

**PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA ORGANIZACIÓN
EMPRESARIAL WATER JULIZ**

**JONATHAN JAMES OSORIO VILLALBA
Cód. 310208281**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT
2018**

**PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA ORGANIZACIÓN
EMPRESARIAL WATER JULIZ**

**JONATHAN JAMES OSORIO VILLALBA
Cód. 310208281**

**DIRECTOR PROYECTO DE GRADO
Mg. ANA BEATRIZ MELO**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT**

2018

NOTA DE ACEPTACIÓN.

PRESIDENTE DEL JURADO

JURADO

JURADO

GIRARDOT – CUNDINAMARCA, JUNIO 15 DE 2018

DEDICATORIA

A Dios, que me guio, en el difícil camino de la presente investigación, a mi familia por estar a mi lado en todo momento.

A mis padres, por su paciencia, empuje y los consejos, para que siempre me encaminara por el camino correcto, para lograr mis metas; aunque, hubo momentos en los que desfallecí, pero ellos me dieron la fortaleza para continuar y terminar este proyecto.

AGRADECIMIENTOS

Sinceros agradecimientos para todas las personas que hicieron posible de una u otra forma, que el presente proyecto llegara a feliz término. A mi familia que me apoyó y siempre hubo una palabra sincera de aliento para continuar con el trabajo.

A la empresa WATER JULIZ, por facilitarme los medios, para desarrollar el diagnóstico y brindar toda la información solicitada, para la elaboración de la presente investigación.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION.....	11
1. TITULO.....	12
2. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN	13
2.1. ÁREA DE INVESTIGACIÓN.....	13
2.2. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:	13
2.3. PROGRAMA ACADÉMICO	13
2.4. TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	13
3. PROBLEMA DE INVESTIGACION	15
3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
3.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	16
4. OBJETIVOS	20
4.1. OBJETIVO GENERAL.....	20
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	20
5. JUSTIFICACION	21
6. MARCO DE REFERENCIAS.....	24
6.1. MARCO CONCEPTUAL.....	25
6.2. MARCO TEÓRICO	28
6.3. MARCO JURÍDICO.....	40
6.4. MARCO GEOGRÁFICO	45
7. DISEÑO METODOLGICO PRELIMINAR.....	48
7.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	48
7.2. POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO.....	48
8. ESQUEMA TEMATICO DESARROLLO DE CAPITULOS	50
8.1. RESULTADOS APLICACIÓN MATRIZ PESTAL.....	50
8.1.1. ANÁLISIS PESTAL.....	50
8.1.1.1. Factores Políticos	51
8.1.1.2. Factores Económicos	53
8.1.1.3. Factores Sociales	53

8.1.1.4.	Factores Tecnológicos.....	54
8.1.1.5.	Factores Ambientales	55
8.1.1.6.	Factores Legales	56
8.2.	HISTORIA DE FABRICA DE AGUA WÁTER JULIZ.....	58
8.3.	DIAGNOSTICO EMPRESARIAL	60
8.4.	CONCEPTUALIZACIÓN MATRIZ DOFA.....	61
8.5.	APLICACIÓN MATRICES EFE y EFI	76
9.	PLAN DE MEJORAMIENTO ORGANIZACIONAL WATER JULIZ.....	78
10.	CONCLUSIONES	81
11.	RECOMENDACIONES	82
	BIBLIOGRAFIA.....	83
	WEBGRAFIA	85

LISTA DE TABLAS

Tabla No	Descripción	Pág.
1	Matriz Ambiente General	58
2	Población de los municipios de la subregión Alto Magdalena (Cundinamarca), El Yuma y Sumapaz (Tolima), 2005	69
3	Resumen Matriz DOFA	75
4	Matriz EFI (Factores Internos Empresa)	76
5	Matriz EFE (Factores Externos Empresa)	76

RESUMEN

TÍTULO: Plan de mejoramiento para la organización empresarial WATER JULIZ.

AUTOR Jonathan James Osorio Villalba

PALABRAS CLAVE: Diagnóstico, mejoramiento, organización, competitividad, estrategia.

DESCRIPCIÓN:

El presente trabajo de grado, se basó en un diagnóstico empresarial para determinar el estado actual de la empresa WATER JULIZ, para así desarrollar un plan de mejoramiento, la cual está ubicada en la ciudad de Girardot, y su mercado se enmarca no solo en Girardot, sino en Ricaurte, Flandes, Nilo y Melgar. En la investigación se valoró la observación directa sin intervención.

Es importante, que WATER JULIZ desarrolle un proceso de diagnóstico que le permita conocer su estado interno en cuanto a lo productivo, de su gestión administrativa y de ventas, con el ánimo de posibilitar soluciones conducentes a su empoderamiento en el mercado, dicho proceso se caracteriza como una cooperación entre los trabajadores y quien elabora el diagnóstico y así entender el proceso general de la empresa, con el propósito de detectar áreas susceptibles de desarrollo.

Al identificar los problemas y determinar las posibles soluciones para el desarrollo y competitividad de WATER JULIZ, se realizó un análisis DOFA para conocer sus fortalezas y debilidades frente a la competencia y a nivel interno mejorar la productividad; también se utilizaron instrumentos de evaluación empresarial matriz PESTAL, y las matrices EFE y EFI, como estrategias para lograr implementar el plan de mejoramiento basado en los resultados del diagnóstico organizacional de WATER JULIZ, y por ello se concluye que se puede ingresar en el mercado de agua embotellada purificada.

ABSTRACT

TITLE: Improvement for WATER JULIZ business organization Plan.

AUTHOR: Jonathan James Osorio Villalba.

KEYWORDS: diagnosis, improvement, organization, competitiveness, productivity, strategy.

DESCRIPTION

This degree work, was based on a business diagnosis to determine the current status of the WATER JULIZ company, to develop a plan of improvement, which is located in the city of Girardot, and its market is not only part of Girardot, but in Ricaurte, Flandes, Nilo and Melgar. Research assessed the direct observation without intervention.

It is important that WATER JULIZ develop a diagnostic process that allows you to learn about its internal State in terms of production, its administrative management and sales, with the aim of enabling leading solutions to their empowerment in the market, said process is characterized as a cooperation between the workers and who made the diagnosis and thus understand the general process of the company, with the purpose of detecting areas susceptible of development.

To identify problems and to determine possible solutions for the development and competitiveness of WATER JULIZ, a DOFA analysis was carried out to know their strengths and weaknesses against the competition and internally to improve productivity; also used PESTAL matrix business assessment tools, and the EFE and EFI, arrays as strategies to implement the improvement plan based on the results of the organizational diagnosis of WATER JULIZ, and therefore it was concluded that it You can enter the market of purified bottled water.

INTRODUCCION

En la actualidad uno de los productos de mayor consumo, es el agua, desde luego proceso no atribuible a que exista agua no tan potable con origen en los acueductos de cada municipio de nuestro país, sino a condiciones de mercado que ha llevado un gran porcentaje de la población por cuestiones de salud al consumo de agua embotellada, además por ser un producto de fácil conservación, enfriamiento y transportabilidad.

En este sentido nace WATER JULIZ, en el año 2012, ubicada en el Municipio de Girardot en la zona aledaña al centro de la ciudad, en el Barrio Sucre en la carrera 11 No 19 - 66; se caracteriza particularmente por una de las 4 microempresas dedicadas a la producción y comercialización de agua potable embotellada, su ubicación en el municipio de Girardot, le permite atender con prontitud cliente en la zona de conurbación principal Ricaurte, Girardot, Flandes, y municipios aledaños como Nilo con particularidad el Fuerte Militar de Tolemaida, distinguiéndose por su calidad y pureza.

A partir de lo cual se plantea esta actividad académica como opción de grado, con el propósito de diagnosticar la organización empresarial WATER JULIZ, e identificar y evaluar las dinámicas internas y externas, en las distintas etapas de producción y distribución de su producto: agua embotellada: y de esta manera plantear un plan de mejoramiento que conduzca la empresa hacia la corrección de las posibles fallas que se evidencian en la etapa de diagnóstico, bajo el concepto de eficiencia entendido como la productividad acertada y el cumplimiento de las necesidades de los clientes, bajo la óptica de las normas que salvaguardan la integridad de los consumidores finales

1. TITULO
PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA ORGANIZACIÓN
EMPRESARIAL WATER JULIZ

2. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1. ÁREA DE INVESTIGACIÓN

Según lo contemplado por el Acuerdo 001 de 2011, mediante el cual la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, adopta las áreas y líneas de investigación en aras de dar mayor dinamismo e impacto al proceso investigativo de sus estudiantes y futuros graduados, y para este caso particular teniendo en cuenta la temática de la investigación, se acoge al área de: **Desarrollo humano y organizaciones**

2.2. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

De la misma manera, el área como un tema de orden macro, estipula la necesidad de desarrollar espacios de menor índole que se encarguen de la determinación de las especificidades y ordenes de la investigación, razón por la cual se adoptan las líneas de investigación, y al igual que el punto anterior una vez tenido en cuenta el tema de investigación, la línea que se adoptará corresponde a: **Gestión y Crecimiento Humano.**

2.3. PROGRAMA ACADÉMICO

El trabajo de grado que se propone en este documento, el cual ha sido denominado: **“PLAN DE MEJORAMIENTO PARA LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL WATER JULIZ”**, se encuentra adscrito al Programa de Administración de Empresas en la Seccional del Municipio de Girardot de la Universidad de Cundinamarca

2.4. TEMA DE INVESTIGACIÓN

El punto de inicio, del cual surge esta investigación consiste en determinar el estado actual de la empresa WATER JULIZ, mediante la aplicación de un diagnóstico empresarial integral que sirva de herramienta para identificar las áreas de mayor importancia dentro y fuera de la misma, para lo cual Romagnoli (2007), lo define

como: una herramienta utilizada para comprender datos históricos como presentes con el objetivo de actuar a corto o a largo plazo.

A su vez Amant (2008), establece que este tipo de diagnóstico se constituye en una herramienta importante para la correcta gestión de la empresa, y así mismo esta debe elaborarse de una forma continua, cuyo fin es conocer en cada momento el estado en que la empresa se encuentre.

3. PROBLEMA DE INVESTIGACION

3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se inicia este proceso a partir de resaltar la importancia que posee el agua para el ser humano, y como esto puede constituirse en la oportunidad de generar procesos de comercialización de esta en condiciones de salubridad y competitividad, teniendo en cuenta que el 90% del cuerpo humano es agua al nacer, y a medida que envejece se solidifica y endurece. Como adultos, el contenido de agua desciende gradualmente hasta el 60% del peso del cuerpo. Por eso se debe beber agua pura a diario para mantener el equilibrio de fluidos; al no hacerlo, se afectan cada uno de los aspectos funcionales del organismo. Tan solo una pérdida de agua extracelular del 2%, podría disminuir la energía en un 29%.¹

No obstante, de lo anterior según la Organización de las Naciones Unidas (2002): “El derecho humano al agua potable es fundamental para la vida y la salud, suficiente y potable, el agua es una condición para la realización de los derechos humanos”; por lo cual se infiere que el agua es un bien al que todos tenemos el derecho de acceder.

Como lo plantea Auza (2007)²: “en los últimos años el gobierno ha promovido la participación privada en el servicio de agua potable con el propósito “de mejorar la cobertura y calidad” de este. Las principales privatizaciones que se realizaron en

¹ Tomado de: VARGAS. C., “Estudio técnico, económico y administrativo para el montaje de una planta embotelladora de agua de manantial en el Municipio de Villa de Leyva, Departamento de Boyacá” Trabajo de grado, Universidad Militar Nueva Granada, Documento disponible en línea, consultado octubre 22 de 2017, recuperado de: http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/10195/3/VargasBaqueroCatalina2002_1.pdf

² Tomado de: AUZA. G., “El negocio del agua embotellada en Colombia”, 2007, Documento disponible en línea, consultado octubre de 2017, recuperado de: http://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKewjH4raOyvbWAhWEdSYKHxaEBFQQFggUAI&url=http%3A%2F%2Fcedins.org%2Findex.php%2Fmateriales-pdf%2Fdoc_download%2F28-el-negocio-de-agua-embotellada-en-colombia&usg=AOvVaw1YR0nLcz9FoIM3fXcl40zJ

el sector fueron: en Cartagena con Aguas de Barcelona; en Montería se adjudicó un contrato de concesión a la empresa Proactiva, Aguas de Montería; en Tunja, Santa Marta y Maicao se realizaron procesos de vinculación de particulares a la prestación de los servicios.

Así mismo enfatiza Auza (2007): “El incremento del interés privado en el negocio del agua, junto a los persistentes problemas de cobertura y calidad en el suministro de este recurso, han favorecido el crecimiento de la industria embotelladora de agua en el país. El negocio del agua embotellada es uno de los más rentables del mundo, ocupa entre el segundo y el tercer lugar entre las mercancías que más dinero mueven. En el año 2004 en Colombia represento 217.659.799.148 pesos colombianos, aproximadamente 90 millones de dólares.

3.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

A partir del panorama anterior, la estructuración de pequeñas y medianas empresas en el sector industrial para la producción de bienes y/o servicios (productos) es un factor que impulsa el desarrollo de cualquier país, motivo loable que llevó a que en el municipio de Girardot (Cundinamarca) se creara la empresa denominada WATER JULIZ, esta surge como una respuesta a las condiciones del mercado en el cual solo existían dos o tres empresas de gran envergadura que se dedicaban a la comercialización de agua embotellada, a partir del aprovechamiento de los recursos naturales y la mano de obra disponible en el región.

Sin embargo para la década del 2000, según el INVIMA el panorama de creación de establecimiento de comercio dedicados a la purificación y/o distribución de agua embotellada era de 724 registros existentes de empresas fabricantes de agua embotellada, Las ciudades que más empresas de este tipo tiene son: Bogotá con 100 empresas registradas, 30 en Villavicencio, 18 en Cartagena, 14 en Cali,

Montería y Neiva, 13 en Barranquilla, 12 en Medellín y Santa Marta y 10 en Cúcuta, Ibagué, Maicao, Yopal y Riohacha.

Todo esto, permite evidenciar el gran mercado que se establece en el segmento del agua embotellada teniendo en cuenta que el mismo INVIMA manifiesta que: “cerca del 0,4% de familias colombianas consume agua embotellada, es decir unas 53 mil familias. A pesar de que este porcentaje es bajo comparado con otros países como Italia, el primer consumidor del mundo donde el 85% de las familias consumen agua embotellada, es importante tomar en cuenta su alta tasa de crecimiento igual al 12% anual en promedio”.

Paralelamente a esto, y teniendo en cuenta la composición poblacional de la provincia, además de su ubicación geográfica el Municipio de Girardot, según PMD 2016- 2019 (2016)³, Girardot es un Municipio conformado por 105.085 habitantes y es un 6.84% (7.196 habitantes) más poblado frente al año 2005, el 96.6% (101.610) de la población habita en la cabecera y el 3.32% (3.475) en el resto. El 47.24% (49.649) de la población son hombres y el restante 52.75% (55.436) son mujeres. La relación hombre: mujer ha ido en aumento entre el año 2005 y 2015, por cada 90 hombres hay 100 mujeres. Para el año 2005 por cada 100 mujeres en edad fértil (15 a 49 años) hay 30 niños entre 0 y 4 años de edad, para el año 2015 esta cifra ha disminuido a 28.

A partir de la contextualización geográfica y demográfica anterior, resulta importante destacar que en el Municipio de Girardot existen 3 establecimientos de comercio dedicadas a la purificación de agua con destino a la comercialización en la provincia, para WATER JULIZ el mercado al cual atiende radicado básicamente en tres grandes conglomerados sociales como son: Girardot, Ricaurte, Flandes, Nilo

³ Tomado de: Plan Municipal de Desarrollo, Girardot 2016 – 2019 “PARA SEGUIR AVANZANDO”, Alcaldía Municipal de Girardot, documento disponible en línea, consultado octubre 21 de 2017, recuperado de: <http://girardot-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/ProgramaDeGobierno/Plan%20de%20desarrollo%202016-2019%20GIRARDOT%20PARA%20SEGUIR%20AVANZANDO.pdf>

(Fuerte de Tolemaida) y algunos usuarios en el Municipio de Melgar, desde luego que además de las tres empresas mencionadas como competencia por el tamaño: microempresa, también existen dos grandes empresa: i) FEMSA que distribuye Coca cola y Gaseosas Posada Tobón y su marca comercial Postobón quienes también comercializan dentro de su portafolio de productos agua embotellada para consumo humano, de las dos anteriores se debe destacar su canal de distribución, aunque el producto estrella de ambas empresas son las bebidas gaseosas.

Por lo tanto, considerando la existencia de grandes y pequeñas empresas dedicadas a la comercialización de agua embotellada, hace importante que WATER JULIZ, desarrolle un proceso de diagnóstico que le permita conocer la implicaciones de su aparato productivo, de su gestión administrativa y de venta con el ánimo de posibilitar soluciones conducentes a su empoderamiento en el mercado, con lo cual generará mayores y mejores utilidades en cada ejercicio fiscal; proceso que se puede caracterizar como una actividad que privilegia la cooperación entre los funcionarios (empleados de la organización) y quien elaborará el diagnóstico (para este caso estudiante de Último semestre del Programa de Administración de Empresas), con el ánimo de recabar información pertinente, analizarla y sacar conclusiones para planear la acción e intervenir. Se presta a diferentes aplicaciones: descubrir las causas de un problema específico, concentrarse en entender los procesos eficientes o en determinar el funcionamiento global de la compañía o departamento, con el propósito de detectar áreas susceptibles de desarrollo. En fin, ofrece un conocimiento sistemático de la compañía para diseñar una intervención adecuada que resuelva los problemas y aumente la eficiencia.

Para este caso, se puede definir el diagnóstico como el proceso de comparación entre dos situaciones: la presente, que se ha llegado a conocer mediante la indagación, y otra ya definida y supuestamente conocida que sirve de pauta o modelo. El “saldo” de esta comparación o contraste es lo que se llama diagnóstico.

Por ello es válido preguntarse:

- ¿Qué implicaciones trae consigo el diseño de un análisis de la empresa WATER JULIZ?,
- Adicionalmente, ¿Por qué sería verdaderamente importante diseñar un Plan de Mejoramiento de la organización WATER JULIZ?,
- ¿Cuánto significa conocer su modelo administrativo?, entre otros interrogantes que orientarán esta investigación y a los cuales se espera dar trámite y contestación a lo largo de esta.

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un Plan de mejoramiento de la Organización Empresarial WATER JULIZ con el cual la empresa pueda adaptar su estructura y funcionamiento de acuerdo al cambio de carácter constante que se deriva la dinámica propia del mercado en el que se desenvuelve.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Identificar problemas básicos en la organización

- ✓ Conocer las fortalezas y debilidades organizacionales de WATER JULIZ

- ✓ Diseñar y aplicar instrumentos de evaluación empresarial Matriz PESTAL, DOFA y las matrices EFE y EFI

- ✓ Elaborar un plan de mejoramiento basado en los resultados del diagnóstico organizacional de WATER JULIZ.

5. JUSTIFICACION

La dinámica actual del mundo, como la globalización de los mercados, el continuo cambio tecnológico, la apertura comercial y política, y la integración de orden global a través de los medios de comunicación, permiten que las empresas estén en permanente estado de alerta tanto de lo que ocurre en su entorno como la funcionalidad y desde luego la eficiencia de sus estructuras y procesos internos, para adaptarse y aprovechar los cambios.

Lo anterior, desde la óptica de la productividad, eficiencia y calidad han pasado a ocupar un lugar central en la preocupación de los hombres de empresa, consecuentemente se ha llegado a tomar conciencia sobre la necesidad de lograr que las empresas ofrezcan mayores oportunidades de desarrollo a sus miembros. El interés por la génesis de empresas que sigan formas más adecuadas de configuración y de esta manera permita, así, el mayor nivel de productividad y calidad en un clima mucho más humano, por lo cual surge toma de conciencia en cuanto a la necesidad de realizar diagnósticos acertados acerca del estado de los sistemas empresariales u organizacionales.

Este, por lo tanto, plantea el problema del conocimiento, y así por supuesto lleva a algunas consideraciones que se hacen totalmente necesarias para establecer las bases sobre las cuales se apoya la posibilidad de realizar afirmaciones acerca del funcionamiento de la empresa, y tal vez de manera eventual el surgimiento de algunas recomendaciones.

Se parte del supuesto, que toda empresa necesita o quiere conocer cómo se encuentra internamente, cuáles son sus aspiraciones y los problemas que los trabajadores puedan tener, y a su vez se convierta en una forma de superación de las dificultades que la empresa posea en ese momento, pero no se conocen las causas de estas dificultades, por ello se hace necesario que la empresa realice un

diagnóstico organizacional para conocer su estado actual y las probables alternativas de mejora en los aspectos problemáticos.

La supervivencia de la empresa, hoy por hoy, depende muchos factores los cuales son posibles de controlar y otros, que permitirán que la capacidad de adaptación de la empresa es la que hará que crezca o por el contrario desaparezca, por lo tanto, es claro que el medio ambiente externo es mucho más difícil de moldear o manejarlo, para que tome el rumbo preciso que requiere WATER JULIZ en ese momento, tal como se evidencia en el punto No 3 Problemas, existe competencia caracterizada legalmente y de carácter micro empresarial por tres empresas, por lo cual la empresa debe estar preparada con una organización en buen estado que le permita el éxito y la continuidad en el mercado.

Por lo cual, se hace importante realizar una valoración correcta de la organización, por ello cualquier investigación al respecto, hace necesario conocer todos los aspectos que pudieran llegar a afectar la empresa, como son aspectos funcionales, finanzas y entorno (sin querer desconocer el factor humano, el cual será motivo de valoración para determinar su vinculación o no a este trabajo de investigación).

Dado que en algunos momentos se les da mayor importancia a los aspectos meramente cuantitativos o datos numéricos, puesto que ello permite conocer o evidenciar si la empresa tiene o no ganancias en su ejercicio empresarial.

Teniendo en cuenta lo anterior, Bateman (2001), afirma que la organización que aprende, es una empresa hábil para crear, adquirir y transferir conocimiento. Al modificar su comportamiento, como un todo, la organización refleja sus conocimientos y sus nuevas formas de aprender.

Por ello, el interés de este trabajo de grado, en el diagnóstico organizacional, encuentra una fuente de interés, dado que las organizaciones necesitan conocer su

situación (desde luego WATER JULIZ), ya que la organización se encuentra inmersa en un medio (contexto – mercado) en el que hay otras organizaciones⁴, en el que ocurren procesos que la obligan a adaptarse, además medio en el que se toman decisiones que podrían afectarlas. Por lo cual, la organización esta entonces sometida al cambio de carácter constante que se deriva de sus procesos y capacidades de adaptación a las modificaciones del entorno, que por supuesto también incluye el cambio interno.

⁴ Para el caso de esta investigación, la competencia directa por tamaño organizacional, se encuentra caracterizada por Agua Tropical, FROST, y el Nevado, sin tener en cuenta las grandes empresas como Coca Cola, Postobón, que tienen un nicho de mercado de agua embotellada totalmente ganado.

6. MARCO DE REFERENCIAS

La importancia estratégica de la educación superior, se hace visible tan pronto como se reconocen los efectos de la incorporación de la ciencia y la tecnología, y de la reflexión elaborada sobre los fines, en los procesos de trabajo, en la producción de la riqueza material y simbólica y en el desarrollo de la organización social. La tecnología moderna ha transformado radicalmente los recursos y las formas de la producción, de modo que es indispensable crear los espacios para la apropiación oportuna y reflexiva de los productos científicos y tecnológicos, y formar comunidades nacionales capaces, no sólo de aprender y aplicar los nuevos hallazgos teóricos y técnicos, sino de crear nuevos conocimientos apropiados a los contextos y a los propósitos de desarrollo del país (Misas, 2004).

Misas plantea para esta investigación, conceptos importantes que reafirman el deber ser de la Educación Superior, y el papel que deben jugar las Instituciones de Educación Superior, para este caso, la Universidad de Cundinamarca Seccional Girardot, y para el Programa de Administración de Empresas, lo cual nos llama a la que se ha denominado Sociedad del Conocimiento, que según Broveto (2000, p 15), afirma: “Una profunda contradicción entre conocimiento y sabiduría, entre desarrollo científico - tecnológico y bienestar social, pues parece dominar una civilización que se declara incapaz de resolver los problemas más elementales del mundo contemporáneo: la pobreza, la marginación y la desnutrición, las muertes infantiles y la degradación ambiental, en una época en que esta misma civilización nos sorprende con sus proezas científicas”.

En consonancia con lo anterior, y teniendo en cuenta que la economía mundial se encuentra inmersa en un acelerado proceso de transformación que está generando profundos efectos en las operaciones comerciales y empresariales.

Como respuesta a todo ello, la logística empresarial se erige como área de gestión que tiene una incidencia decisiva en la adaptación de las organizaciones a los cambios tecnológicos, productivos y sociales. No nos cabe duda alguna en este trabajo de investigación que hoy en día, facilitar el acceso de los clientes a los productos de forma oportuna y con buena aceptación son factores que inciden en que la demanda de estos se incremente, generando mayor rentabilidad a las organizaciones. Por ello, la gestión adecuada de materias primas y de bienes elaborados, representa una de las preocupaciones fundamentales de los responsables de las organizaciones implicadas en la logística y la distribución de artículos para el consumo.

Razón por la cual este trabajo de Investigación, considera importante la realización de esta actividad, en la medida que posibilita la aplicación de herramientas conceptuales y prácticas, que permitan la generación de un Plan de mejoramiento acertado y consensuado sobre la realidad de la Organización Empresarial WATER JULIZ (producto de la realización de un ajustado diagnóstico organizacional).

6.1. MARCO CONCEPTUAL

Activo:

Representa los bienes y derechos que posee una empresa, tales como dinero, edificios, maquinaria, cuentas por cobrar, inversiones en papeles de mercado, valorizaciones, inventarios, etc.

Área de influencia:

Son aquellos territorios (nacional, regional, departamental, local, zona) que serán afectados directa o indirectamente por el proyecto.

Calidad total:

El control de Calidad Total, es una forma de gestión administrativa que integra a la empresa a la búsqueda permanente de la satisfacción del cliente, basado en un esquema de gerencia participativa.

Capital de trabajo:

La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes para la operación normal del proyecto durante su ciclo productivo.

Competitividad:

Capacidad de una sociedad para hacer frente al desafío de la competencia en calidad y precio, con sus bienes y servicios.

Eficacia:

La "eficacia" está definida en términos del grado en que el proyecto logra sus objetivos en un período determinado sin reparar en la magnitud de los recursos aplicados.

Eficiencia:

En el contexto de los proyectos la "eficiencia" debe entenderse como la relación entre los costos de los insumos aplicados y los productos obtenidos por el proyecto.

Evaluación:

Se trata en general de un proceso encaminado sistemática y objetivamente, a determinar la pertinencia, eficacia, eficiencia e impacto de un cúmulo de actividades en busca de ciertos objetivos.

Logística:

Es la gerencia de la cadena de abastecimiento desde la materia prima hasta el punto donde el producto o servicio es finalmente consumido o utilizado.

Mercado:

En otras épocas se consideraba el mercado como el sitio donde se encontraban compradores y vendedores. El concepto de mercado se ha ampliado notablemente debido al avance en las comunicaciones y los nuevos productos financieros, y corresponde a la relación establecida por las fuerzas de demanda y oferta.

Operación:

Es la etapa en la cual se perciben los beneficios derivados de las inversiones realizadas en la ejecución.

Productividad:

Incremento de la cantidad de producción, que se deriva del incremento de alguno o la totalidad de los insumos y se expresa en unidades físicas. Corresponde a la cantidad de producto por unidad de insumo.

Punto de equilibrio:

Nivel en el cual las ventas generan ingresos suficientes para cubrir los costos.

Rentabilidad:

Es la relación entre la utilidad proporcionada por un título y el capital invertido para su obtención.

6.2. MARCO TEÓRICO

Calidad

El concepto de calidad, es el resultado de un acuerdo entre quienes pretenden establecer rasgos sobre determinado objeto o asunto en un espacio, tiempo y condiciones determinados. Al ser una construcción no puede ser unívoca, ni tampoco monolítica; genera controversias ya que en su construcción siempre habrá intereses contrapuestos (Sverdlick, 2012).

Santos Guerra (2003:9) declara que “la calidad encierra una amplia gama de acepciones y provoca muchos prejuicios, deseos, intereses, decisiones, dinero y trampas”. Si se considera este concepto como una construcción que encierra diversas acepciones, es apropiado mencionar la recopilación de tipos de definiciones de calidad efectuada por Garvin (1984:25):

- ✓ Definiciones trascendentes: es vista como perdurable en el tiempo, de característica absoluta y universal. Uno la reconoce cuando la ve.
- ✓ Definiciones basadas en el producto: calidad vista como medible, mayor calidad es mayor cantidad de producto. Ampliamente usado en economía.
- ✓ Definiciones basadas en el usuario: es altamente subjetiva ya que la define el usuario. Entonces la mayor calidad está dada por la satisfacción de mayor número de clientes. ¿Qué características realmente dan calidad y no solo satisfacción al cliente?
- ✓ Definiciones basadas en la producción: cumplimiento de especificaciones, adecuación a clientes y horarios previstos.
- ✓ Definiciones basadas en el valor: producto que satisface necesidades a un precio razonable.

Conceptualización de la Organización

En tal sentido, la Organización, según James Stoner (1990: 345) “es un patrón de relaciones (muchas relaciones simultáneas, entrelazadas), por medio de las cuales las personas, bajo el mando de los gerentes persiguen metas comunes”

Según esto, Stoner entiende la organización como formada por relaciones, dado que dentro de ellas trabajan personas, las cuales se relacionan continuamente entre sí, sea por obligación o por algún tipo de vínculo desarrollado dentro de la empresa.

Esta no funcionaría solo con la maquinaria y equipos, o con la simple estructura que forma la organización, para que esta opere se hace necesario la contratación de personal, y teniendo personal son muy obvias las interrelaciones que se dan en el diario quehacer laboral.

Muy cercano a lo conceptualizado por Stoner, se encuentra Nonaka Ikujiro (1999), quien plantea que “el éxito de las empresas japonesas ha sido gracias a sus habilidades y perfeccionamiento en el campo de la creación de conocimiento organizacional. El conocimiento organizacional entendido como la capacidad que posee una compañía para generar nuevos conocimientos, diseminarlos entre los miembros de la organización y materializarlos en productos, servicios y sistemas”.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), estableció una división de cuatro grupos que caracterizan las partes de una empresa, pero haremos énfasis en tres de estos cuatro grupos:

1. Actividades funcionales: como aquellas agrupaciones de operaciones físicas y/o intelectuales por los que el producto o servicio a través del cual la empresa espera conseguir sus objetivos, para este caso la comercialización de agua embotellada por la empresa WATER JULIZ.

2. Marco Financiero: Encargado de desarrollar actividades funcionales que precisan dinero, y cuanto mayor sean dichas actividades, más dinero será preciso.
3. Entorno: Todo aquel espacio que sin ser empresa influye en ella.

En este mismo sentido, se quiere hacer énfasis en el tipo de estructuras organizacionales; entendidas como la forma en la cual una organización está dividida y se agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a sus relaciones entre los directivos y los empleados, entre los directivos, y trabajadores.

Por ello, se hace importante tener pleno conocimiento de las estructuras organizacionales para tener conocimiento de cómo se encuentra dividida la organización, para saber cuántos departamentos conforman la empresa, las funciones de cada uno y sus interrelaciones; de acuerdo a:

1. Organización Funcional
2. Organización por producto
3. Organización Matricial

Competitividad Empresarial

La competitividad es lo que permite a una empresa ser exitosa en el mundo en que se desenvuelve. Una empresa es competitiva, cuando logra desarrollar productos y servicios cuyos costos y calidades son comparables o superiores a los de sus competidores en el resto del mundo. De aquí que la competitividad sea una característica de las empresas y que en un sector industrial o país puedan coexistir distintos grados de competitividad. A partir de esto, uno podría llegar a concluir que la competitividad es un asunto que sólo interesa y debe interesar a las empresas. Sin embargo, la realidad difícilmente podría ser más contrastante.

La competitividad de cada empresa depende de sus propias estructuras internas, es decir, de su organización y capacidad para producir de una manera tal que pueda elevar sus ventas y ganarles a sus competidores en distintos ámbitos. Sin embargo, hay una infinidad de factores externos que determinan su capacidad de competir. Una empresa puede ser la más productiva y tecnológicamente exitosa en su ámbito interno, pero si las condiciones externas le imponen diversos costos, su competitividad acaba siendo limitada. Para competir, las empresas tienen que contar con un entorno físico, legal y regulatorio que contribuya a reducir costos y elevar su productividad. Justamente son éstas las consideraciones que animan el texto que el lector tiene en sus manos. En un mundo globalizado, la capacidad de competir lo es todo, pues de esa capacidad se deriva la creación de riqueza, el crecimiento económico y, por lo tanto, la creación de empleos y la mejoría en los niveles de vida de una población. En la medida en que una sociedad es más productiva, la capacidad de competir será mayor; es por eso que hablar de competitividad implica necesariamente hablar de productividad.

Además de todo lo anterior el reto de elevar la productividad, la región, la provincia, el Departamento y por supuesto la Organización Empresarial WATER JULIZ, tienen el desafío de moverse hacia una economía que se fundamenta en la creación de valor agregado, y abandonar de manera paulatina la fabricación de productos poco diferenciados y cuya rentabilidad es cada vez menor. No instrumentar cambios de fondo para emigrar hacia actividades más especializadas y con mayor valor implicaría condenar a la economía a permanecer en actividades donde la única ventaja es el precio de la mano de obra, actividades en las que, por cierto, cada vez somos menos competitivos. Solamente siendo más productivos y moviéndonos hacia la economía del conocimiento lograremos tener empresas competitivas.

No existe un consenso acerca de una definición taxativa sobre competitividad, sin embargo, para las empresas significa la capacidad de competir con éxito en los mercados locales, y por supuesto hacerles frente a las importaciones en su propio territorio; para muchos la competitividad se mide a través de un conjunto de índices

cuantitativos, como podrían ser los niveles de empleo y desempleo, las tasas de crecimiento de la economía o la balanza comercial.

Aun cuando no exista un consenso sobre esa definición, el resultado de que exista una economía competitiva, una región competitiva y desde luego una empresa competitiva es fácilmente visible. Cuando las empresas pueden competir se genera riqueza, se crean empleos y la economía crece. La ausencia de competitividad tiene el efecto contrario: la economía se contrae, las empresas pierden capacidad de vender y el círculo se torna vicioso.

La competitividad tiene dos dimensiones, la del ámbito interno de las empresas y la del entorno en el que se encuentran. En el ámbito interno, las empresas compiten en función de los productos o servicios que elaboran y cuyo éxito depende de la eficiencia de sus procesos productivos (lo que incluye tecnología, personal y capital), la calidad de sus productos y el precio de los mismos. A la par de esto, el gobierno (estado) también contribuye de manera indirecta a la competitividad intrínseca de las empresas, donde su impacto es de orden marginal por reducirse a factores como la calidad de la educación y la incidencia de esta sobre el personal de la empresa.

Una empresa es competitiva cuando así lo muestra el conjunto de medidas objetivas y convencionalmente aceptadas, como pueden ser sus ventas, utilidades, exportaciones, porcentaje del mercado, etc. Sin embargo, la noción de que una economía o un país pueden ser competitivos es debatible porque lo común es encontrar empresas exitosas y otras que no lo son, empresas que llegaron a la cúspide de su desarrollo y otras que comienzan.

Cultura Organizacional

En la perspectiva propuesta, un dirigente, un gerente, un administrador, es una persona que sabe manejar el «buen gobierno de las personas» a la altura del grado

de elaboración logrado para la «buena administración de las cosas». Comprender lo anterior implica que, en tal perspectiva, hay que tener una buena idea de lo que es un ser humano. Es necesario entonces, dotar al administrador de una idea la más fiel posible de lo que constituye la especificidad del hombre.

La reflexión sobre la cultura organizacional se inició en el anonimato absoluto, hace más de cuarenta años, por investigadores tales como Elliot Jaques, Erving Goffman, Chester Barnard y Paul Selznik, quienes estudiaron aspectos como los valores y el estilo de dirección; sin embargo, el tema se encuentra en primer plano hoy en día en razón a su relación con los problemas sociales, culturales, organizacionales e individuales, lo que ha permitido que el concepto adquiriera mayor autonomía y sea estudiado con rigurosidad (Amado, 1986).

La perspectiva cultural de las organizaciones se afianza en los años 70, cuando el concepto de empresa adquiere mayor complejidad. Así de una concepción de empresa basada estrictamente en criterios económicos, se reconoce en los 70.s que la empresa es, también, una entidad social, por lo cual se le adjudican nuevas responsabilidades hacia su personal y hacia su entorno, a la vez que se hace más claro que la cotidianeidad de las empresas tiene la complejidad propia de los fenómenos sociales (Thevenet, 1992).

Demanda y el nivel de servicio en la distribución.

La importancia del canal de marketing o de distribución, radica en el beneficio que se brinda a los consumidores en cuanto al ahorro de tiempo cuando hay que recorrer grandes distancias para satisfacer necesidades mediante un producto o servicio. Por lo tanto, la comunicación que existe entre compradores y vendedores, con el ánimo de tratar de influir en las actitudes y comportamiento de los primeros, razón por la cual se puede concebir como una de las variables de mercado que sirve para manifestar al grupo objetivo de consumidores que el producto adecuado se encuentra disponible en el lugar preciso, en el tiempo justo.

Al tenor de lo anterior, la promoción se constituye en elemento clave y de orden positivo en la medida que pueda atraer clientes e influir en estos con sus compras, o lo contrario, un elemento negativo (que proyecte una imagen distorsionada de la empresa en la mente del cliente y consecuentemente en la región); por lo cual el flujo de información requerida debe ser la adecuada y justa para las necesidades de los clientes , con especial énfasis en los tiempos de entrega y calidades que se ofertan con el portafolio de productos.

Al analizar los párrafos anteriores, se puede entender que el ofrecimiento de un buen servicio se ha constituido en el principal objetivo de todas las cadenas de suministro (igual para la empresa WATER JULIZ), donde en la actualidad mantener clientes existentes y conseguir nuevos clientes se convierte en elemento clave de la supervivencia empresarial.

Entonces el nivel del servicio debe ser capaz de mostrar, que tan competente es la organización de servir en el plazo adecuado. Este puede ser calculado con base en líneas, unidades y valor. También hay que tener en cuenta el compromiso con el propio cliente, sus necesidades, las expectativas o el punto de equilibrio entre los costos de posesión del inventario y la pérdida de margen que provoca las inexistencias. En el caso de la distribución de bebidas gaseosas, el nivel de servicio supone uno de los mayores retos logísticos y depende del nivel de servicio que ofrecen todos los eslabones de la cadena. Es decir, el nivel de servicio que ofrece la empresa, el que dan sus distribuidores y el que el expendedor ofrece al final de la cadena.

Para algunos, es fácil caer en la tentación de confusión sobre el grado de disponibilidad del stock (Inventario); con el nivel de servicio que puede estarse ofertando a los clientes. Por lo cual resulta sumamente importante recordar que la disponibilidad mide qué artículos tienen como mínimo una unidad en stock (por lo tanto, hay disponibilidad de él) sobre el total de artículos. Esto no significa que, con

una disponibilidad muy elevada, se pueda ofrecer el nivel de servicio deseado al cliente.

Por supuesto que esta diferencia es muy evidente a nivel de artículo, cuando se calcula el análisis de disponibilidad ponderada por líneas o unidades, la comparativa con el servicio a niveles superiores como familia de producto o incluso a nivel de almacén, las diferencias tienden a ser mucho menores. Entonces, dependiendo del análisis que se quiera realizar y el objetivo del mismo, se puede usar la disponibilidad porque en la mayoría de los casos, el cálculo de la disponibilidad es más sencillo que calcular el nivel de servicio.

Diagnostico Organizacional

Diagnóstico, viene del griego Diagnosis que quiere decir "conocer a través de". El diagnóstico es esencial para conocer la situación sobre la que se desea actuar. En nuestro caso, el permanente diagnóstico de los procesos de comunicación de la organización se hace indispensable para poder intervenir en ella.

El diagnóstico implica siempre una evaluación de la situación y toda evaluación corresponde a un proceso que permite valorar acciones y/o resultados en relación con ciertos objetivos que los generaron.

Un diagnóstico, entonces, es una investigación sobre lo esencial, lo particular, lo singular, lo inherente a una situación para evaluarla, comprenderla y poder actuar sobre ella. Es, en síntesis, una investigación sobre lo individual.

Andrade (1968: 28), define el diagnóstico como: "Un método de conocimiento y análisis del desempeño de una empresa o institución, interna y externamente, de modo que pueda facilitar la toma de decisiones"

Distribución Física

Cuando se aborda el tema de la distribución física, se puede entender como el medidor entre el éxito y el fracaso en los negocios, en esta etapa se pueden realizar los ahorros más importantes, esto debido, a que el intercambio se facilita por medio de las actividades que ayuden a almacenar, transportar, manipular y procesos pedidos de productos.

Este proceso implica la planeación, la instrumentación y el control del flujo físico de los materiales y los bienes terminados desde su punto de imagen hasta aquellos lugares de su utilización, esto desde luego con el fin de satisfacer las necesidades del cliente a cambio de una ganancia (utilidad). El mayor costo en este proceso de la distribución corresponde al transporte, seguido por el control de inventarios, almacenaje y la entrega de pedidos con servicios al cliente.

Estructura Organizacional

Según Charles Perrow (1998, 83-89) y Richard H. Hall (Op. Cit: 50-91) la estructura organizacional implica tener de referencia, entre otros, tres elementos:

- ✓ indica que las estructuras organizacionales tienen la intención de alcanzar objetivos y fines organizacionales a partir del impulso ciertos servicios.
- ✓ las estructuras se diseñan para minimizar, o por lo menos regular, la influencia de las variaciones individuales sobre la organización. En otras palabras, las estructuras se imponen para asegurarse de que los individuos se ajustan a los requisitos de las organizaciones y no al contrario.
- ✓ · las estructuras son escenarios donde se ejerce poder, autoridad y liderazgo; donde se toman decisiones; donde se articulan las tareas y las personas, y donde se desarrollan las actividades de la organización.

Pero según Strategor (1988), hace referencia al conjunto de funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones que cada unidad debe cumplir

y el modo de comunicación entre cada unidad. Mintzberg: (1984) es el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas. La estructura organizacional es una estructura intencional de roles, cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible.

Frente a lo cual surgen preguntas desde la óptica de estudiante y autor de este proceso de investigación académico: ¿Cómo se encuentra organizada la empresa?, ¿Qué elementos la hacen autentica o diferente?

Logística

En la actualidad, el gran desarrollo de los mercados locales y globales, el aumento de la complejidad y agresividad de los mismos, ha conducido a las empresas a una vertiginosa carrera por alcanzar altos estándares de calidad, cumplimiento, reducción de costos, servicio, etc. Por lo cual, los estudiosos y las empresas han desarrollado nuevos conocimientos, estrategias, técnicas y tecnologías que se orientan hacia el logro de los niveles de competitividad requeridos.

(Kotler, 2006), si se puede evaluar este panorama, la gerencia tenía opciones reducidas para realizar mejoras, reducciones de costos o afectar indicadores de competitividad en forma positiva, en este momento es que empieza a ganar relevancia el área logística, por algunos definida como la última frontera para obtener economías de costos.

Ballou (1999: 7), la logística es: “todo movimiento y almacenamiento que facilite el flujo de productos desde el punto de compra de los materiales hasta el punto de consumo, así como los flujos de información que se ponen en marcha, con el fin de dar los niveles adecuados de servicio al consumidor a un costo razonable”.

La palabra logística a través de la historia ha tenido varios significados y comprensiones, pero gracias al desarrollo registrado durante los últimos años, se ha logrado llegar a un consenso acerca de lo que es. Según el Council of Logistics Management (citado en Christopher, 2000: 45-46), se entiende por “logística”: “...el proceso de planeación, instrumentación y control eficiente y efectivo en costo del flujo y almacenamiento de materias primas, de los inventarios de productos en proceso y terminados, así como del flujo de la información respectiva desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el propósito de cumplir con los requerimientos de los clientes”.

Organización como sistema

Se pueden entender las organizaciones, como sistemas sociales que tienen la particular característica que establecen las condiciones que deben cumplir quienes desean ingresar a ellos, y se ven en la necesidad de adaptarse a las condiciones del medio en que se desempeñan.

Según Bertalanffy (1950): quien criticaba la visión fraccionada que se tenía del mundo desde áreas diferentes como la física, la química, la biología, la sociología, entre otras. Lo que él denominó como la Teoría General de los Sistemas (TGS) lo fundamentó en tres premisas básicas; las cuales fueron aplicadas por Katz y Kahan al desarrollo organizacional permanente.

- a) Los sistemas existen dentro de sistemas: es decir, las organizaciones existen dentro de otras organizaciones.
- b) Los sistemas son abiertos: Las organizaciones se caracterizan por procesos de intercambio permanente.
- c) Las funciones de un sistema dependen de la estructura: dependiendo del tipo de estructura que posea una organización será su funcionamiento.

Responsabilidad Social de la Universidad.

Pensar en Educación Superior, se cree puede implicar necesariamente el preguntarse por la responsabilidad social universitaria, toda vez que sus estudiantes y graduados representan, en gran medida, la materialización de su deber-ser institucional. Es sabido que en los últimos tiempos se ha venido posicionando el concepto de responsabilidad social como un problema ético-estratégico de las organizaciones, sean éstas de naturaleza empresarial, educativa o social.

Como se puede apreciar, la ética y la responsabilidad social se van presentando como dos conceptos fuertemente ligados y son la base de las relaciones tanto individuales como colectivas, ya que en la medida en que el sujeto se hace consciente de sus propias necesidades, y logra trabajarlas de manera participativa, está alcanzando un mayor desarrollo; y la apreciación de los valores que hace del entorno inmediato, le permite trascender en el tiempo y de esta manera alcanzar un reconocimiento social.

Esta perspectiva tiene una alta aceptación en la actualidad por las organizaciones que han asumido la responsabilidad social como tema central de su gestión.

Para el caso del Programa Administración de Empresas, son los impactos educativos los primeros que se deben analizar dado el carácter vinculante de éstos con los estudiantes y egresados. Es claro que la universidad influye en gran medida en la formación de los profesionales, su escala de valores, su manera de interpretar el mundo y de comportarse en él. Incide asimismo en la definición de la ética profesional de cada disciplina y su rol social. Una universidad responsable por tanto se pregunta por el tipo de profesionales, ciudadanos y personas que forma, y sobre la adecuada organización de la enseñanza para garantizar una formación socialmente responsable, y que además sirva para plantear procesos de mejoramiento al tejido empresarial de la región.

Sistemas de Información y Comunicación

Según Laudon & Laudon (2004) “un sistema de información se puede definir como un conjunto de componentes interrelacionados que recolectan, procesan, almacenan, y distribuyen información para apoyar la toma de decisiones.” (p.8) Para Kendall & Kendall (2005), hay distintos tipos de sistemas de información, cada uno desarrollado para un propósito específico, entre estos se destacan los siguientes:

- ✓ TPS: los sistemas de procesamiento de transacciones que funcionan a nivel operativo.
- ✓ KWS: los sistemas de trabajo de conocimiento.
- ✓ MIS: sistema de información gerencial.
- ✓ DSS: Sistema de apoyo a las decisiones.
- ✓ ESS: Sistema de apoyo a ejecutivos.

La integración de los diversos sistemas de información da como origen al sistema de planeación de recursos empresariales.

6.3. MARCO JURÍDICO

Desde la óptica macro que traza la Constitución Política de Colombia de 1991, en el artículo 67 se concibe la educación en general como un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. Esta educación, a la cual tenemos derecho tendrá como finalidad formar a verdaderos ciudadanos basado en el respeto a los derechos humanos, la paz y a la democracia; como también en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente.

Además de lo anteriormente trazado donde se resalta la importancia que posee la educación superior en Colombia como mecanismo posibilitador del mejoramiento

de calidad de vida de las personas, para el caso que nos ocupa la Fábrica de Agua WATER JULIZ, se encuentra haciendo parte del comercio legal permitido en el territorio nacional, por ello se hace necesario el acatamiento de las siguientes normas:

➤ **Código de comercio**

El Código de Comercio, recoge todas las Disposiciones del Derecho mercantil y los conflictos se resuelven en tribunales civiles o en tribunales específicos, aunque esto dependa de los países donde se produzca la disputa. El Derecho mercantil, es el conjunto de leyes relativas al comercio y a las transacciones realizadas en los negocios. Entre estas leyes se encuentran las relativas a las ventas; a los instrumentos financieros, como los cheques y los pagarés; transportes terrestres y marítimos; seguros; corretaje; garantías; y embarque de mercancías. Tanto en el campo del Derecho civil como en el del Derecho mercantil, se entiende por contrato de sociedad aquél mediante el cual dos o más personas se obligan a poner en común bienes o servicios con el ánimo de repartirse las ganancias que se obtengan.

Además, se establecen lineamientos para la creación de establecimientos de comercio, entendido como la unidad de explotación de un negocio: por medio del establecimiento de comercio, el comerciante pone en marcha realmente su actividad empresarial, destinando unos activos y adquiriendo unas obligaciones ya sea para elaborar sus productos o planear sus servicios, comercializarlos; y, sobre todo, para darlos a conocer a sus potenciales clientes.

➤ **Código sustantivo del trabajo (Ley 141 de 1961)**

De acuerdo a lo expresado por Jaramillo (2010): 3) El acontecimiento jurídico del siglo pasado lo constituyó indudablemente el surgimiento de una disciplina denominada *Derecho del Trabajo*, que tiene por objeto regular las situaciones en el interior del sistema de producción industrial para hacerlo viable en el marco de la ecuación capital-trabajo.

El mismo autor, además, plantea que dado el panorama mundial en momentos en que se expedían las primeras normas laborales en nuestro país. En Colombia, si bien en toda la historia legislativa no faltaron normas que se refirieran al trabajo por cuenta ajena, sólo hasta mediados del siglo pasado se expidió el Código Sustantivo del Trabajo, pero en ese contexto el gobierno propuso una serie de reformas en aras de lograr la denominada flexibilización laboral, consistente en la eliminación de garantías que se consideraban excesivas para el mercado colombiano que terminaron condensándose en la ley 50 de 1990.

➤ **Régimen Tributario**

Observando lo tratado por Lozano (2009: 5) Lo primero que hay que decir es que en la actualidad no existe norma especial en el Estatuto Tributario Colombiano que regule el tratamiento impositivo de las Mis pymes. En ese orden de ideas, nuestra normatividad tributaria carece de regímenes simplificados y de beneficios tributarios diseñados para este tipo de empresas.

De esta manera, las Mis pymes se beneficiarían únicamente, y como cualquier otro contribuyente, de las disposiciones generales de simplificación tributaria, así como de los beneficios tributarios que han sido recientemente aprobadas por el Congreso de la República.

➤ **Decreto 3466 de 1982 Estatuto del consumidor**

Norma particular que se caracterizó por la positivización de las normas tendientes a regular la relación de consumo y protección del consumidor en general. Estableció por otra parte la obligación de los productores y expendedores a la conservación del medio ambiente mediante la creación de procedimientos limpios que minimizaran los impactos en el medio ambiente, pero además establece las condiciones de garantías hacia los clientes a partir de la garantía mínima presunta y la garantía voluntaria, la primera haciendo énfasis en la consideración de

reglamentos técnicos y la segunda hacia la consensualidad y por último la legal que establece la similitud de normas y condiciones del mercado.

No obstante, de lo anterior, y respecto del manejo de normas que permitan el aseguramiento de la gestión de calidad se observan las siguientes:

➤ **Resolución 12186 de 1991**

Las aguas potables tratadas que se obtengan, envasen, transporten y comercialicen en el territorio nacional con destino al consumo humano, deberán cumplir con las condiciones sanitarias que se fijan.

Por lo cual, para la Instalación y funcionamiento de las plantas o establecimientos que se dediquen a la obtención, envasado y comercialización de agua potable tratada con destino al consumo humano, así como para la fijación de sus condiciones Locativas y sanitarias.

Además de lo anterior, también se plantea la importancia de los contenidos microbiológicos permisibles, teniendo en cuenta de manera particular que el recuento de microorganismos mesofílicos no debe exceder de 100 por mililitros, obtenido sobre muestras tomadas en el momento del envasado y analizadas máximo dentro de las doce (12) horas siguientes a él. Cuando se compruebe que el recuento de microorganismos mesofilos supere el límite anterior, se procederá en forma inmediata a aplicar conjuntamente con la planta los correctivos necesarios para ajustar este parámetro.

➤ **Resolución 5109 de 2005**

Esta resolución plantea la importancia que poseen los procesos de rotulados y etiquetado especial para todos aquellos alimentos para consumo humano, y de manera particular importancia a la hora de analizar los puntos críticos de sus respectivos procesos productivos . La frescura y la inocuidad de los alimentos,

proteger los productos de contaminación, del medio ambiente, permitir su traslado y almacenamiento, conservar las características del producto, entre otras, son puntos decisivos a la hora de seleccionar el empaque.

El mercado de envases para alimentos mantiene una creciente demanda de calidad, funcionalidad, gran atractivo visual y, especialmente, capacidad de preservar por más tiempo las características originales de los productos. En los últimos años, otros atributos tales como conveniencia al consumidor, reducción de costos y diferenciación en el punto de venta, han ganado especial relevancia. Por lo que cada día las empresas se preocupan no solo por contar con un producto innovador sino por prestar mayor atención al empaque que es un elemento central de la experiencia del consumidor.

➤ **Resolución 2115 de 2007**

La calidad del agua para consumo humano, es un factor determinante en la salud pública; en Colombia, las deficientes condiciones sanitarias asociadas a la pobreza y al deterioro ambiental, al igual que las falencias en la prestación del servicio y la falta de cobertura del mismo, ha generado que en zonas urbanas alejadas o en zonas rurales se incremente el porcentaje de enfermedades causadas por el consumo de agua contaminada

La importancia de la calidad del agua en Colombia se ha convertido en una temática con mayor relevancia en la última década, de tal manera, que el acceso a agua potable y el saneamiento han aumentado significativamente en comparación con años anteriores. En ese contexto, se han implementado en el país programas que permitan mejorar tanto la calidad del servicio de abastecimiento respecto de la medición de las características físicas, químicas y microbiológicas; además, se estableció la alteración del índice por factores externos como el clima, aumentando su resultado en presencia de fenómenos de precipitación y temperatura pronunciados. El resultado de este estudio, conlleva a determinar los

factores que intervienen en la variación del índice, proporcionando así, información pertinente que puede aplicarse como argumento para la toma de decisiones y gestión de los entes responsables de la calidad del agua.

Decreto 3075 de 1997.

Emanado por el Ministerio de Salud de la República de Colombia.: artículos 8, 12, 13 y 14; los cuales ordenan que los establecimientos destinados a la fabricación, el procesamiento, envase, almacenamiento y expendio de alimentos y bebidas, deberán cumplir con los lineamientos emitidos por estos artículos.

Artículo 245 de la ley 100 de 1993.

Ordenó la creación del Instituto Nacional de Vigilancia de medicamentos y Alimentos INVIMA. En ejecución de este mandato, fue expedido el decreto 1290 de 1994, por medio del cual se precisaron las funciones del INVIMA; y se estableció su organización básica. Se definió entonces, como naturaleza del INVIMA ser un establecimiento público del orden nacional, de carácter científico y tecnológico, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente, perteneciente al sistema de salud.

Facultades otorgadas al INVIMA por la ley 1122 de 2007, relacionadas con la competencia exclusiva de la inspección, vigilancia y control de la producción y procesamiento de alimentos y bebidas.

6.4. MARCO GEOGRÁFICO

El Municipio de Girardot está situado en la Zona Tropical hacia el centro de la República de Colombia, al suroccidente del Departamento de Cundinamarca, a 40 17' 36" de Latitud Norte, tiene una Longitud con relación al Meridiano de Bogotá de 0o 44' 55" W. Por estar situado en plena Zona Tórrida, el Municipio se caracteriza por tener temperatura constante a través del año y carecer de estaciones, contando

solamente con dos marcados períodos de sequía y humedad repartidos en los 12 meses del año.

Particularmente Girardot, se encuentra ubicado en la parte media del Alto Magdalena y en su margen derecha. Alejado de las estribaciones occidentales de la Cordillera Oriental y en una zona de transición de la región seca del Sur y la húmeda del Norte de este Valle. Tiene una extensión de 138 Kilómetros cuadrados y se encuentra a solo dos horas y media de la Capital de la República.

Limítes

- Por el Norte: Con los Municipios de Nariño y Tocaima.
- Por el Sur: Con Flandes en el Departamento del Tolima, y el Río Magdalena de por medio.
- Por el Oriente: Con el Municipio de Ricaurte (Peñalisa), y el Río Bogotá de por medio.
- Por el Occidente: Con el Departamento del Tolima y parte del Municipio de Nariño.

Es de anotar que sus grandes líneas limítrofes están en los ríos Magdalena y Bogotá, arterias que rodean con una gran cinta de agua al Municipio.

Goza de un clima cálido seco, sano y agradable para ciudadanos y turistas. Se denomina técnicamente clima de sabana periódicamente húmedo con lluvias zenitales, que es una subdivisión del clima tropical lluvioso. Como todo su territorio está debajo de los 1.000 metros de altura, sus temperaturas son elevadas, registrándose las más altas durante los meses de febrero, agosto y septiembre; durante el resto del año hay un ligero descenso producido por un régimen de lluvias moderado, distinguiéndose dos períodos lluviosos de abril a junio y de septiembre a noviembre. El Municipio tiene una temperatura media de 30 grados centígrados.

7. DISEÑO METODOLÓGICO PRELIMINAR

7.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Es importante conceptualizar que la metodología es la manera de concebir la forma particular como cada interventor/a organiza su propuesta de intervención. Lo metodológico debe estar soportado por la postura epistemológica, conceptual y ontológica del investigador; es decir, cada diseño metodológico ha de responder con coherencia interna a la concepción de ser humano, a la concepción de educación y a los principios pedagógicos que orientan a cada investigador (estudiante autor de investigación) en su quehacer.

7.2. POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

Una vez concebida la idea de investigación, y luego de tener claridad sobre el problema que se va a investigar, plantear los objetivos que se espera lograr, contar con una justificación para desarrollar el estudio, tener un fundamento teórico, plantear la hipótesis o las preguntas de investigación, definir el tipo y el diseño de la investigación, el otro aspecto para tener en cuenta es definir la *población o muestra* con la cual se desarrollara la investigación de interés.

En esta parte de la investigación, el interés consiste en definir quiénes y que características deberán tener los sujetos (personas, organizaciones o situaciones y factores) objeto de estudio, para este caso, correspondería a los empleados y en algunos casos clientes de la organización empresarial WATER JULIZ.

Teniendo en cuenta lo expresado por Fracica (1988), la población corresponde a: “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo”

Por otro lado, en lo relacionado con la recolección de la información, según Ramírez (2010): Encuestas y entrevistas inician el encabezado u hoja de portada donde se recoge información básica de un individuo según el objeto de estudio. Esta información es de gran valor para el investigador durante el análisis de los resultados. Tanto para una como para la otra, es importante realizar un pre muestreo o prueba del instrumento ante un grupo reducido de personas, lo que permitirá en forma crítica ayudar a identificar falencias o dificultades en las mismas.

Teniendo en cuenta, que la mayoría de problemas en investigación siempre requieren la recolección sistemática de información que hace referencia a poblaciones o a las muestras detectadas de estas. Por lo tanto, se cree que se puede comprobar si los hechos se basan o no en la realidad, tal como se ha supuesto hasta el momento, se hace necesario preguntar o indagar para la obtención de datos que confirmen el ideario de esta investigación, por tal razón de lo expuesto, el instrumento de recolección de datos sobre las variables a considerar de la Propuesta de investigación “PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL WATER JULIZ”, se consideraron; la observación directa sin intervención.

De manera inicial, se establece un análisis de factores PESTAL para determinar el grado de congruencia de la empresa en el contexto (ambiente), y se adiciona el desarrollo de las matrices EFE y EFI tal como se consignó en los objetivos específicos, y los cuales tiene su desarrollo en el punto No 8 denominado Esquema Temático Desarrollo de Capítulos de este documento

8. ESQUEMA TEMATICO DESARROLLO DE CAPITULOS

8.1. RESULTADOS APLICACIÓN MATRIZ PESTAL

8.1.1. ANÁLISIS PESTAL

Antes de iniciar este importante punto, se parte de lo conceptualizado por Arano, Cano & Olivera (2012), quienes hacen referencia al análisis del entorno de la empresa como el lugar infinito el cual incluye todo aquello que esta fuera de la organización, así, las estrategias en las empresas no surgen de la nada. Y deben responder al entorno del negocio en que se encuentre inmersa.

Estos mismos autores señalan que las organizaciones no son autosuficientes ni auto contenidas, por el contrario, para vivir requieren de un permanente influjo e intercambio con las fuerzas sociales que integran el ambiente externo, definido este como todos los elementos extraños a la organización que son relevantes para sus operaciones. Las organizaciones toman recursos e insumos (inputs) como materias primas, dinero, mano de obra y energía entre otras, los transforman a través de la operación de sus funciones (producción, compras, ventas, finanzas, etc.) en bienes y/o servicios (outputs) y después los vuelven a enviar al ambiente externo en forma de productos.

Luego de la introducción anterior, se convierte en factor importante tener en cuenta que las empresas deben adaptarse con agilidad y dinámica a los vertiginosos cambios que se suscitan en el mercado, además a la contracción de la economía mundial, aunado al proceso que vive nuestro país respecto de la relación con el pasado proceso de paz, y también a la naciente reforma tributaria, aspectos que generan un ambiente de incertidumbre, pero también de oportunidades en la medida que seamos capaces de convertirnos en visionarios de ellas

Para realizar un mejor análisis del entorno, de manera que pueda entenderse de la mejor manera la dinámica propia del ambiente donde se desenvolverá la iniciativa empresarial, y esta consiste en realizar un análisis PESTAL, que equivale a la descripción de manera general de los factores: i) Político, ii) Económicos, iii) Sociales, iv) Tecnológicos, v) ambientales y por ultimo vi) Legales

8.1.1.1. Factores políticos

La situación Política del Municipio de Girardot (como territorio estratégico para el desarrollo de las actividades mercantiles de la Empresa WATER JULIZ), desde su historia no es para nada distinta de la del resto del país, que se orientó bajo dos corrientes políticas tradicionales, la liberal y la conservadora, y en la actualidad han surgido algunas variantes de estos partidos políticos, reacomodando sus ideales originales y adaptándolos a la situación mundial en la que se vive, haciéndolos un poco más abiertos; este mismo panorama es idéntico para los Municipios de Ricaurte y Flandes como zona de influencia primaria y de orden recíproco de usuarios y posibles zonas de trabajo para la comercialización de agua potable embotellada.

❖ Municipio de Girardot

Alcalde electo Dr. Cesar Fabián Villalba Acevedo 2016 – 2019, avalado por el Partido Cambio Radical, cuyo Plan de Desarrollo, Girardot, Para seguir avanzado, en el sector 2.5 Empleo con calidad y accesibilidad, plantea:

Las principales fuentes de empleo formal en Girardot son la salud y la educación y los servicios comerciales. Sin embargo, no son suficientes. La principal fuente de empleo informal es el turismo. Es necesario formalizar todos los procesos posibles del turismo que se desarrollan en Girardot, la ciudad posee una buena infraestructura de alojamiento y recreación, destacándose los hoteles, los condominios vacacionales, centros recreacionales de gran capacidad, restaurantes, clubes nocturnos.

Desde el Sector Turístico se proyecta el Enfoque del desarrollo económico, social, local y regional del municipio, en pro de lograr una economía desarrollada, competitiva y que pueda elevar sus condiciones de productividad y empleabilidad, se aprovechen las oportunidades que le genera a Girardot su posición geográfica, la cual permite consolidar su liderazgo del desarrollo regional.

❖ Municipio de Ricaurte

Alcalde electo Dr. Carlos Andrés Prada Jiménez 2016 - 2019, Avalado por el partido liberal Colombiano, cuyo Plan de Desarrollo Ricaurte, Nuestro compromiso, traza en la dimensión económica la dinamización del desarrollo económico del Municipio de Ricaurte mediante el fortalecimiento de sus capacidades competitivas en turismo, agropecuario, transporte y empleo; con el apoyo principal de la formación del capital humano y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación como herramienta para la integración y la inserción en el proceso de globalización.

Según el Plan de Desarrollo Ricaurte; Nuestro Compromiso (2016); y teniendo como base información de la Cámara de Comercio de Girardot, el Municipio de Ricaurte cuenta actualmente con 475 registros de establecimientos de comercio, 132 establecimientos más de los que contaba hace cuatro años. Es el sector de la construcción y del comercio al por menor de alimentos, bebidas y productos de tabaco los que más crecieron.

❖ Municipio de Flandes

Alcalde electo Dr. Juan Pablo Suarez Medina 2016 – 2019, avalado por el partido Cambio Radical, en su Plan de Desarrollo Flandes es capaz de construir progreso 2016 – 2019.

Como puede observarse, a lo largo del análisis de los factores políticos puntuales de los tres municipios, existen condiciones políticas que promueven la creación de iniciativas empresariales y máxime cuando se plantea en esta propuesta un servicio

innovador basado en el crecimiento demográfico y poblacional particularmente de los Municipios de Ricaurte y Girardot.

8.1.1.2. Factores económicos

Teniendo en cuenta el estudio adelantado, por el Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas de la Universidad del Rosario denominado “Planes de Competitividad en cuatro (04) provincias de Cundinamarca: Almeidas, Alto Magdalena, Tequendama y Sabana Occidente (2011), se tiene que el análisis de las cifras del registro mercantil de la Cámara de Comercio, la información estadística de la Secretaría de Planeación de Cundinamarca, los inventarios de producción agropecuaria de la Secretaría de Agricultura de Cundinamarca, así como del Censo de población del DANE de 2005, permiten inferir que la vocación productiva de la provincia de Alto Magdalena se concentra, principalmente, en el desarrollo de actividades asociadas a los sectores agropecuario (en productos como mango y cítricos) y de servicios como el ecoturismo y turismo de fin de semana, dada la importante cantidad de condominios y centros de descanso en municipios como Girardot, Ricaurte, Agua de Dios, y la construcción de algunos nuevos en Nariño.

8.1.1.3. Factores sociales

Al pretender entender la población, como variable que más incidencia tiene respecto de la configuración y apropiación del territorio y por supuesto sus recursos, donde se encuentra la base del sistema social que funciona soportados en las relaciones de sus actores, bajo el entendido que las características de la población son de diverso orden y que además se encuentran influenciadas por externalidades propias del entorno en el cual se desarrolla su actividad, deben diferenciarse claramente los patrones sociales y culturales que definen el grupo social que se relaciona con la porción de tierra de carácter específico, para el caso los Municipios de Ricaurte, Girardot y Flandes.

Teniendo en cuenta lo planteado anteriormente y aunado a ello, lo mencionado por Universidad del Rosario (2011); “En síntesis, en términos del tamaño de su población, es posible afirmar que la Provincia de Alto Magdalena, cuenta con un mercado intermedio en el orden departamental. Sin embargo, la importancia en términos de población de la provincia se da, principalmente, por el número de habitantes del municipio de Girardot. Por otro lado, se debe hacer mención que existen dos tendencias con respecto a la distribución de la población de los municipios entre cabecera y rural disperso. En municipios con menor nivel de población como Jerusalén, Guataquí, Nilo y Ricaurte, la población se ubica principalmente en el área rural (más del 50%). Mientras que, en los municipios con mayor concentración poblacional, como Girardot, Tocaima, Agua de Dios, los habitantes se ubican, principalmente, en la cabecera municipal. Ricaurte, a pesar de contar con un nivel de población intermedio en la provincia, concentra su población en área rural”.

8.1.1.4. Factores tecnológicos

En el mundo de los negocios, la competitividad se ha convertido en el nuevo paradigma para alcanzar el éxito (Peñaloza, 2007). Para alcanzar dicha competitividad las empresas se centran, principalmente, en aspectos internos propios y no únicamente en los externos, ya que éstos últimos suponen las mismas oportunidades y amenazas a todos los componentes del sector (Hansen y Wernerfelt, 1989; Rumelt, 1991; McGahan y Porter, 1997; Maurt y Michaels, 1998). Por este motivo, las empresas utilizan todos sus medios con el fin de poder conseguir aquellos recursos y capacidades que les suponga diferenciarse con respecto al resto.

En la actualidad, la tecnología es uno de los recursos que se han identificado como una herramienta estratégica esencial para diferenciarse del resto de empresas, dado el dinamismo característico de los mercados (Pérez, 1996; Peñaloza, 2007). La tecnología puede ser definida como la aplicación, de manera eficiente, de un

conjunto de mecanismos de búsqueda y aprendizaje a situaciones con necesidad de ingenio para su solución y, de esta manera, permita a la empresa desarrollar nuevos productos y servicios (Vence Deza, 1995; Formichella, 2005; Peñaloza, 2007). Concretamente nos centraremos en las TIC, que constituyen uno de los pilares de la economía del conocimiento. Esta economía se fundamenta además en el proceso de mundialización y en el desarrollo de nuevas pautas de consumo e inversión (Vilaseca *et al.*, 2007).

De esta manera, nuestra apuesta empresarial tiene la firme convicción de apalancar además en lo que se considera como revolucionario en el mundo, el comercio electrónico, y teniendo en cuenta a Palacio (2005), “se convierte en un factor indispensable para la incorporación a la sociedad de la Información en las empresas Colombianas, permitiendo acceder a oportunidades de compra, mejora de los servicios que satisfagan sus necesidades de los clientes, que se traducirá en un incremento de la rentabilidad de sus negocios”.

Pero esta condición del aprovechamiento del comercio electrónico como factor adicional y decisivo de la prestación del servicio, se debe tener en cuenta el tamaño de la población, que como se referenciaba en la introducción en primera instancia el público local de 165.981 habitantes, se convierten en una cifra muy importante de aparentes clientes, sin embargo, también se apunta al alto de grado de ocupamiento habitacional que se está suscitando en los Municipios vecinos (Ricaurte y Flandes)

8.1.1.5. Factores ambientales

Según lo trazado en el Plan de Competitividad de Girardot (2007: 39), “El factor considerado como último en el ranking de la competitividad es el de la calidad del medio ambiente. El manejo de cuencas, la provisión y tratamiento del agua es el tema central, el mismo que es importante para la subregión y potencialidad turística.

Particularmente la zona de acción de WATER JULIZ tiene la particularidad geográfica de ser totalmente plana, lo cual hace más fácil el trabajo de repartición de mercaderías, pero además de eso WATER JULIZ, también propende por la protección del medio ambiente, y con énfasis en la responsabilidad social empresarial.

8.1.1.6. Factores Legales

Luego de la mirada a los municipios beneficiarios del servicio que presta WATER JULIZ (en el análisis de los factores Políticos, sin tener mayor información del Municipio de Melgar), es importante reconocer que Colombia es un país de contrastes, con abundantes recursos naturales, pero con poca capacidad para producir riqueza. Su organización social es poco eficaz y con escasas capacidades para restringir las acciones de los individuos (Gómez, 1999: 15). Sus arreglos institucionales impiden la suficiente acumulación de capital y fallan al proveer la seguridad legal, los incentivos económicos y las formas de participación social necesarias para un desarrollo económico sostenible (Kalmanovitz, 2001: 89). La creación de nuevas empresas, como elemento clave del desarrollo económico, también es producto de las características institucionales prevalecientes, de sus limitaciones formales e informales y de sus mecanismos de regulación. Dicho de otra manera, el nacimiento de nuevas empresas requiere determinadas condiciones políticas, sociales y económicas para que ello sea posible (Birley, 1987; Kirchhoff y Phillips, 1988; Baumol, 1993 y Van de Ven, 1993).

Por ello, el gobierno nacional, convencido de la necesidad de brindar tales condiciones y con ello tratar de subsanar las deficiencias institucionales sobre la creación de empresas y el emprendimiento, inicia el proceso legislativo y ejecutivo de establecer medidas para la creación de empresas, lo cual llevo a la creación de programas y organismos nacionales y locales que propendieran por el emprendimiento.

Razón por la cual, se encuentran entre otras normas las siguientes:

- ❖ **Constitución Política de Colombia**, la cual en su Título XII del Régimen Económico y de Hacienda Pública, particularmente en el artículo 333 establece la libertad económica y considera a la empresa como la base para el desarrollo.

- ❖ **Ley 590 de 2000** (Ley Mi pyme) se creó con el objeto de “inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas”, dándole y reconociendo el papel fundamental de las instituciones en el desarrollo de la empresarialidad.

- ❖ **Ley 1014 de 2006** (Ley de fomento a la cultura del emprendimiento), cuyo fin primordial consiste en: “promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país”; esta norma se permite realizar énfasis en la creación de vínculos entre el sistema educativo y el sector productivo mediante el establecimiento de una cátedra de emprendimiento que contribuya al crecimiento de la economía del país.

Tabla No 1. Matriz Ambiente General

Ambiente General		
Factores Tecnológicos	Factores Económicos	Factores Legales
<ul style="list-style-type: none"> • Inversión gubernamental en investigación. • Interés en el desarrollo tecnológico • Nuevos descubrimientos 	<ul style="list-style-type: none"> • Ciclos económicos • Tendencias PIB • Oferta Monetaria • Renta disponible 	<ul style="list-style-type: none"> • Normatividad vigente • Normas laborales
Factores Políticos	Factores Sociales	Factores Ecológicos
<ul style="list-style-type: none"> • Política Impositiva • Estabilidad política • Regulación del comercio 	<ul style="list-style-type: none"> • Demografía • Movilidad social • Cambio de los estilos de vida • Consumismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Protección del medio ambiente. • Responsabilidad social empresarial

Fuente: elaboración propia. Mayo 2018

8.2. HISTORIA DE FABRICA DE AGUA WÁTER JULIZ

La empresa WATER JULIZ se fundó en el año 2012, no tiene socios, esta empresa ya lleva funcionando 6 años, ha sido una empresa creada desde muy abajo, el dueño anterior nunca tuvo una visión de crecimiento, WATER JULIZ es una empresa que fue creciendo día tras día por sus ventas, por el tratamiento del agua, todo esto hace que la empresa se posicione bien frente a su competencia.

Pero, además de lo anterior, se debe considerar de importancia que teniendo en cuenta la teoría económica respecto del tamaño de la empresa cuando se asocia esta con el volumen de la producción, así entonces a mayor nivel de producto mayor tamaño, razón por la cual es importante lanzar la pregunta ¿Qué determina el tamaño de las empresas?, esto, necesariamente implica establecer que un mayor nivel de producción. Pero observando a Kumar et al (citado por Nieto, Timoté, Sánchez & Villarreal, 2015) existen tres enfoques en la teoría económica que

explican el tamaño de las empresas. El primer enfoque señala que el tamaño está determinado por la eficiencia técnica (enfoque tecnológico). En el segundo enfoque el tamaño de la empresa está determinado por la eficiencia de los costos de transacción (enfoque organizacional). El tercer enfoque indica que el tamaño de la empresa depende del marco regulatorio (ambiente de los negocios) y del acceso a recursos financieros.

Respecto del enfoque tecnológico, organizacional e institucional de una u otra manera afectan la consolidación, desarrollo y maduración de una empresa en la medida que las estructuras de costos y funcionamiento inciden de manera directa en ella, dando resultado que a mayor volúmenes de funcionamiento en lo tecnológico, lo organizacional e institucional (este último el gobierno y su incidencia directa sobre el tamaño de la empresa por el marco regulatoria y financiero), permiten establecer a WATER JULIZ como Microempresa, teniendo en cuenta que la Ley 590 de 2000 establece como condicionantes el número de trabajadores y el monto de los activos

➤ **Filosofía Institucional**

– **Misión**

Administrar servicios de suministro de agua potable tratada para el consumo humano, con eficiencia y eficacia garantizando siempre la calidad para elaborar un producto que cumpla con los estándares de calidad exigidos en la normatividad sanitaria completamente inocuo y amigable con el ambiente, para responder a los requerimientos de la población nacional.

– **Visión**

Consolidarnos como empresa líder en el envasado y distribución de agua potable tratada, cumpliendo con los más altos estándares de calidad y ofreciendo a nuestros clientes los precios más favorables del mercado, convirtiéndonos en la empresa

líder de la región que cumpla con todos los criterios de normatividad sanitaria vigente.

– **Objetivo de la empresa**

Aumentar la rentabilidad, ser líder del mercado e incrementar las ventas día tras día, superando a nuestra competencia a corto y largo plazo.

– **Objetivos específicos**

Generar confianza en términos de productos y procesos, con enfoque a la mejora continua y cumplimiento a las necesidades del mercado.

Capacitar a nuestros colaboradores continuamente.

– **Valores**

Reto: Procesar, empacar productos de alta calidad y comercializar, para ser una organización competitiva.

Honestidad: Cumplimos a nuestros clientes, dándoles un producto de alta calidad garantizada.

Excelencia: Planificar, organizar, buscar procesos de calidad.

Responsabilidad: Teniendo en cuenta las necesidades de nuestros clientes nos comprometemos a cumplir con los estándares de calidad de nuestros productos.

8.3. DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

Esta puede constituirse como herramienta de gestión empresarial, cual a su vez consiste en el conjunto de procedimientos para administrar una empresa de tal manera que se logren los objetivos propuestos.

Según Braidot, Formento & Nicolini (2003); “El diagnóstico es un medio de análisis que permite el cambio de una empresa, de incertidumbre a conocimiento, para lograr una adecuada gestión. También es un proceso de evaluación permanente de la empresa a través de indicadores.

El diagnóstico se concibe entonces, como un sistema de control de gestión moderno que posibilita el logro del conocimiento completo del funcionamiento de la organización y además comprender los mecanismos que explican el comportamiento de los procesos que condicionan sus resultados (Guerrero, 2000).

Tal como se ha venido planteando, para este ejercicio académico se utilizará la matriz DOFA, en tal sentido.

8.4. CONCEPTUALIZACIÓN MATRIZ DOFA

Se puede considerar a esta matriz, como una herramienta que le permite al investigador, evidenciar un panorama sobre cómo se encuentra la situación interna y externa de la empresa; gracias a ella se pueden desarrollar acciones o estrategias de manera exacta, con lo cual se puede visualizar mejor el panorama organizacional, esta le permite a la organización tener una ventaja competitiva, dado que se toma en cuenta al mercado y la competencia actual.

Como primera medida se debe determinar cuáles son los grupos de interés, por ello teniendo en cuenta a Leonard (2005: 126), existen diversos grupos que no son miembros formales de la organización, pero que se consideran poseen una inversión en ella, partiendo del punto de vista de interés y no financiero propiamente dicho.

En tal sentido, entonces estos grupos obedecen al único requisito es el involucramiento con la organización, tal como se plantea en el párrafo anterior.

Por lo tanto, se hace importante plantear cuales son los grupos de interés de WATER JULIZ, como primer paso antes de la realización del análisis DOFA, con lo cual, se pudieron determinar los siguientes grupos de interés.

Debilidades

Se presentan como debilidades, procesos de contratación de personal en la medida que los existentes deben acometer distintas funciones con lo cual se distorsiona su objeto de trabajo, pues se debe tener en cuenta para esto:

- En el proceso productivo solo existen contratados 4 personas
- En cuanto a lo administrativo solo se contrata a una persona
- En la logística y distribución solo están contratados 3 personas (1 conductor y 2 ayudantes)

En cuanto a las actividades realizadas por estos equipos, se tiene:

1 persona es encargada de hacer mantenimiento a los envases de los botellones, y se encarga de llenar los botellones, esta misma persona se encarga de pasar las pacas producidas en cada mesa dentro de la producción.

Las otras 3 personas se encargan de producir y empacar las pacas de agua y de hacer 6 litros, cualquiera de estas 3 personas se encarga de atender a los clientes y a los domiciliarios. Por ende, en las fallas o problemas se nombró falta de colaboradores, por qué son muchas tareas solo para 4 personas en la parte de producción.

La administradora se encarga de llevar los diferentes documentos, de recoger el dinero de las ventas, esta misma persona se encarga de todo lo relacionado con la empresa, en algunos momentos esta persona colabora en la parte producción

En la parte logística o distribución del producto terminado, se encargan de cargar y distribuir el producto a sus diferentes clientes. Ya sea en Girardot, Flandes, Ricaurte, Nariño, Guataquí, Tocaima, Agua de Dios, Apulo y todo el Fuerte Militar de Tolomaida.

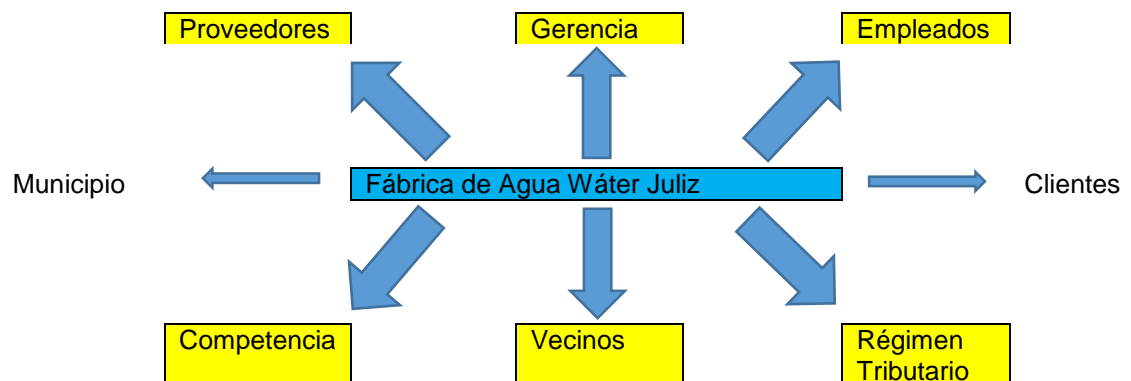
Para todo el trabajo de distribución del producto son muy pocas personas y un solo camión no da abasto, el horario de las personas de distribución del producto terminado, es a las 6 de la mañana y horario de salida no tienen.

Lo anterior, permite evidenciar que hay poco conocimiento profundo de la maquinaria utilizada y su capacidad de producción. No se tienen registros de métodos y tiempos que le genere a la compañía una guía básica, pero es indiscutible que no se está utilizando la capacidad máxima.

Además, no es claro el tema del mantenimiento de equipos, dado que no se conocen las especificaciones y por lo tanto no hay hojas de vida ni se lleva un registro organizado. Es necesario crear conciencia de trabajar en esta área ya que se tienen equipos que representan gran valor económico teniendo en cuenta el tamaño de la empresa

Oportunidades

Figura No 1. Grupos de interés de Fábrica de agua WATER JULIZ



Fuente: elaboración propia

Una vez determinados los grupos de interés, resulta importante, conceptualizar sobre la existencia de premisa de trabajo, frente a lo cual se requiere expresar que hace referencia a:

- a) Organigrama
- b) Declaraciones publicas
- c) Publicaciones generales
- d) Documentos de seguridad industrial
- e) Propagandas
- f) Publicación de bases para menciones de méritos y otros motivadores

En cuanto a lo anterior, se quiere destacar:

✓ **Organigrama**

Es de gran importancia que los trabajadores (colaboradores) de la fábrica de agua WATER JULIZ, conozcan y reconozcan la existencia del organigrama de la empresa, en la medida que este instrumento resulta de especial importancia en la medida que el personal de la empresa tenga el suficiente conocimiento del organigrama al margen del nivel jerárquico al que pertenezca. En gran parte porque les proporcionará una idea más clara de la responsabilidad que debe asumir cada persona dentro de la entidad, además de formar una identificación entre el empleado y WATER JULIZ.

✓ **Declaraciones públicas, publicaciones generales**

Partiendo del concepto que la información interna de la empresa es inherente a ella, y es que, viéndolo bien la empresa, es, al fin y al cabo, un conjunto de personas que interaccionan intercambiando información. Por ello, la información interna en una organización se considera mucho más importante (su volumen es generalmente mayor) que la información externa.

Por ello, es importante que se evidencie por parte de los colaboradores la existencia de información en cuanto a declaraciones públicas y publicaciones generales, dado que esta debe fluir en la empresa sin ningún obstáculo, y evitar toda situación de estancamiento, ya que es la forma más adecuada de sacar el mayor provecho a la información que maneja.

Por ello esta investigación, considera que la información posee un carácter instrumental, y no finalista, y sirve de soporte en todos los ámbitos de la empresa. Ya no puede ser considerada como un mero soporte o apoyo de las actividades de la empresa, sino como uno de sus principales recursos o activos.

✓ **Documentos de seguridad e higiene industrial**

Definiendo que la seguridad y la higiene en el trabajo son aspectos que deben tenerse en cuenta en el desarrollo de la vida laboral de la empresa, esa es su importancia. Su regulación y aplicación por todos los elementos de la misma se hace imprescindible para mejorar las condiciones de trabajo.

Además, su conocimiento en profundidad sea necesario para el equipo de colaboradores, cobra un especial interés en los mandos responsables de la empresa ya que de ellos (colaboradores) se exige lograr la máxima productividad sin que ello ponga en peligro vidas humanas o pérdidas en materiales y equipos

Observando lo conceptuado por Menéndez (2007, citado por Bardales, 2014), define a la seguridad del trabajo como tratar de recoger las medidas necesarias, clasificadas según el ámbito de aplicación de las mismas, para que el empresario, pueda garantizar la seguridad del trabajo en su actividad. Así mismo Mondy y Noé (2005), expresan que son las condiciones que permiten a los empleados estar libres de enfermedades físicas o emocionales, e indican que los problemas en estas áreas afectan la productividad y la calidad de la vida laboral.

Además, Hernández (2005, citado por Bardales 2014), indica que la seguridad en el trabajo es la aplicación racional y con inventiva, de las técnicas que tienen por objeto el diseño de instalaciones, equipo, maquinarias, procesos y procedimientos de trabajo; capacitación, adiestramiento, motivación y administración de personal, con el proceso de abatir la incidencia de accidentes capaces de generar riesgos a la salud, incomodidades e ineficiencias entre los trabajadores o daños económicos a las empresas y consecuentemente a los miembros de la comunidad.

Por ello, encontrar documentos que posibiliten la seguridad industrial, es considerar que esta y en particular la vida de las personas (colaboradores) resultan sumamente importante en la prevención de accidentes de carácter laboral, por ello resulta importante que exista el establecimiento de condiciones mínimas de trabajo para determinar las medidas necesarias con el objeto de minimizar y/o eliminar los riesgos en el trabajo.

Lo cual pone de manifiesto que la responsabilidad por el cumplimiento de medidas de seguridad en el trabajo siempre debe ser compartida, el colaborador debe cumplir con las normas de seguridad que exige su puesto de trabajo, mientras que el empresario debe proporcionar las condiciones adecuadas para garantizar la seguridad del colaborador

✓ **Publicación de bases para menciones de méritos y otros motivadores**

Teniendo en cuenta que la motivación y el comportamiento es una búsqueda absoluta de respuestas a inquietantes preguntas sobre la naturaleza del hombre; por ello dentro de la empresa, le corresponde a la administración predecir qué motivos o necesidades de las personas llevan a que se produzca una determinada acción en un momento particular. El comportamiento se orienta fundamentalmente hacia metas, en otras palabras, es motivado generalmente por un deseo de lograr cierta meta.

Por ello en este caso, el que exista conocimiento claro sobre la oportunidad de acceder a motivadores por parte de WATER JULIZ, reviste especial énfasis en la medida que posibilita un mejor desempeño de sus colaboradores.

✓ **Determinación de los elementos del ambiente interno y externo**

Para iniciar el análisis de los elementos determinantes de la matriz DOFA, además del análisis MEFE y MEFI para esta caso Fábrica de Agua WATER JULIZ, se tuvo en cuenta los elementos que para el momento de esta investigación se consideran como oportunidad, amenazas, fortalezas y debilidades; dado que en el futuro lo que hoy se considera como amenaza podría ya no serlo y tal vez convertirse en una oportunidad, teniendo en cuenta que existen factores con el paso del tiempo pueden cambiar, pero además se debe tener especial cuidado con los factores externos pues el ambiente puede cambiar de manera drástica muy rápidamente.

✓ **Análisis de la zona geográfica de influencia de WATER JULIZ**
Oportunidades

Antes de iniciar este importante punto, se parte de lo conceptualizado por Arano, Cano & Olivera (2012), quienes hacen referencia al análisis del entorno de la empresa como el lugar infinito el cual incluye todo aquello que está fuera de la organización, así, las estrategias en las empresas no surgen de la nada. Y deben responder al entorno del negocio en que se encuentre inmersa.

Estos mismos autores señalan que las organizaciones no son autosuficientes ni auto contenidas, por el contrario, para vivir requieren de un permanente flujo e intercambio con las fuerzas sociales que integran el ambiente externo, definido este como todos los elementos extraños a la organización que son relevantes para sus operaciones. Las organizaciones toman recursos e insumos (inputs) como materias primas, dinero, mano de obra y energía entre otras, los transforman a través de la operación de sus funciones (producción, compras, ventas, finanzas, etc.) en bienes

y/o servicios (outputs) y después los vuelven a enviar al ambiente externo en forma de productos.

Según la Cámara de Comercio de Girardot, en su Plan de Competitividad 2007 - 2019 (2007), al desarrollar un análisis de la oportunidad geográfica, histórica, social y económica del Municipio de Girardot, existente en el territorio, se ha constituido en una perspectiva indispensable para diseñar políticas, planes y estrategias de productividad y competitividad. El territorio, además de constituirse en soporte natural y físico de las actividades de localización de infraestructuras, cumple el papel de factor fundamental para el desarrollo económico, como espacio activo que posibilita la interrelación entre los agentes de desarrollo, propiciando la construcción de redes sociales, económicas e institucionales, que trascienden las delimitaciones político administrativas y requieren examinarse en función de la territorialidad de los encadenamientos productivos, que generalmente se extienden más allá de un municipio o departamento.

Al tenor de lo anterior, la misma Cámara de Comercio de Girardot (2007) establece en su Plan de Competitividad que la unión natural, económica, política y social de los municipios de Girardot, Ricaurte y Flandes conforman una conurbación, con aproximadamente 165.981 habitantes, de los cuales el 92% residen en la zona urbana. Esta unión natural se ha constituido en el centro principal de actividades de la subregión del Alto Magdalena y el área circunvecina de municipios de las regiones del Yuma y Sumapaz, en el Tolima, integrada por ocho municipios del departamento de Cundinamarca y seis del Tolima. En ella residen 340.262 habitantes, 78% viven en las cabeceras municipales. Esta continuidad física urbana tiende a extenderse de forma más dispersa, avanzando hacia otros municipios aledaños bajo la modalidad de clubes vacacionales y condominios campestres, a la manera de segunda vivienda. Estos últimos están dando lugar a amplias y exclusivas zonas suburbanas, de estratos medios altos y altos, que en forma progresiva están transformando terrenos tradicionalmente dedicados a la agricultura y la ganadería.

Todo lo anterior, permite partiendo del grado de ajuste poblacional según lo expresado por el DANE 2005, y conceptuado en el Plan de Competitividad de Girardot, al tenor de los datos de la Provincia Alto Magdalena, Yuma y Sumapaz (esta última Departamento del Tolima), según la tabla No 1 la población potencia de los Municipios de Girardot, Ricaurte y Flandes) tiene 165.981, distribuidos en el 97% urbano y el 3.78% rural.

Tabla 2: Población de los municipios de la subregión Alto Magdalena (Cundinamarca), El Yuma y Sumapaz (Tolima), 2005

Municipio	Superficie km ²	Población			
		Total	Urbana	% Urbano	%Rural
Girardot	129	133637	129.669	97.0	3.978
Ricaurte	130	8232	2.671	32.4	5.562
Flandes (Tolima)	95	24112	20.954	86.9	3.158
Total conurbación	354	165.981	153.284	92.4	12.698
Agua de Dios	86	13.837	10.797	78.3	3.040
Tocaima	235	17.640	10.162	57.4	7.478
Nilo	218	5.697	1.108	19.5	4.589
Nariño	53	1.797	1.201	66.6	596
Guataquí	90	2.104	1.124	53.3	980
Jerusalén	233	2.746	686	25.0	2.060
Melgar (Tol)	201	31.920	26.008	81.2	5.912
Carmen Apicalá (Tol)	194	8.179	5.650	68.3	2.529
Suárez (Tol)	187	4.100	1.500	36.5	2.600
Coello (Tol)	336	4.365	748	17.1	3.617
Espinal (Tol)	222	81.896	56.347	68.3	25.549
Total subregión	2409	340.262	268.615	78.0	71.648

Fuente: Plan de Competitividad de Girardot – 2007 – 2019, Cámara de Comercio de Girardot

Además, de lo mencionado en el Plan de Competitividad de la Provincia del Alto Magdalena, excluyendo el Municipio de Flandes (Tolima), respecto del Producto Interno Bruto (PIB), la provincia ocupó en el año 2010 el quinto lugar en su contribución al PIB Cundinamarca, con el aporte del 5.7% de la producción.

Este mismo plan, establece con posterioridad que al realizar el análisis se puede denotar que el Municipio de Girardot, aporta las 2/3 partes (65.7%) de la producción

total que se da en la Provincia del Alto Magdalena, lo cual aunado a la población total de los tres municipios se puede llegar a aquellas personas que trabajan, que pertenecen a los estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6, y que su edad pueda oscilar entre 30 y 70 años.

Lo anterior, permite evidenciar una población potencialmente consumidora de agua, con cifras del año 2005, no obstante, en la revisión de los distintos planes de desarrollo del cuatrienio de los Municipios mencionados en la triada anterior, no se observa variación importante en el nivel poblacional.

Amenazas

En cuanto a las amenazas que posee la empresa, se puede catalogar de manera directa, la competencia la cual se cataloga en las empresas del mismo sector, tamaño y mercado potencia, entre las cuales se tiene:

- Agua Tropical
- Agua FROST
- Agua el Nevado

En cuanto a la competencia de mayor envergadura se tiene:

- Gaseosas Postobón
- FEMSA (Coca Cola)

Teniendo en cuenta las empresas mencionadas



Respecto de la tecnología puede tenerse:

- Desarrollo de nuevas tecnologías que posibiliten un mejor y más barato tratamiento de purificación de agua
- Desarrollo de sustitutos (difícilmente viable, pero debe tenerse en cuenta)
- Nuevas formas de presentación de productos

En cuanto a los aspectos económicos de la provincia se podría tener:

Fortalezas

Simplicidad del proceso productivo

Imagen proceso productivo	Descripción del proceso
<p>CLORINADOR.</p> 	<p>En esta etapa del proceso productivo se realiza la adición de cloro para cumplir con los parámetros de la resolución 2115 de 2007</p>
<p>2.FILTRO DE ARENA</p> 	<p>En esta segunda etapa se realiza la filtración por arena y grava, la cual se desarrolla en un tanque de acero inoxidable capaz de resistir las presiones estáticas y dinámicas, que se someten cuando están llenos de arena o grava tamizada de un determinado tamaño. El filtrado se realiza cuando el agua atraviesa la arena reteniendo las impurezas que acompañan el agua</p>

3.MICROFILTROS DE 25 Y 10 MICRAS



Este procedimiento tiene como objetivo la remoción de partículas, bacterias, coloides y macromoléculas orgánicas de la solución acuosa

4.TANQUE ALMACENAMIENTO



Para esta etapa se utiliza un tanque plástico con capacidad para 5.000 litros

5.BOMBAS



Luego de realizar el proceso de almacenamiento del etapa de filtrado, se procede a su bombeo para que pase por el filtro de carbón activado, en la etapa previa, bombeo, pasa al tanque de producto terminado

6.FILTRO DE CARBON ACTIVADO



El filtro de carbón activado remueve los compuestos orgánicos volátiles, los pesticidas y herbicidas compuestos con tribalometano, radón, los solventes y otros compuestos hechos por el hombre y que encontramos en las aguas.

7. microfiltros de 10 y 5 micras








Se utiliza para la remoción de partículas, bacterias, coloides y macromoléculas orgánicas de la solución acuosa. Es la técnica que presenta los poros más amplios en la categoría de membranas, por lo tanto el gasto energético para bombear la solución no es muy elevado, y al mismo tiempo se tiene un caudal mayor que atraviesa dicha membrana.

8.LAMPARA UV



Los microorganismos son inactivados por luz UV como resultado del daño fotoquímico a sus ácidos nucleicos.

<p>9.Ozono</p> 	<p>El ozono es un gas muy volátil e inestable, ya que la molécula está compuesta por tres átomos de oxígeno. Es precisamente esta inestabilidad lo que confiere gran capacidad de oxidación.</p>
<p>10.Almacenamiento agua tratada</p> 	<p>Este tanque posee la capacidad para almacenar agua potable tratada. Su capacidad es limitada a 500 litros</p>
<p>11.Bombeo</p> 	<p>Brinda la presión necesaria para el desarrollo de las actividades de empaque y de envasado del agua potable tratada.</p>
<p>12.Microfiltros de 10 y 5 micras</p> 	<p>Se utiliza para la remoción de partículas, bacterias, coloides y macromoléculas orgánicas de la solución acuosa. Es la técnica que presenta los poros más amplios en la categoría de membranas, por lo tanto, el gasto energético para bombear la solución no es muy elevado, y al mismo tiempo se tiene un caudal mayor que atraviesa dicha membrana. Los poros tienen una amplitud de entre 5 y 10 μm</p>

<p>13.Empacado de agua potable</p> 	<p>Se desarrolla en maquina selladora de tipo automático y la máquina de llenado de botellas. El equipo marca la fecha de vencimiento y el lote de producción, se rotula de acuerdo con los criterios de calidad.</p>
--	---

Fuente: elaboración propia

Tabla No 3. Resumen Matriz DOFA

<p>Fortalezas</p>	<p>Amenazas</p>
<p>Ubicación de la empresa (barrio centro Girardot) Calidad de los productos Proceso productivo</p>	<p>Ambiente político (modificación de normas) Fuerte competencia (volumen) Precio y distribución Poco personal Maquinaria poco útil</p>
<p>Oportunidades</p>	<p>Debilidades</p>
<p>Mercado potencial alto Tendencias del mercado de salud Alta movilización social Proceso de inversión en propiedad horizontal Ubicación geográfica de la provincia y del Municipio</p>	<p>Altos costos de los envases Falta de recursos Costo de distribución y mercadeo Poco personal Poca producción Espacio de producción reducido</p>

Fuente: elaboración propia

8.5. APLICACIÓN MATRICES EFE Y EFI

Tabla No. 4. Matriz EFI (Factores Internos Empresa)

Factores	Peso	calificación	Calificación ponderada
Debilidades			
Altos costos de los envases	0.10	1	0.10
Falta de recursos	0.10	1	0.10
Costo de distribución y mercadeo	0.15	1	0.15
Poco personal	0.05	2	0.10
Poca producción	0.05	2	0.10
Espacio de producción reducido	0.10	2	0.20
Total Debilidades			0.75
Fortalezas			
Ubicación de la empresa	0.15	4	0.6
Calidad de los productos	0.15	4	0.6
Proceso productivo	0.15	4	0.6
Total Fortalezas			1.8
Total Ponderado	1.0		2.55
Calificación entre 1 y 4	4	Fortaleza mayor	
	3	Fortaleza menor	
	2	Debilidad mayor	
	1	Debilidad menor	

Fuente: elaboración propia

Tabla No 5. Matriz EFE (Factores Externos Empresa)

Factores	Peso	calificación	Ponderada
Amenazas			
Ambiente político (modificación de normas)	0.05	2	0.10
Fuerte competencia	0.10	4	0.40
Precio y distribución	0.15	3	0.45
Poco personal sección mercadeo	0.10	3	0.30
Total Amenazas			1.25
Oportunidades			
Alto Mercado potencial	0.15	4	0.60
Tendencias del mercado de salud	0.15	3	0.45
Alta movilización social	0.13	3	0.39
Proceso de inversión en propiedad horizontal	0.17	4	0.68
Total Oportunidades			2.12
Total Ponderado	1.0		3.37
Calificación entre 1 y 4	4	Muy importante	
	3	Importante	
	2	Poco importante	
	1	Nada importante	

Fuente: elaboración propia

El análisis de la matriz EFI, arroja en las Fortalezas un 2.55, lo cual la caracteriza como una organización con posición de fuerza desde la concepción interna, por lo tanto, el proceso de comparación entre el ponderado de fortalezas frente a las debilidades, determina la condición de las fuerzas internas de la empresa WATER JULIZ, mientras que las debilidades se encuentran un 0.75. Con lo cual, se puede evidenciar que esta empresa tiene serias fortalezas que deben ser tenidas en cuenta para desarrollarse en el mercado.

Por otro lado, la matriz EFE, indica en su ponderado una consideración de 1.25 para las amenazas, con lo cual, se evidencia que a partir de las fortalezas la empresa posee condiciones importantes en el mercado, todo ello aunado a la ponderación acumulada de las oportunidades de 2.12 demuestra el grado de cohesión e importancia del mercado y su desarrollo para la competitividad de la empresa. Y el promedio acumulado entre los dos factores demuestra que la empresa se encuentra respondiendo de manera excelente a las oportunidades que le brinda el mercado, lo cual demuestra entonces el aprovechamiento con eficacia de las oportunidades y minimizando los posibles efectos negativos de las amenazas externas.

Por lo cual La competitividad de la empresa depende de sus propias estructuras internas, es decir, de su organización y capacidad para producir de una manera tal que pueda elevar sus ventas y ganarles a sus competidores en distintos ámbitos. Sin embargo, hay una infinidad de factores externos que determinan su capacidad de competir.

9. PLAN DE MEJORAMIENTO ORGANIZACIONAL WATER JULIZ

Debilidad	Acción Correctiva	Estrategias	Medio para verificación	Responsable	Plazo
El planeamiento estratégico actual no concuerda con la actividad de la empresa y los objetivos y metas no son coherentes con lo que busca la Compañía en el momento.	Realizar un nuevo planeamiento estratégico teniendo en cuenta la situación actual de la empresa	Diseñar la misión teniendo en cuenta que la empresa actualmente está dedicada principalmente a la producción y comercialización de basados en solución acuosa, para lo cual deben responder a las siguientes inquietudes ¿Qué es hoy la organización? Realice su declaración teniendo en cuenta los siguientes aspectos: 1 Descripción de lo que la organización hace. 2. Para quién está dirigido el esfuerzo. 3. Presentación de la particularidad, lo singular de la organización, el factor diferencial.	Documentos donde se disponga de toda la información planeada	El empresario. En el proceso deben colaborar las personas encargadas de cada área para realizar una planeación acertada y alcanzable.	Mediano
		Diseñar la visión de la empresa realizando una proyección de la compañía a 5 años, teniendo en cuenta donde quiere estar en ese período de tiempo, que mercados se quieren alcanzar y que productos y servicios van a ser ofrecidos. Responda a la siguiente pregunta: ¿Qué es lo realmente se quiere? y tenga en cuenta las siguientes recomendaciones: Debe ser factible Alcanzarla. La Visión motiva e inspira. Debe ser compartida. Debe ser clara y sencilla, de fácil comunicación.			
		Planear objetivos y metas de crecimiento y mejora, especificando los plazos. Dentro de los objetivos, incluir la comercialización y producción con una prioridad alta ya que es una idea importante y podría representar un mercado amplio para la compañía			

Debilidad	Acción Correctiva	Estrategias	Medio para verificación	Responsable	Plazo
<p>La empresa está ubicada en un lugar Central y por ende comercial Donde sería posible comercializar los productos. Sin embargo, hasta ahora no se han interesado por diseñar un puesto de venta que atienda directamente a los pobladores de la zona y lo único que funciona es la Planta de producción.</p>	<p>Aprovechar la demanda y adecuar un punto de venta.</p>	<p>Hacer un nuevo diseño del lugar donde sea posible separar la planta de Producción y dejar espacio para ubicar la parte comercial.</p>	<p>Planos con el rediseño, documentos que contengan la Información publicitaria y observación de los cambios realizados.</p>	<p>Buscar asesoría en el tema de publicidad para los volantes y el aviso ya sea por medio del Fondo Emprender o con empresa privada. Para el rediseño, contactarse con las unidades de emprendimiento de las Universidades del Municipio de Girardot que Posiblemente tengan conocimiento de personas con habilidades en el tema.</p>	<p>Corto</p>
		<p>Dentro de las prácticas modernas de la producción de agua empackada en la región, se debería diseñar la planta donde el cliente puede observar el proceso de producción y enterarse de los procesos y la higiene de lugar. Se recomienda evaluar esta alternativa.</p>			
		<p>Entregar volantes en la zona para dar a conocer el sitio a los pobladores.</p>			
		<p>Entregar volantes en la zona para dar a conocer el sitio a los pobladores.</p>			

Debilidad	Acción Correctiva	Estrategias	Medio para verificación	Responsable	Plazo
Los procesos de producción no están debidamente estandarizados.	Realizar la estandarización de los procesos de producción.	Observar el proceso de producción.	Documento que contenga toda la información del proceso productivo estandarizado	El empresario con la ayuda de los encargados de cada una de las estaciones del proceso productivo	Corto
		Analizar los resultados de la observación del proceso productivo para identificar posibles mejoras.			
		Implementar las mejoras identificadas			
		Documentar las observaciones con las mejoras, de manera que sea posible para un operario capacitado cumplir con las tareas de cada estación o puesto de trabajo después de la lectura de este documento.			

10. CONCLUSIONES

El agua envasada es uno de los productos de mayor consumo en la actualidad, esto se debe que la ciudad dispone de agua potable que no cumple con los parámetros técnicos apta para el consumo humano.

El líquido vital que permite la subsistencia al ser humano, es uno de los elementos necesarios para los seres vivos, por lo tanto, requiere que su tratamiento y procesamiento sea realizado con procesos altamente exigentes.

Cifras importantes muestran que el mercado de agua embotellada a nivel mundial alcanzó los 351,5 millones de dólares en ventas incluyendo bebidas gaseosas durante el 2013 un incremento de 23% en relación al 2012, las presentaciones difieren de la cantidad que van de 250 y 500 mililitros, de 1 litro y 1 galón, lo que refleja los constantes cambios en el consumo de las personas (Orozco Mónica, 2013).

Todo esto y teniendo en cuenta que cada día crece la importancia que posee la tendencia del mercado sobre el cuidado de la salud, por ello los consumidores privilegian la calidad de los productos.

Teniendo en cuenta lo expresado a lo largo de este trabajo sobre el mercado del agua no solo en Colombia, sino en la provincia del alto Magdalena, es importante resaltar que existe una gran oportunidad de ingresar al mercado de agua purificada, pues su demanda es alta.

11. RECOMENDACIONES

Si bien no existen estudios claros sobre el mercado del agua en Colombia de manera reciente, es importante tener en cuenta que este mercado en la zona de influencia de la Fábrica de Agua WATER JULIZ, presenta un comportamiento muy importante en la medida que la dinámica poblacional y habitacional en la provincia se ha elevado de manera drástica en particular en el Municipio de Ricaurte, el cual hace parte de la conurbación natural que existe con el Municipio de Girardot, lo cual permite evidenciar buenos augurios en materia de comercialización, para lo cual se hace necesario:

- Inversión en formación del talento humano mediante capacitación consensuada con entidades de formación existentes en la región.
- Contratación de personal para las áreas de producción, ventas y logística de manera especial
- De largo plazo, la reubicación de la planta de producción en zona industrial, de manera que se tenga mayor disposición de acceso a los mercados y exista facilidad de parqueo para los vehículos de la empresa.
- Promover la planeación estratégica, de manera que se pueda evidenciar un mejoramiento en el comportamiento de las ventas y solidifiquen las relaciones con los clientes existentes y se atraigan nuevos clientes.
- Realizar revisiones periódicas al manual de calidad y realizar los ajustes necesarios de acuerdo a los avances de las normas.
- Se promueva la documentación de los procesos productivos de la empresa
- Crear un mejor ambiente de trabajo, teniendo en cuenta el desarrollo de mejores espacios para la realización del mismo.
- Fomentar la comunicación interna de manera vertiginosa

BIBLIOGRAFIA

- ✓ ARIAS, Fernando, El proyecto de investigación; Guía para su elaboración; 3ª edición, Caracas, Editorial Episteme 1999, 68 p.

- ✓ BACA, Gabriel., Fundamentos de Ingeniería Economía, 4ª edición; México Editorial Mc Graw – Hill; 608 p.

- ✓ BERNAL, Cesar; Metodología de la Investigación en Administración, economía, humanidades y ciencias sociales, 3ª edición, Colombia, Editorial Pearson, 2010 322 p.

- ✓ CHASE, Richard; Administración de Operaciones, Producción y cadena de suministros; 12ª edición, Bogotá, Editorial Mc Graw-Hill, 2009, 800 p.

- ✓ GRAY, Cliford, Administración de Proyectos, 4ª edición, Colombia, Editorial Mc Graw Hill, 2009, 574 p.

- ✓ HAMDY, Taha; Investigación de Operaciones; 9ª edición, México, Editorial Pearson; 2012, 827 p.

- ✓ HERNANDEZ, Roberto; Metodología de la Investigación; Bogotá, Editorial McGraw Hill, 1997, 497 p.

- ✓ HERNANDEZ, Roberto; Metodología de la Investigación; 5ª edición, Bogotá, Editorial McGraw Hill, 2010, 656 p.

- ✓ MULLER, M., Fundamentos de Administración de Inventarios; Grupo Editorial Norma; Colombia, 207 p.

- ✓

✓ROBBINS, Stephen., Comportamiento Organizacional; 13ª edición; Colombia – Bogotá; Editorial Prentice Hall; 755 p.

WEBGRAFIA

- ✓ BARDALES, Rosa Alicia; “Seguridad e higiene industrial en empresas purificadoras de agua del Municipio de Zacapa”, Trabajo de grado, Universidad Rafael Landívar, 2014, Documento disponible en línea, consultado mayo 02 de 2018, recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Bardales-Rosa.pdf>

- ✓ FLORES, Erasmo; “Los motivadores en la empresa”, trabajo de grado, Universidad Autónoma de Nuevo León; México, 1978, documento disponible en línea, consultado mayo 02 de 2018; recuperado de: <http://eprints.uanl.mx/12/1/1020070552.PDF>

- ✓ MISAS. Gabriel., “La educación Superior en Colombia, análisis y estrategias para su desarrollo” Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 2004, consultado febrero 27 de 2017, (Documento en línea), recuperado de: http://www.colombiaaprende.edu.co/html/investigadores/1609/articles-73081_archivo.pdf