chiclayo*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/108238>