

**Plan Integral de Gestión para el Fortalecimiento de la Empresa Cristian Loaiza
Producciones**

Cristian Alexis Loaiza Rivera

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2022**

**Plan Integral de Gestión para el Fortalecimiento de la Empresa Cristian Loaiza
Producciones**

Cristian Alexis Loaiza Rivera

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**VIVIANA VIRGEN ORTIZ
MsC Ciencias de la Organización**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2022**

Tabla de contenido

Resumen.....	7
Introducción	8
Descripción del problema	9
Antecedentes	9
Análisis organizacional	10
Formulación del Problema	13
Preguntas Específicas:	13
Objetivos	14
Objetivo General:	14
Objetivos Específicos:.....	14
Justificación	15
Marco Referencial	17
Modelo Integral de Gestión	17
Modelo Integral de Gestión Basado en el Conocimiento	21
Gestión del Conocimiento en el Área Contable y Financiera	22
Gestión del Conocimiento en el Área administrativa y legal	24
Gestión del Conocimiento en el Área de mercadeo diversificación de productos o servicios	25
Metodología	27
Fases de la investigación	27
Lista de Verificación	29
Resultados y análisis.....	30
Metodología para la Gestión del conocimiento en el área contable y financiera	31
Metodología para la Gestión del conocimiento en el área administrativa y legal.....	33
Metodología para la Gestión del conocimiento en el área de mercadeo y creación de nuevos productos	36

Conclusiones..... 40

Bibliografía..... 42

Lista de figuras

Figura 1	35
<i>Flujograma de conectividad con el portal MINTIC.....</i>	<i>35</i>
Figura 2	37
<i>Proceso de nuevos productos modelo diseño-fabricación-error</i>	<i>37</i>
Figura 3	37
<i>Proceso de nuevos productos en el modelo de parejas.....</i>	<i>37</i>
Figura 4	38
<i>Modelo adaptado a CLP</i>	<i>38</i>

Lista de tablas

Tabla 1	18
<i>Modelos de gestión integral</i>	18
Tabla 2	32
<i>Formato de cotizaciones</i>	32
Tabla 3	33
<i>Formato de registros diarios</i>	33

Resumen

El presente trabajo de grado aborda un plan de fortalecimiento para la empresa de marca propia Cristian Loaiza Producciones (CLP) en tres áreas puntuales a intervenir: el área contable y financiera, gestión administrativa y legal, y el área de mercadeo y diversificación de productos o servicios; lo que permitirá a través de un modelo integral de gestión dejar lineamientos claros que le permita a la empresa optimizar los recursos, el tiempo y por ende mejorar en procesos internos reduciendo los cuellos de botella, para ser más competitivos en el mercado y lo que finalmente permitirá crecer a la organización al punto de tener mayores utilidades.

Palabras clave: Modelo integral de gestión, organización, gestión empresarial, fortalecimiento.

Introducción

Teniendo en cuenta que la empresa CLP es una empresa funcional, lo que implica que genera ingresos, en el presente trabajo de grado se optó por proponer un modelo de gestión para la misma que contribuya al fortalecimiento de la empresa y no por elaborar un plan de negocios que es lo habitual para la presente modalidad de trabajo.

El objetivo del esfuerzo es proponer un modelo de gestión adecuado que permita fortalecer la empresa para llevar a CLP a un nuevo nivel de productividad y gestión de las distintas áreas de la organización. En cada una de estas se desarrolla una metodología aplicable en sistemas que facilitan su trazabilidad.

Así mismo, esta investigación deja planteado un modelo en las diferentes áreas en mención, lo que al final del ejercicio permitirá saber las medidas o soluciones a algunas de las problemáticas actuales de la empresa, lo que se busca es garantizar un mayor crecimiento en los ingresos futuros, que en última instancia es el objetivo final de cualquier organización de orden comercial.

Por otro lado, se pone un esfuerzo adicional en facilitar lo relacionado con los temas legales, financieros, y contables; esto, permitirá a la empresa moverse dentro de los términos de la legislatura vigente en cada momento del tiempo y contar con una visión general clara de las necesidades de la organización basado en actividades y utilidades para determinar futuras metas de inversión.

Descripción del problema

Antecedentes

Cristian Loaiza Producciones, en adelante CLP, viene trabajando de manera informal en la prestación de servicios de diseño, asesoría y desarrollo web desde el año 2008 con diferentes organizaciones del orden local, nacional e internacional y dada la aportación que podría tener el presente trabajo de grado se optó por trabajar con un modelo de gestión que le permitiera a la empresa tener herramientas reales para establecer mejoras que le permitan fortalecer sus procesos vigentes, al tiempo que tenga mecanismos que la encaminen en la formalización; por tales motivos no se propuso un plan de negocios como es lo habitual en este tipo de propuestas.

Inicialmente la organización se dedicó a la creación de sitios web utilizando el lenguaje de programación predominante HTML, posteriormente debido a la gran demanda del servicio y en las crecientes solicitudes de asesorías, no solo en ese lenguaje de programación, sino también en otros que empezaban a repuntar el mercado, CLP se diversificó y en el año 2010 amplió su portafolio, pasando de crear sitios web en HTML a crear sitios web en HTML, PHP y brindar asesorías en dichos lenguajes; la incursión en el lenguaje de programación PHP a su vez expandió el espectro, permitiendo usar diversas herramientas CMS para la creación rápida de sitios web.

En el año 2015 incursionó en un nuevo mercado que fue el desarrollo de aplicaciones móviles para dos de los sistemas operativos predominantes en el mercado como son: IOS y Android. Aunque fue una incursión prometedora, este nuevo servicio se prestó únicamente durante un año, debido a los costos operativos y contrastados con la demanda de este, se decidió no continuar con la prestación de este servicio, no obstante, se dejó abierta la opción de poder en el futuro retomar el proceso.

En el año 2020 con la llegada de la pandemia del COVID 19, las solicitudes de creación de sitios web se incrementaron por encima de un 200%, solicitudes que iban dirigidas principalmente a pequeños empresarios o comerciantes que deseaban vender sus productos o servicios en línea y que requerían contar con alternativas de cobro, diferentes al efectivo o las transferencias tradicionales, el cierre de año 2020 fue el mejor que se tuvo desde que se inició con CLP, por lo cual, se hizo necesario ampliar el número de personas que trabajaban en la organización y adquirir nuevos equipo que permitieran operar a tiempo con la demanda del momento.

Al año 2021 se han creado más de mil sitios web, para particulares, eventos, organizaciones sin ánimo de lucro, entes educativos, entidades del estado, entre otros; sitios que han sido creados de manera directa o a través de diferentes agencias o empresas de marketing; en el año 2022 se tiene nuevos desafíos, incurrir en nuevos nichos de mercados como la web3, sistema de bloques como blockchain, seguridad informática.

Análisis organizacional

1. Área Contable y Financiera:

Desde que inicio actividades CLP y que ha operado de forma informal, la contabilidad de la organización se ha manejado intuitivamente con registro de ingresos y gastos de forma manual, los antecedentes muestran que los ingresos y egresos para cuestiones netamente organizacionales tienen una gestión mediante una cuenta de ahorros registrada a nombre del titular de la organización. Esto ha conllevado ha problemas en la diferenciación entre ingresos y egresos por cuestiones organizacionales o propios del mencionado titular; el registro se realiza en tablas de Excel donde exclusivamente se registra los ingresos por cuestión de pago de servicios y los egresos por cuestión de gastos derivados de la operación.

No hay una discriminación clara de los costos fijos de funcionamiento de la organización, como tampoco se han establecido precios estándar de los servicios; sino que se hace un manejo de acuerdo al mercado, a la oferta y demanda, a la oportunidad y a la volatilidad del dólar que en últimas termina siendo la moneda determinante para las operaciones; no hay un análisis de indicadores financieros que permita medir la trazabilidad de las operaciones, como tampoco las proyecciones de las mismas, no se hace análisis de incertidumbre, ni de inversiones futuras, el tiempo es factor determinante para la entrega de los proyectos, pero no para la planeación de los recursos.

No se tiene un registro de gastos derivados de impuestos, seguridad social y otros gastos de la organización, aunque vale resaltar que anualmente el titular realiza la respectiva declaración de renta y que mensualmente se hacen los aportes correspondientes a seguridad social, no se tiene un orden establecido para dichos asuntos, lo que en últimas puede manifestarse en un desorden contable.

2. Área de gestión administrativa y legal:

Como se ha mencionado con anterioridad, la organización aún no está formalmente constituida, por lo cual no cuenta con un organigrama, tampoco con estatutos de la organización, no obstante, hay establecido un orden jerárquico que permite asignar tareas a los miembros del equipo, no hay representación legal, aunque si un responsable legal ante las empresas u organizaciones con las que se generan convenios o contratos, teniendo en cuenta que las empresas con las que se puede establecer contratos o convenios laborales son del orden privado en su mayoría; se tiene establecido un orden para los proyectos, dando prioridad al ingreso de los mismos al tablero de asignaciones, los tiempos de entrega de los trabajos pueden variar de acuerdo a nuevos requerimientos, imprevistos o situaciones externas que puedan afectar el desarrollo de estos, aunque generalmente se establece un periodo de holgura previendo alguna situación de las antes mencionadas, con el fin de cumplir con los tiempos pactados.

No hay registro de marca propia, los servicios y la forma legal de hacer los cobros ante las diferentes organizaciones se hace a través de RUT con las actividades que el mismo permite ejecutar, cuenta de cobro y certificación bancaria a nombre del titular de la organización; dependiendo de los montos y según lo establece la ley también se presentan los soportes de pago de seguridad social.

Lo anterior limita la operatividad de la empresa puesto que al no tener una organización formal o legal, impide que la misma participe en proyectos de licitación pública de manera directa, a la vez que limita los montos por los cuales puede contratar y ser contratada toda vez que los topes legales para particulares son diferentes a los organizacionales, dependiendo de terceros para acceder a proyectos de mayor envergadura en términos de costos y de formalización; también limita los pagos a través de pasarelas de pagos, puesto que para personas naturales los límites son muy bajos en comparación a los de las empresas formalmente constituidas.

3. Área de mercadeo diversificación de productos o servicios:

En sus inicios CLP sabía de la necesidad que tenían las grandes organizaciones en tener visibilidad web, con un creciente número de internautas y mayor acceso a la tecnología, lo que permitió que rápidamente ganará participación en el mercado de desarrollo web; no obstante y con el ánimo de generar mayores ingresos, también se trabajó fuertemente en crear la necesidad de visibilidad en internet a los pequeños y medianos empresarios, que luego fueron poniéndose a la vanguardia y abriendo sus empresas a un sinnúmero de oportunidades para comercializar sus productos o servicios, ya no solo de forma local, sino también nacional e internacionalmente.

El posicionamiento de CLP fue más supeditado al voz a voz, que a un trabajo concienzudo de mercadeo; con el paso de los años fue necesario la capacitación en otras áreas del desarrollo, así como la incursión en nuevos nichos de mercado, lo que permitió poder ofrecer nuevos servicios y abarcar un número mayor de clientes, esto desencadenó en la necesidad de ampliar el personal en función de desarrollo web para no incumplir con los tiempos de entrega que es su principal promesa de venta.

Con el paso de los años hubo servicios que se prestaron de forma estacional, otros de forma temporal que no volvieron a ofertarse y otros que sin duda alguna se convirtieron en eje fundamental de la marca, en una nueva era del área digital, los desafíos son grandes, hay nuevas oportunidades para el trabajo que viene haciendo CLP, que a su vez requiere de una capacitación mayor al equipo de trabajo, inversión en nuevos equipos tecnológicos, formalización de la organización y sin duda alguna un área de mercadeo y nuevos productos más desarrollada, que apunte a la investigación y desarrollo, pero también que el área de mercadeo esté en mayor capacidad de ofrecer y posicionar los servicios de la marca.

El año 2021 fue el boom de las criptomonedas y la aparición en el escenario de los NFT (Token no Fungibles por sus siglas en inglés), con esto apareció o entró con más fuerza la web 3 y los desarrollos basados en bloques, es una tecnología nueva que a pasos tímidos aún se está ingresando, lo cual sin duda alguna pone delante de nosotros grandes retos, al tiempo de permitarnos ser pioneros en este nuevo servicio que presta la compañía; para este punto el área de mercadeo tiene proyecciones de impactar en el mercado local y nacional, con estrategias que

permita acaparar un mayor mercado y ser competitivos en cuanto a términos de calidad/precio con agencias internacionales que están ahora mismo prestando esos servicios.

Teniendo en cuenta que se han mencionado varias problemáticas o falencias dentro de la empresa, el presente trabajo busca dar lineamientos que den soluciones o fortalezcan algunas de ellas y no la totalidad de estas.

Formulación del Problema

¿Qué plan integral de gestión contribuye al fortalecimiento de la organización Cristian Loaiza Producciones que, de lineamientos claros de los procesos, los registros y la transferencia de la información en las áreas contable y financiera; de gestión administrativa y legal; y de mercadeo y diversificación de productos o servicios?

Preguntas Específicas:

- ¿Cómo a partir de un sistema de gestión basada en el conocimiento se fortalecen los procesos del área contable y financiera de la empresa CLP?
- ¿Cómo sistematizar los procesos del área de mercadeo y creación de nuevos productos de la empresa CLP mediante la implementación de un Modelo Integral de Gestión garantizando su conservación y transferencia en el tiempo?
- ¿Cuáles mecanismos para la actualización permanente de los procesos administrativos y legales de la empresa CLP, permiten el cumplimiento con la legislatura en todos los periodos de tiempo?

Objetivos

Objetivo General:

Diseñar un plan integral de gestión basado en el conocimiento para el fortalecimiento de la organización Cristian Loaiza Producciones que, de lineamientos claros de los procesos, los registros y la transferencia de la información en las áreas contable y financiera; de gestión administrativa y legal; y de mercadeo y diversificación de productos o servicios.

Objetivos Específicos:

1. Proponer los procesos que fortalezcan el área contable y financiera de la empresa CLP a partir de un sistema de gestión basada en el conocimiento.
2. Sistematizar los procesos del área de mercadeo y creación de nuevos productos de la empresa CLP, de modo que se garantice su conservación y transferencia en el tiempo.
3. Identificar mecanismos para la actualización permanente de los procesos administrativos y legales de la empresa CLP, que le permita el cumplimiento con la legislatura en todos los periodos de tiempo.

Justificación

Es de resaltar que en la modalidad de trabajo de Creación de Empresas, regularmente se elabora un plan de negocios para el emprendimiento o empresa a trabajar; para el presente trabajo de grado se optó por formular un modelo de gestión que le sea de mayor utilidad a la organización y sea más aprovechable por la misma, puesto que, como se ha mencionado anteriormente, se viene trabajando de manera real y generando ingresos regulares; dado que la teoría ha demostrado que los modelos de gestión son particulares y que los mismos pueden ser adaptados a áreas puntuales dentro de las empresas, se ha decidido dejar un lineamiento claro que le permita a CLP aprovechar al máximo los recursos y el tiempo poniendo en práctica lo planteado en el modelo propuesto.

El modelo integral de gestión puede definirse como una herramienta que permite medir la gestión de las organizaciones a través de procesos sistemáticos y de mejora que conlleven a resultados optimizados en relación de calidad, tiempo y precio ([Granizo, 2018](#)); está ampliamente documentado que las empresas que aplican modelos de gestión integral tienden a mejorar sus procesos, optimizar los tiempos de entrega, disminuir los costos operativos e incrementar las utilidades a la vez que permite tener áreas plenamente identificadas lo que mejora el clima laboral, a medida que se establecen ordenes jerárquicos y procesos escalonados que fomentan las relaciones formales de la organización ([Ururita y Villanueva, 2012](#)).

En el presente trabajo de grado se realizó una intervención a través de modelo integral de gestión basado en el conocimiento en tres áreas específicas de la organización Cristian Loaiza Producciones: el área contable y financiera, el área administrativa y legal, y el área de mercadeo y nuevos productos; permitiendo tener una optimización de los recursos, el tiempo y mejora de la calidad, evitando los reprocesos, los cuellos de botella y cumpliendo tanto con los clientes internos como los externos en relación calidad precio de los productos ofrecidos.

Al tener una organización estructural y teniendo en cuenta los costos y gastos de la empresa, se permite hacer una proyección de ventas con los márgenes esperados de utilidades desde el área de contabilidad y finanzas contribuyendo a hacer aproximaciones a los riesgos, lo cual se reflejará en una mejor toma de decisiones y hacer inversiones a largo plazo; por su parte el área de mercadeo y nuevos productos tiene la capacidad de responder de manera adecuada ante la llegada de nuevos productos y tecnologías a la industria, llegando con estrategias adecuadas y capacitando al personal de forma oportuna; por su parte el área administrativa y legal queda en la capacidad de afrontar las

nuevas y futuras legislaciones en torno a las TIC, es capaz de gestionar y administrar los recursos de forma correcta, minimizando los riesgos y teniendo en todo tiempo acceso a la información completa de toda la organización.

Marco Referencial

Las organizaciones del sector privado y el público adoptan modelos de gestión que les sirva como guía para optimizar los procesos permanentes y que permita la mejora de los productos y servicios. Un modelo, en su definición más pura dada por la RAE (2022) es un “Arquetipo o punto de referencia para imitarlo o producirlo”, con el fin de complementar esto se toma la explicación de la FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2004) sobre los modelos como:

(...) un bosquejo que representa un conjunto real con cierto grado de precisión y en la forma más completa posible, pero sin pretender aportar una réplica de lo que existe en la realidad. Los modelos son muy útiles para describir, explicar o comprender mejor la realidad, cuando es imposible trabajar directamente en la realidad en sí.

Es decir que un modelo, no es más que una guía básica de una realidad que permitirá a la organización comprender, analizar y modificar sus procesos para llegar al fin que se espera, entonces, tener un modelo de referencia permite poseer unos claros lineamientos a seguir, de forma rigurosa y estructurada, para generar un diagnóstico que permita determinar líneas de mejora continua, evitando los riesgos que ocasionaría iniciar de cero; esto permite identificar las áreas específicas sobre las que hay que actuar, evaluar y corregir para alcanzar la excelencia.

Modelo Integral de Gestión

De acuerdo con Rigol (2009) un sistema de gestión integrado es “(...) un sistema unificado diseñado para gestionar múltiples aspectos de las operaciones de una organización de acuerdo con múltiples estándares, incluidos los estándares de gestión de calidad, ambientales y de seguridad y salud ocupacional” (Rigol, 2009). Los modelos integrales de gestión permiten a las organizaciones optimizar los recursos, siendo más eficientes al tiempo que permita generar valor económico, social y ambiental en todas las áreas de la organización.

Las organizaciones que eligen un modelo integral de gestión buscan alinear los procesos de cada una de las áreas para lograr los objetivos de la empresa, esto a su vez permite el flujo rápido de la información posibilitando que la toma de decisiones sea más oportuna y con herramientas claramente definidas; también porque permite a la alta gerencia tener una visibilidad sencilla y

simple del panorama general de la organización y por supuesto porque permite la mejora continua y genera espacios para el aprendizaje (Rodríguez, 2006).

Dentro de los Modelos Integrales de Gestión se encuentra un amplio abanico de posibilidades que permiten elegir el que más convenga a la organización, hacer una mezcla de estos o bien crear uno a la medida de acuerdo con las necesidades que se tengan (tabla 1).

Tabla 1

Modelos de gestión integral

1. Modelo de creación del conocimiento de Nonaka y Takeuchi CESI (Socialización, externalización, combinación e internalización)	Este modelo de conocimiento se fundamenta en la interacción de los dos tipos de conocimiento: tácito y explícito, y se gestiona a través del denominado espiral del conocimiento: Socialización (experiencias y capacitaciones) exteriorización (el conocimiento se hace tangible, combinación (intercambio de conocimiento explícito) e interiorización (interiorizar el conocimiento explícito)
2. Modelo de KPMG CONSULTING	El aprendizaje en una organización es el resultado de la interdependencia de varios elementos que existen dentro y se gestionan a través de sus interrelaciones, de igual forma, consideran cosas como la cultura organizacional, estructura organizacional, el perfil organizacional, la capacidad de aprendizaje y la motivación de los empleados. En este modelo se busca tener empleados más competentes con la calidad como meta.
3. Modelo de Andersen	El modelo de Andersen establece que el conocimiento debe provenir de las personas hacia las organizaciones y viceversa. Esto con el fin de mantener una gestión del ciclo de adquirir conocimiento personal y organizacional.
4. Modelo KMAT	El modelo KMAT, desarrollado por el Centro para la Calidad y la Productividad de EE. UU. con Arthur Andersen, identifica dónde se encuentran las oportunidades y los beneficios de la

	gestión del conocimiento; establece 4 coordinadores para su gestión: Liderazgo, Cultura, Tecnología y Medición
5. Modelo Holístico de Chris Collison y Geof Parcell	Este modelo enfatiza que el proceso de aprender, comprender y transferir información debe ser parte de las actividades diarias de la organización, y, para la gestión del conocimiento, requiere que la información relevante sea visible y accesible para todos (información clara), sabiendo que la mayoría de la información no se puede escribir y vivir con las personas en forma de eventos (información silenciosa) que se pueden encontrar a través de la investigación. El modelo general describe el ciclo de gestión de la información en tres partes principales: personas, tecnología y procesos y se basa en el primer principio: aprendizaje antes, durante y después.
6. Modelo de Dirección Estratégica por competencia del autor Bueno E.	Bueno sitúa al capital en el centro de su modelo, que, según el valor de los activos intangibles, debe medirse en cuatro dimensiones: capital humano, capital organizacional, capital personal y capital relacional. Este capital intangible debe gestionarse a través de una estrategia de gestión de competencias, donde la gestión del conocimiento permita trasladar el conocimiento a las personas, mejorar sus capacidades y desarrollar competencias básicas.

Nota: Basado en modelo de gestión del conocimiento para una empresa manufacturera productora de gelatina, Gamboa (2017).

Colombia viene trabajando en la implementación de Modelos Integrales de Gestión que permitan tanto a las entidades públicas como empresas privadas tener una organización enfocada en el cumplimiento de sus objetivos misionales al tiempo que mejora y optimiza sus procesos. [Un ejemplo de esto es el Modelo Integrado de Planeación y Gestión \(MIPG\) que se implementa en las organizaciones gubernamentales con el fin de mejorar sus procesos y valorar de forma adecuada las tareas y actividades realizadas dentro de las instituciones \(Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2017\).](#)

La línea histórica es corta, pero se han hecho avances que permiten a las organizaciones al día de hoy implementar modelos de gestión que garanticen la optimización de recursos, la calidad de los productos y/o servicios, la protección del medio ambiente y generar rentabilidad.

En 1991 la Constitución Política de Colombia deja sentado en los artículos 209 y 269 los principios de la Función Administrativa y los Mecanismos de Control; en el año 1993 específicamente para el sector público se crea la Ley 87 por la cual se establecen normas para el ejercicio del control interno en las entidades y organismos del Estado y se dictan otras disposiciones; también en el ámbito de la administración pública nace la Ley 489 de 1998 que regula el ejercicio de la función administrativa, determina la estructura y define los principios y reglas básicas de la organización y funcionamiento de la Administración Pública; en el año 2003 la Ley 872 regula el sistema de gestión de la calidad; en el año 2011 se crea el estatuto anticorrupción a través de la Ley 1474; hasta llegar en 2007 al Modelo Integrado de Planeación y Gestión.

Partiendo de lo anterior y teniendo en cuenta que la gestión del conocimiento de la cual se parte para el presente trabajo de grado debe entenderse como la capacidad orgánica para generar nuevos conocimientos, enseñarlos y adoptarlos dentro de los miembros de la organización para posteriormente verlos materializados en los productos o servicios que se ofrezcan. Así mismo, como lo describe Robayo (2016):

(...) debe aclararse que en la realidad es difícil encontrar algún sector o empresa que siga al pie de la letra uno de los modelos de gestión de la innovación; lo más significativo es que cada organización genere su propia manera de gestionar su innovación, la cual también podrá variar dependiendo del tipo de innovación que se realice, el tamaño de la empresa o el propósito estratégico que se busque.

Es decir, que la intencionalidad es apropiarse y adaptar el modelo a las necesidades de las organizaciones y no, como muchas veces ocurre, modificar por completo las mismas para adaptarse al modelo que se desea seguir o implementar.

Modelo Integral de Gestión Basado en el Conocimiento

La gestión del conocimiento es un concepto generalizado y utilizado en las organizaciones (Farfán y Garzón, 2006). Su propósito es facilitar la reproducción del conocimiento, la técnica y el *know how* de las organizaciones, su fundamento se encuentra en reconocer y sistematizar desde donde se producen hasta donde se pretenden utilizar cada uno de los saberes de la organización, y esto significa desarrollar las habilidades necesarias dentro de la misma para compartirlo y utilizarlo entre sus miembros, así como para apreciarlo y absorberlo.

Con el fin de comprender el modelo es necesario iniciar por la gestión del conocimiento, que de acuerdo con Nonaka et al. (1999) citados por Farfán y Garzón (2006):

(...) es un sistema que facilita la búsqueda, codificación, sistematización y difusión de las experiencias individuales y colectivas del talento humano de la organización, para convertirlas en conocimiento globalizado, de común entendimiento y útil en la realización de todas las actividades de la misma, en la medida que permita generar ventajas sustentables y competitivas en un entorno dinámico.

Si bien el conocimiento sigue siendo considerado como un activo intangible en la mayoría de los escenarios organizacionales, no obstante juega un papel fundamental en la toma de decisiones, en lo relacionado con llevar capital, optimizar procesos, hacer proyecciones y gerenciar la organización en todo sentido; para la empresa CLP particularmente el modelo de gestión del conocimiento mejora los flujos de trabajo, optimiza los tiempos, canaliza los recursos apoyándose en la normatividad vigente y en la experiencia adquirida a lo largo de los años en el ejercicio de su objeto misional principal (Sánchez, Hormiga y Melián, 2007).

La visión moderna de la Economía del Conocimiento sostiene que está integrada por empresas y trabajadores intelectuales que producen, intercambian, almacenan y consumen conocimientos. Que los productos los constituyen conjuntos de servicios o desarrollos de aplicaciones de orden intelectual o intangible. Que se basa en la incorporación del conocimiento en el activo y procesos de administración de empresas, sistemas u organizaciones. Este nuevo enfoque parece identificar la competitividad de una organización con respecto a su entorno situado en el mundo. El desafío futuro es definir y regular el mercado en el cual se intercambia el conocimiento para poder gestionarlo eficientemente (Farfán y Garzón, 2006).

Teniendo en cuenta que CLP trabaja con servicios intangibles y que es justamente desde el conocimiento y aplicando el método científico de ensayo y error que le permite a la organización poder tener pertinencia en el mercado actual de desarrollo web, desarrollo de aplicaciones y la incursión de nuevos servicios en el abanico de posibilidades digitales que ofrece el mundo actual; por tal razón se hace entonces necesario trabajar con un criterio que permita identificar la correcta relación entre datos, información y conocimiento; para así determinar los puntos críticos en cada una de las diferentes áreas a tratar.

Así mismo, en consideración a que el conocimiento debe gestionarse y analizarse, se tendrá como punto de partida el siguiente enunciado dado por Rodríguez (2006): “(...) existen tres fases básicas en la implantación de cualquier modelo de gestión del conocimiento: Diagnóstico organizacional, diseño y desarrollo del sistema para la creación y gestión del conocimiento, evaluación y seguimiento de los resultados”.

El término general gestión del conocimiento significa básicamente el desarrollo de la gestión estratégica en las siguientes áreas: gestión de la información, gestión de la inteligencia, gestión documental, gestión del personal, gestión de la innovación y el cambio, organización del trabajo (González y Castañón, 2018). Es desde este punto de partida que se está implementando la gestión en las tres áreas planteadas puntualmente.

Gestión del Conocimiento en el Área Contable y Financiera

Para el correcto funcionamiento de las organizaciones, es vital que estas tengan en cuenta que deben tomar decisiones en torno al manejo de las finanzas, claramente estas deben estar basadas en 3 pilares fundamentales que son altos rendimientos, bajos riesgos y minimizar lo más posible los costos, sin afectar la calidad en la prestación de los servicios o productos que ofrezca.

De hecho, la toma de decisiones es un proceso en el que se elige entre distintas opciones, valorando ventajas y desventajas y teniendo en cuenta un objetivo claro, es natural que las organizaciones se enfrenten a ello de forma constante con el fin de alcanzar la visión proyectada y las metas establecidas, sobre todo en el área contable y financiera (Merlo, Reinoso, Rubino y Ruggeri, 2013).

Es así que, con el papel de las finanzas en las organizaciones para la toma de decisiones y con las empresas enfrentándose de manera cotidiana a diferentes riesgos financieros, riesgo de liquidez, de mercado, de crédito, especulación, entre otros; se debe buscar la minimización de los efectos negativos que estos puedan tener en la organización y que puedan afectar la rentabilidad de esta (Maldonado, 2014).

Tomando en cuenta lo anterior, el encargado de esta área debe tener claridad sobre el modelo adecuado para la organización teniendo en cuenta el tipo de empresa de la cual se está hablando, que hace parte del sector virtual, dentro de la teoría financiera existen diferentes modelos como los modelos determinísticos, estocásticos, de optimización, de simulación, de proyección, entre otros, y combinaciones tantas como organizaciones existen, pues cada una de las mismas buscará adaptar el modelo a su organización según corresponda.

De acuerdo con este planteamiento y entendiendo que se cuenta con la información adecuada para modelar financieramente a CLP, sobre todo porque cuenta con datos históricos que facilitan una aproximación en los cambios facilitando una correcta planeación para el mejoramiento de la organización, se toma como punto de partida el modelo de proyección que lo que plantea justamente es obtener la tendencia en el tiempo con el fin de optimizar los recursos y proyectar las utilidades de estos.

Para que un Modelo de Gestión sea eficiente la empresa y sus colaboradores deben comprometerse a presentar las políticas, los riesgos y los procesos que le permita gestionar el riesgo; así mismo deberá permitir el acceso a los grupos de interés a la información sobre la gestión, estrategias y resultados obtenidos, esto con el fin de estos puedan tomar decisiones de forma sencilla y clara (Montilla, 2004).

Algunos de los riesgos que cabe mencionar a los cuales se enfrenta la organización en el ejercicio de sus funciones son el riesgo reputacional que tiene que ver con las gestiones deficientes de la organización en relación con otras áreas y riesgos asociados; el riesgo crediticio que tiene que ver con los malos manejos financieros y la incapacidad de la organización de cumplir con sus compromisos crediticios; el riesgo social, que tiene que ver con el impacto negativo que pueda tener la organización sobre la sociedad, su área de influencia, sus clientes interno y externos; el riesgo económico y de mercado, que está relacionado directamente con la situación económica que presenta el país respecto a temas de inflación, a la mora que puedan tener los clientes, a la liquidez

de la organización; el riesgo ambiental, que tiene que ver con la malversación de recursos naturales, el uso desproporcionado de energías no renovables, el inadecuado uso del agua y otros bienes naturales, la mala praxis puede desencadenar en procesos civiles, administrativos y penales (Belly, 2015).

Por otro lado, el departamento contable debe operar de acuerdo a la normatividad colombiana y lo que establece la ley para este tipo de organizaciones que para el caso particular es una Sociedad por Acciones Simplificadas debe llevar contabilidad, registrar los libros como determina la normatividad, usar software que permita tener facturación y nomina electrónica de acuerdo a la obligatoriedad que a partir del presente año 2022 debe realizar todas las organizaciones además de manejar la contabilidad de acuerdo a las NIIF vigentes y solicitar a los proveedores las respectivas facturas o documentos equivalentes de acuerdo a lo que acontezca.

El desafío de la organización es entonces diseñar un sistema de gestión que evalúe y actúe frente a los riesgos anteriormente mencionados y que incidan sobre los objetivos económicos de la empresa, al tiempo que le permita tomar correcciones que pueda afectar el estado de resultados y poner en riesgo el avance de la misma; por otro lado a través de la prevención del riesgo, debe haber políticas impulsando el desarrollo y la mejora continua en otras áreas, puntualmente en el área de innovación y desarrollo, nuevos productos y servicios, esto con el fin de capitalizar las estrategias enfocadas en la disminución del riesgo y la capitalización de los resultados.

Gestión del Conocimiento en el Área administrativa y legal

Para la formalización de una empresa, particularmente una Sociedad por Acciones Simplificadas, la normatividad colombiana establece un paso a paso o guía para la formalización de las mismas:

- (a) Verificar que no figure matriculada otra sociedad, establecimiento de comercio, entidad sin ánimo de lucro del sector solidario, a nivel nacional, con un nombre idéntico;
- (b) Diligenciar el formato de solicitud de inscripción ante la cámara de comercio correspondiente;
- (c) Diligenciar el formulario de Registro Único Empresarial y Social RUES, el formulario debe estar firmado por el representante legal;
- (d) Diligenciar el formulario del RUT;

- (e) Adjuntar fotocopia del documento de identidad del representante legal;
- (f) Diligenciar el formulario adicional de registro con otras entidades (para personas jurídicas con domicilio en Cali o Yumbo);
- (g) Adjuntar documento de constitución; certificación para acreditar los requisitos de la Ley 1780 de 2016, en caso de cumplirlos;
- (h) Presentar todos los documentos anteriormente mencionados en cualquier sede de atención al público de la Cámara de Comercio;
- (i) Diligenciar el formato de solicitud de registro de libros de registro de socios o accionistas y libro de actas de junta de socios o asamblea, indicando el nombre de la sociedad, el destino de cada libro y el número de hojas debidamente firmado por el representante legal.

Este procedimiento se debe realizar con el fin de que la empresa sea considerada como una persona jurídica y, por tanto, registre dentro de las bases nacionales para la venta de bienes y/o servicios en el territorio colombiano. Así mismo, cabe anotar que lo anteriormente mencionado hace referencia al registro inicial en la Cámara de Comercio de Cali que es en la cual corresponde la organización y además de ello debe darse cumplimiento a lo establecido por la Ley 1429 de 2010 por la cual se expide la formalización y generación de empleo.

Este proceso, siendo el inicial para la conformación de la organización, es el que sienta las bases para una correcta consecución de procesos legales y de personería pues facilita su representación y esclarece su papel ante otras entidades gubernamentales. También es necesario tener en cuenta la naturaleza de la actividad económica a la que se dedica la empresa CLP puesto que, incluso si ofrece sus servicios online, es necesario su registro de procedimientos y su posterior seguimiento para la declaración adecuada de los impuestos, ventas y egresos que presenta la organización (Cámara de Comercio de Cali, 2020)

Gestión del Conocimiento en el Área de mercadeo diversificación de productos o servicios

Sin duda alguna el mercadeo es uno de los ejes fundamentales en toda organización, de acuerdo con el manejo que se dé del mismo puede hacer que la organización crezca o se estanque (Núñez y Miranda, 2020), existen diferentes teorías en el tema y se procuró aterrizar desde lo general a lo particular y se plantean posibles mejoras que pueda tener dentro de la organización.

La acción principal del área de mercadeo, [de acuerdo con Corea y Gómez \(2014\)](#), es hacer que un producto o servicio sea vendible, es decir que sea competitivo entre sus similares, que agregue valor y que cumpla la función para la cual se está ofreciendo.

[Dentro de las herramientas que debe tenerse en cuenta al momento de planear la estrategia de mercadeo se destaca que debe existir un análisis de mercado y de la competencia, una determinación clara del producto o servicio, las cualidades de lo que se está ofreciendo, definir cuál es el mensaje que se le va a enviar al consumidor, definir el canal a través del cual se enviará dicho mensaje, cuáles son los canales de distribución del producto o servicio.](#)

Cabe resaltar que en el apartado de los medios a través de los cuales se implementa la estrategia de difundir el mensaje del producto o servicio a lo largo de la historia el mercadeo ha evolucionado pasando por diferentes enfoques que todos siguen vigentes hasta hoy, pero que unos tienen más relevancia que otros; dentro de dichos medios destacan el ATL (Above the Line – Arriba de la Línea), que no es otra cosa que la publicidad tradicional, la que se hace a través de los medios tradicionales de información como radio, televisión y prensa escrita; por otro lado también aparece el BTL (Below The Line – Bajo la Línea) hace referencia a las estrategias de publicidad no tradicionales como rompe tráfico, pancartas, actividades con zanqueros y en los últimos años fue habitual ver *flashmob* en diferentes espacios para hacer referencia a una marca, un producto o transmitir un mensaje puntual en referencia a una creencia, política y demás.

Teniendo en cuenta el andamiaje de la empresa y el campo de acción de esta, esta área está integrada a la de investigación y desarrollo, por tal razón desde la gestión se deja un planteamiento para tener en cuenta al momento de abordar los nuevos productos y servicios.

Metodología

El estudio que se presenta mediante este documento está estructurado y analizado bajo un enfoque cualitativo, el cual, de acuerdo Hernández (2004), permite el análisis documental y es adecuado para su uso en el marco normativo relacionado en las investigaciones. Adicionalmente, se considera de carácter descriptivo dado que se enfoca en el estudio de una realidad y se analiza desde su contexto natural, lo cual facilita la obtención de la información significativa a nivel interpretativo.

El alcance planteado para el presente trabajo de grado es de tipo descriptivo y de campo. Se realizó la investigación mediante un estudio de caso donde se tomarán en cuenta variables de carácter cualitativo dado que nos permite la observación y planteamiento mediante un caso de estudio para poder usar el modelo integral de gestión basado en el conocimiento.

Todo lo anterior se observó desde una postura neutral, con el propósito base del acompañamiento y asesoría a la empresa seleccionada y, por tanto, dando respuesta al interrogante planteado en el presente proceso investigativo.

Fases de la investigación

Para el presente trabajo se usó un procedimiento adaptado a los requerimientos que consistió en los siguientes pasos o procesos:

1. Se realizó un estudio bibliográfico exhaustivo sobre los diferentes modelos de la Gestión Integral, los tipos, formas de aplicar, legislación para Colombia, los aplicables a el tipo de empresa en la que se viene trabajando; además de comparativos que pudieran dar luz cual era el más conveniente a aplicar. Toda la bibliografía usada y citada se recabó utilizando el software Zotero compatible con Google Chrome en su actualización de febrero de 2022.
2. Se realizó un diagnóstico preliminar de las tres áreas involucradas en el desarrollo de este trabajo y teniendo en cuenta que “para que una organización sea excelente, debe ser excelente en su liderazgo, en su política y estrategia, y en la gestión de las personas, recursos y alianzas y procesos que en ella se realizan.”(Martínez, 2008);

por lo cual se estudió, analizó y catalogó la información que se tenía para desarrollar un correcto análisis.

3. El desarrollo del modelo integral de gestión basado en el conocimiento para la empresa Cristian Loaiza Producciones y el aplicativo correspondiente a las tres áreas en cuestión.

Teniendo en cuenta que son tres áreas en las que se desarrolla el modelo integral de gestión del conocimiento se vienen trabajando con una combinación de diferentes métodos que permite tener un acercamiento real a la actualidad de la organización y las proyecciones que se esperan lograr.

Lista de Verificación

Teniendo en cuenta que es una organización funcional, que cuenta con una operación constante, no se realizó un modelo de encuesta; por lo cual se presenta una lista de verificación que permitió tomar decisiones y avanzar en el modelo integral de gestión que se desarrolló en el presente trabajo de grado.

FACTORES CLAVE	SI	NO
¿Hay claridad sobre las áreas funcionales de la organización?	X	
¿Cuenta la organización con un modelo de gestión que actualmente este operando?		X
¿Se cuenta con registro contable claro para el registro de las operaciones de la organización?		X
¿El sistema contable permite tener claridad sobre los costos operativos, los gastos y la utilidad?		X
¿La organización cuenta con un modelo de asignación de tareas y monitoreo de estas?	X	
¿Se cuenta con herramientas que permita hacerle seguimiento a los proyectos o asignaciones de trabajo?	X	
¿La organización se encuentra registrada ante los entes de control?		X
¿Hay claridad sobre la destinación de recursos a inversión en TI?		X
¿Se cuenta con un sistema claro que permita adelantar procesos de innovación o que de oportunidad a la creación de nuevos productos?		X
¿Se cuenta con un sistema que alerte sobre riesgos organizacionales que puedan presentarse?		X

Nota: Las observaciones generales están desarrolladas plenamente en el desarrollo del presente trabajo de grado, por lo cual no se detalla de manera particular en la tabla presentada; además se elabora una lista de verificación puesto que el dueño de la empresa es el mismo que desarrolla el presente trabajo, por lo tanto no hay una persona con mayor conocimiento de la misma.

Resultados y análisis

La base documental para la creación de la metodología implementada en la empresa es la encontrada en el modelo de gestión MIPG propuesta por el gobierno nacional para la búsqueda de innovación empresarial y la resolución de problemas dentro de las Mipyme del país. Este modelo es reconocido por Quijano y Yepes (2017) como:

Un marco de referencia para dirigir, planear, ejecutar, hacer seguimiento, evaluar y controlar la gestión de las entidades y organismos públicos con el fin de generar resultados que atiendan los planes de desarrollo y resuelvan las necesidades y problemas de los ciudadanos, con integridad y calidad en el servicio

Así mismo, el modelo, basado en el Manual operativo de gestión MIPG (2018) se divide en:

- Fases: Este paso representa las partes o el flujo de la imagen; Es el registro, adquisición, control, reutilización y almacenamiento de información. Estos pasos le permiten modelar el sistema de información en la organización. Este proceso parte de una decisión comercial de adoptar la gestión de la información como un proceso organizacional para apoyarla como una decisión comercial.
- Productos: Cada parte, a través de sus acciones asociadas, produce uno o más productos. La capa de producto define los resultados a lograr en cada paso.
- Actividades: Cada componente de alto nivel tiene una serie de actividades que producen los productos deseados. La ejecución de acciones en cada etapa no significa que haya una secuencia de desarrollo. El desempeño de la acción depende del objetivo declarado. La capa de proceso sirve como guía para manejar la parte principal del plan de trabajo. El tiempo de desarrollo de cada evento, por lo tanto, de cada parte, depende de la complejidad y complejidad de una estrategia específica.
- Valor: Este paso proporciona orientación sobre las prácticas de gestión de información y garantía de calidad del producto.
- Métodos: Esta capa define los métodos que muestran cómo se crean ciertos eventos. Incluye diferentes métodos de manejo de información y tecnología que pueden ser utilizados para una necesidad específica y así obtener un producto específico.

- Organización: A nivel organizacional, en cada nivel, se menciona una parte de la organización, la cual es incentivada a participar en actividades, productos y herramientas para asegurar la calidad.

Así, se propone la siguiente aplicación para la empresa CLP y se enfoca en la mejora de las áreas específicas de la organización dado el tiempo y el alcance de la presente investigación.

Metodología para la Gestión del conocimiento en el área contable y financiera

Las organizaciones en la actualidad entienden que sus activos físicos y financieros no son los que necesariamente aportan ventajas competitivas que sean perdurables en el tiempo, sino sus activos intangibles los que mayores ventajas competitivas le aportan a la organización; [de hecho, para Serradell y Pérez \(2003\) y De Freitas \(2021\):](#)

(...) son estos recursos intangibles los que explican la diferencia, en algunos casos notable, entre el valor de cotización de la empresa en el mercado y su valor contable. En el valor de mercado se consideran no sólo los recursos tangibles de la empresa, sino también los recursos intangibles –recursos que, la mayor parte de las veces, no quedan registrados en el valor contable de la empresa–, principalmente el capital intelectual.

Es decir, que para poder realizar una adecuada gestión del conocimiento se debe tener en cuenta información clave para la adecuada toma de decisiones como es conocer los riesgos a los cuales la organización se ve enfrentada y pueda atender con sus objetivos principales, conocer el recurso intelectual con el que se cuenta, a la vez de saber con qué capital humano se tiene disposición, saber cuál es la impresión que tienen los clientes de los servicios que se prestan respecto a la calidad, usabilidad, cuidado del medio ambiente, entre otros.

Teniendo en cuenta que la empresa en esta área específica ha identificado procesos que son recurrentes en cuanto a lo contable como son hacer presupuesto de los servicios a los clientes dependiendo de los requerimientos puntuales, recibir y registrar los pagos de los mismos, cubrir los costos derivados del servicio, pagar impuestos y honorarios; se plantea entonces que los mencionados procesos sean registrados y actualizados a través de los mecanismos que actualmente

se cuenta para ello como son los libros contables, pero se propone además que los activos intangibles sean valorados y contabilizados; por otro lado teniendo en cuenta la experiencia adquirida y las condiciones del mercado se plantea sostener una utilidad sobre ventas del 40% como viene pasando en los últimos 5 años (desde el año 2016).

Para los procesos actuales se propone entonces lo siguiente:

- **Cotizaciones:** registrar las cotizaciones en Excel de tal forma que tengan su respectivo consecutivo, pero además que nos permita tener un control sobre las enviadas, recibidas por el cliente, aceptadas, modificadas o rechazadas de la siguiente manera:

Tabla 2

Formato de cotizaciones

FORMATO DE COTIZACIONES				
CRISTIAN LOAIZA PRODUCCIONES				
Consecutivo	Cliente	Aceptada	Modificada	Rechazada

Nota: Elaboración Propia

- **Registros:** se registran todos los datos de ingresos y egresos en el libro diario de la empresa, llevando los respectivos consecutivos, cuentas y valores, que nos arrojará al final del periodo el estado de situación financiera.

Tabla 3*Formato de registros diarios*

Libro Diario					
CRISTIAN LOAIZA PRODUCCIONES					
Desde el 01 de enero 2021 al 31 de diciembre 2021					
Comprobante	Fecha	Código cuenta contable	Nombre cuenta contable	Débito	Crédito
Comprobante: RP-1-571					

Nota: Adaptado de Software Siigo. Consultado en el 2022.

- **Proyecciones:** como se mencionó anteriormente se espera seguir teniendo una utilidad bruta (U) del 40% sobre las ventas esperadas (VE), para tal fin se deberán tener en cuenta los costos de operación (CO) que se estiman en el 20% de las ventas, la inflación (TT), el costo de venta (CV) y los costos derivados (CD) de acuerdo con lo anterior, se puede proyectar las utilidades a partir de las ventas $CV=(CO+CD+TT) \times 0.4$ entonces $U=(0.4 \times CV)$.
- **Riesgos:** teniendo en cuenta que los costos de operación dependen en un gran porcentaje del valor del dólar en el mercado, se evaluara como factor de riesgo el promedio mensual de la TRM para tomar decisiones frente a incrementos de los costos de venta de los servicios, es decir el costo de venta se incrementará tanto como el promedio de la TRM mes a mes.

Metodología para la Gestión del conocimiento en el área administrativa y legal

La legislación colombiana regula las empresas formalmente constituidas a través de diferentes entidades de las cuales se mencionaron las que aplican puntualmente a la organización CLP, son puntualmente la Cámara de Comercio de Cali que regula la creación de las empresas en la ciudad, el ministerio de industria y comercio que regula las actividades comerciales en todo el

territorio nacional y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones que regula entre otras cosas lo referente a las empresas dedicadas a ofrecer servicios tecnológicos.

En el apartado inicial sobre el área administrativa y legal se ha mencionado el procedimiento para la creación de una Sociedad por Acciones Simplificada SAS que sería el modelo de organización en la que se convertiría CLP. Adicional es esto, para los procesos puntuales en esta área se propone:

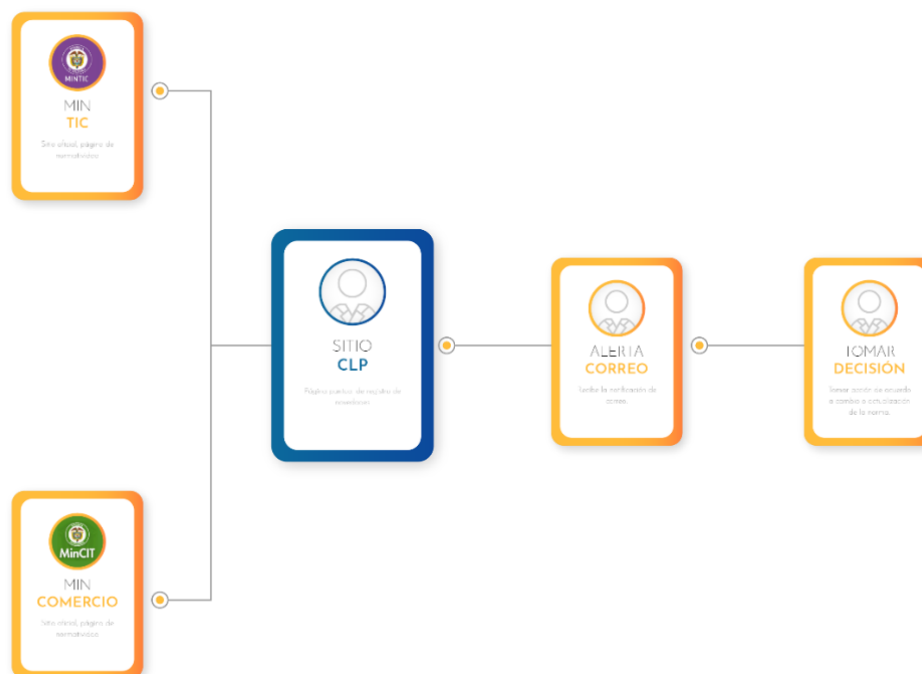
- **Registro de marca:** para registrar una marca se deben seguir los lineamientos establecidos por la ley entendiendo que el artículo 25 del Código de Comercio, define empresa como “toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios” (*Cómo crear una empresa | Cámara de Comercio de Cali*, s. f.). La Cámara de Comercio de Cali establece 4 grandes ejes para la creación de empresas a mencionar:
 - **Seleccionar el tipo de sociedad a constituir:** entendiendo que se constituye una persona jurídica, dependiendo el tipo de actividad, el capital, las responsabilidades se puede escoger un tipo de sociedad dentro de las que están: Sociedad por Acciones Simplificadas, Sociedad Anónima, Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedades en Comandita, Empresas Unipersonales, Empresas Asociativas de Trabajo, Sucursal de Sociedad Extranjera, Sociedades de Economía Mixta, Sociedades Colectivas, Sociedades de Hecho.
 - **Compromisos con el registro mercantil:** la ley establece que los comerciantes están obligados a registrarse en el registro mercantil, así como registrar los libros y documentos que le corresponda respecto a lo establecido; los requisitos que deben cumplir los empresarios con el registro mercantil son: verificar que no exista otra sociedad con nombre idéntico a nivel nacional, diligenciar el formato de inscripción, diligenciar el formulario RUES, diligenciar el formulario del RUT, diligenciar el formulario adicional de registro con otras entidades, adjuntar documento de constitución, certificación para acreditar requisitos de la ley 1780 de 2016, diligenciar el formato de solicitud de registro de libros; todos los documentos anteriores deberán presentarse de forma virtual o física en la Cámara de Comercio que corresponda y pagar los respectivos derechos a que hubiere lugar. Por otro lado,

también hay que tener en cuenta que hay requisitos adicionales para sociedades de hecho, para matricular un establecimiento comercial, para matricular una agencia, para matricular una sucursal y en tales casos también deberán seguir su propio paso a paso.

- **Requisitos para el ejercicio de actividades económicas:** se debe tener en cuenta que al momento de ejercer la actividad hay requisitos como son: cumplir con las normas referentes al uso de suelo, mantener vigente la matrícula mercantil y cumplir con los requisitos del MinTic según aplique; por otro lado hay ciertas normas que deben seguirse al momento de ejecutar las actividades comerciales como son: los niveles de intensidad auditiva, los horarios de apertura y cierre según aplique, lo referente al cumplimiento de normas sanitarias y de higiene, entre otros.
- **Alertas de normatividad:** debido a que la normatividad colombiana referente a la regulación de las empresas de tecnología y los nuevos nichos de mercado en los cuales CLP está incursionando es cambiante se propone tener un sistema de alertas tempranas basadas en RRSS que permita conocer sobre actualización de normas vigentes, nuevas normatividades o vencimiento y cancelación de normas; para tal fin se propone conectar vía RRSS el sitio de CLP (www.cristianloaiza.com) con los sitios del MinTic (<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Normatividad/>) en el área específica de normatividades, así mismo con el sitio web de MinComercio (<https://www.mincit.gov.co/normatividad>) para revisar o actualizar reglamentación según corresponda, para ello se propone un flujograma como se muestra a continuación:

Figura 1

Flujograma de conectividad con el portal MINTIC



Nota: Elaboración Propia.

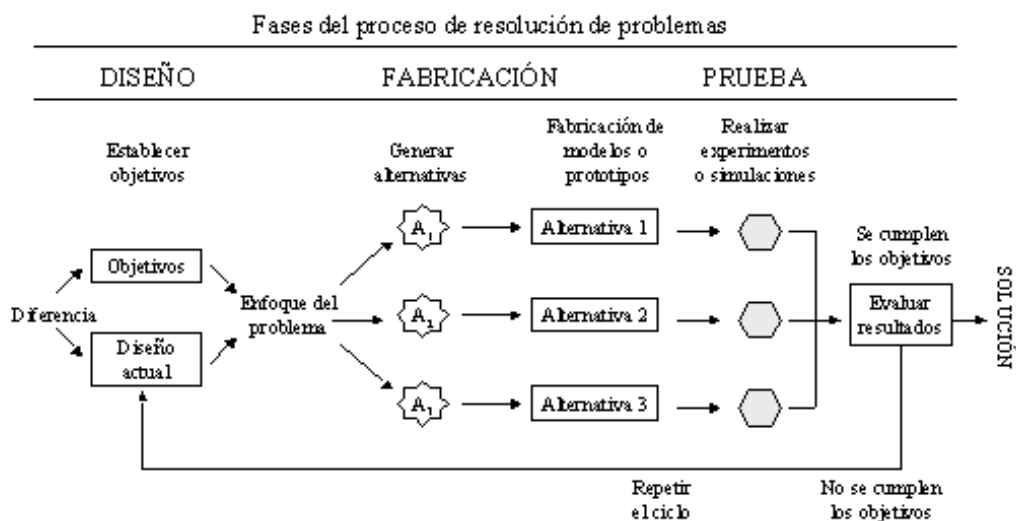
Metodología para la Gestión del conocimiento en el área de mercadeo y creación de nuevos productos

Los modelos de creación de productos se basan en distintas perspectivas y necesidades de las organizaciones junto con sus modelos de negocio. En este aspecto se encuentra que las empresas de tecnología tienden a adoptar modelos basados en proyectos o en las necesidades del mercado pues esto facilita su adaptabilidad al mercado. *Se ha considerado para este trabajo la posibilidad de utilizar uno de los siguientes modelos: el modelo planteado por Wheelwright y Clark (1994) sobre el ciclo de diseño-fabricación-prueba y el modelo de Parejas propuesto por Giraldo (2004).*

En el primer caso (figura 2) se denota una rápida sucesión donde los procesos se convierten en algo cíclico en busca de la solución, lo que se enfocaría en la frase de “equivóquese mas rápido para encontrar la solución”. Si bien, es un concepto que se ha tenido en cuenta porque CLP es una empresa enfocada en la prestación de servicios y los costos de este tipo de metodologías no son muy elevados, se restringe el mismo por la cantidad de tiempo y mala imagen que pueden generar dentro de la empresa. Adicionalmente, se tiene en cuenta que CLP es una empresa que hasta ahora se está formalizando por lo que no conviene tener una mala publicidad generada por las pruebas ante el público de dichos procesos.

Figura 2

Proceso de nuevos productos modelo diseño-fabricación-error



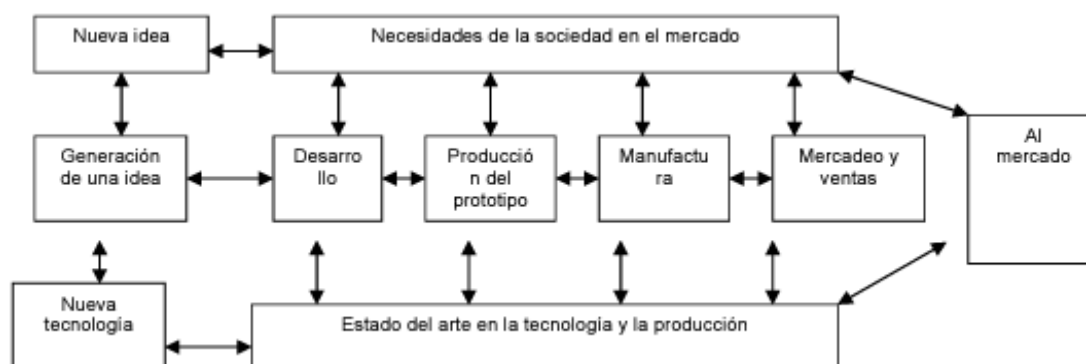
Nota: Tomado de Miranda (2000), basado en Wheelwright y Clark, 1994.

Considerando que CLP es una empresa enfocada en la prestación de servicios y que su historia se redirecciona tomando en cuenta lo que ocurre con el mercado se considera que la mejor opción del modelo es el modelo de parejas.

El modelo de parejas implica una posición de I+D más dinámica y analítica, ya que se mezclan innovaciones en los productos con innovaciones en sus patrones de consumo y capacidades tecnológicas para satisfacer las demandas del mercado, que a su vez crean nuevos patrones de uso y generan nuevas demandas. Este modelo es la respuesta de muchas empresas a la información que reciben del mercado ya las posibilidades que ofrecen las estructuras y tecnologías productivas.

Figura 3

Proceso de nuevos productos en el modelo de parejas



Nota: Tomado de Giraldo (2004), basado en Successful Industrial Innovation Roy Rothwlee.

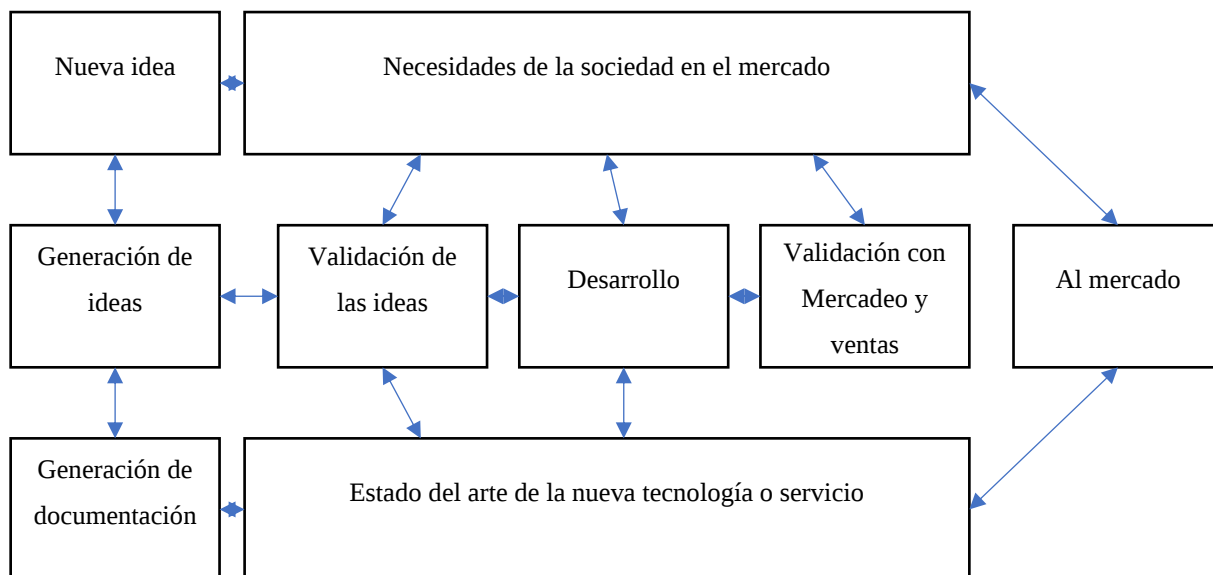
Los clientes y consumidores son más exigentes y necesitan productos del mercado el que mejor se adapte a tus gustos y necesidades. Las empresas necesitan ser cada día más ágiles y versátiles, de forma indiscutible, ya que las disputas de clientes o consumidores se definen como tales puede responder con precisión a la demanda del mercado. El proceso de desarrollo de un nuevo producto y su lanzamiento no debe por separado, debe visualizarse como uno (Pineda, 2020).

Para la empresa CLP se propone realizar las siguientes adaptaciones de la metodología de parejas:

1. Tomando en cuenta que la empresa no cuenta con varias áreas de trabajo propuestas en el modelo estás se reducen, pero se mantiene la misma secuencia de trabajo generando el siguiente flujo de trabajo:

Figura 4

Modelo adaptado a CLP



Nota: Elaboración propia

2. Se reconoce que el modelo es adaptable para la generación de nuevos servicios por lo que se debe realizar de forma periódica un seguimiento de su implementación en el mercado para facilitar la rapidez de respuesta de esta a las necesidades de sus clientes.

Conclusiones

La teoría ha demostrado que los modelos integrales de gestión se basan en la organización y gestión de procesos que facilitan la consecución de labores, el aprendizaje de estas y aumentan la capacidad de gestión dentro de las organizaciones. Para CLP la implementación de estos modelos, tomando en cuenta que deben ser adaptados a cada organización puesto que cada una es única y se enfrenta a desafíos particulares y que los mismos deben ser reajustables en el tiempo para mejorar su adaptación al mercado, ha indicado un antes y un después en el manejo de sus procesos pues ha permitido la mejora de estos y su facilidad de seguimiento.

Para cada una de las áreas a intervenir los modelos poseen unas características adecuadas y adaptables, pero fácilmente sincrónicas entre ellas puesto que están enfocadas en ser trabajadas desde una sola herramienta ofimática y poseen una facilidad y rapidez de implementación acordes a las necesidades de la empresa.

Se ha encontrado que las microempresas de este sector no siguen un proceso estructurado de desarrollo, implementación y comercialización de productos, sino que las empresas elaboran productos de forma no técnica, a partir de un proceso de observación y análisis. Respecto a esta industria, cabe señalar que desde la fundación del país ha tenido una buena acogida en la prestación de servicios relacionados con la WEB que ingresan a nuevos mercados y se introducen como sustituto de otros productos o como complemento necesario de la organización.

La empresa CLP debe llevar a cabo procesos que se enfoquen en el cliente y sus necesidades, procurando esto es que se han planteado los distintos modelos y adaptaciones presentadas, sin embargo, es importante reconocer que es necesario mantener una constante actualización de estos puesto que el sector tecnológico es uno de los que presenta mayores desarrollos e innovaciones en la actualidad.

Después de revisar los diferentes modelos de gestión y teniendo claridad sobre el modelo de gestión a usar, se puede evidenciar que CLP cuenta con las herramientas necesarias para implementar el modelo basado en el conocimiento en el área contable y financiera de la organización, toda vez que cuenta con los mecanismos necesarios para cumplir con la normatividad vigente, con historiales que le permiten tomar decisiones, con el equipo humano que apoyará y

facilitará la toma de decisiones que minimice los riesgos económicos y con las herramientas ofimáticas básicas para tener al día la información contable y financiera de la empresa.

Un modelo de gestión basada en el conocimiento le permitirá al área de mercadeo y creación de nuevos productos tener un flujo de trabajo continuo que permita evaluar continuamente las necesidades de los clientes y los usuarios, lo que permitirá que pueda proponer bien sea mejoras a productos o servicios ya ofertados o inclusión de nuevos productos o servicios al mercado.

Dado que ya hay claridad sobre los procesos necesarios para cumplir en términos legales, lo concerniente al registro de marca, al registro de los procesos administrativos y demás es de resaltar que un sistema de alerta que le permita a la empresa conocer la normatividad vigente en cada periodo de tiempo y poder adoptar los cambios necesarios para su funcionamiento continuo.

Es posible concluir entonces que la teoría demuestra que teniendo las herramientas necesarias se puede hacer una correcta transferencia de la información si se cuenta con los mecanismos necesarios; un plan integral de gestión basado en el conocimiento le permite a CLP tener claridad del como se obtiene la información, cómo se almacena y como se transfiere en cada una de las áreas de trabajo específicas, lo que servirá para la correcta toma de decisiones indiferente del tiempo en el que se revisen las herramientas propuestas.

Bibliografía

- Asamblea Nacional. (2014): “Estatuto orgánico gestión ministerio conocimiento y talento humano”
<http://www.silec.com.ec/Webtools/LexisFinder/DocumentVisualizer/DocumentVisualizer.aspx?id=GESTION>
- Belly, P. (2015): “Gestión del Conocimiento en empresas alimenticias”.
<http://www.bellykm.com/KM-Consulting/Gestion-delConocimiento-en-la-Industria-Alimenticia.html>
- Camacol Antioquia. (2017). Camacol Antioquia.
http://www.camacolantioquia.org.co/comites_intro.php?parent=20
- CAMACOL-Solintel. (2015). Mapa Tecnológico Interno: plan estratégico de innovación Camacol Innova-Horizonte 2020. Bogotá: CAMACOL.
- Cámara de Comercio de Cali (CCC) (2020): “Guía práctica para crear y formalizar tu empresa”
<https://www.ccc.org.co/sedevirtual/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/guia-para-crear-y-formalizar-empresa/>
- Cobo, P., y Duque, L. (2012): “Implementación de un sistema de gestión de conocimiento para empresas del sector de prestación de servicios de TI a través de outsourcing”.
<http://docplayer.es/8442384Implementacion-de-un-sistema-de-gestion-de-conocimiento-para-empresas-del-sectorde-prestacion-de-servicios-de-ti-a-traves-de-outsourcing.html>
- Corea, L. y Gómez, S. (2014): “Marketing de Servicio”. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua Recinto Universitario “Carlos Fonseca Amador”. Facultad de Ciencias Económicas. <https://repositorio.unan.edu.ni/3693/1/2745.pdf>
- CTMA consultores, (2018): “¿Qué son los Sistemas de Gestión Integrados y por qué los necesita?”.
<https://ctmaconsultores.com/sistemas-gestion-integrados/>
- De Freitas, S. (2021): “Valoración de activos intangibles basados en la metodología de opciones reales para evaluar inversiones tecnológicas”. Tecnológico de Antioquia, Colombia.
<https://www.redalyc.org/journal/257/25767348003/html/>

- Departamento Administrativo de la Función Pública (2018): “Manual Operativo, Sistema de Gestión”. Versión 2. <https://www.mincit.gov.co/ministerio/planeacion/modelo-integrado-de-planeacion-y-gestion/manual-operativo-mipg-v2-oct-2018.aspx>
- FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations, IT). 2004. Análisis de Sistemas de Producción Animal - Tomo 2: las Herramientas Básicas. (Estudio FAO Producción y Sanidad Animal 140/2) (en línea). Roma, IT. <https://www.fao.org/3/w7452s/w7452s00.htm#Contents>
- Farfán, D. y Garzón, M. (2006): “La gestión del conocimiento”. Universidad del Rosario. Documentos de Investigación. Facultad de Administración. <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1207/BI%2029.pdf>
- Gamboa, G. (2017): “Modelo de gestión del conocimiento para una empresa manufacturera productora de gelatina” Ambato, Ecuador. Universidad Católica del Ecuador. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1892/1/76395.pdf>
- González, J. y Castañón, L. (2018): “Gestión de Conocimiento e Innovación Abierta: hacia la conformación de un modelo teórico relacional” Universidad del Zulia, México. <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051013/html/>
- González, K. y Pérez, B. (2010): “Metodología para el desarrollo de productos en las microempresas de la localidad de Engativá en el sector: fabricación de productos de plástico”. Corporación Universitaria Libre <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/4413/GonzalezAlaisKaren2010.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Granizo, C. (2018): “Optimización de los procesos de una empresa comercial, caso: BC llantas” Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Escuela de Administración de empresas. Ambato, Ecuador. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2481/1/76759.pdf>
- Kotler, P. (2007): “Marketing versión para América Latina”. México: Pearson Prentice Hall.

- Lara, L. (2006): “¿Qué es la Gestión del Conocimiento?” Grandes Pymes. <https://www.grandespymes.com.ar/2012/10/13/diez-respuestas-a-las-preguntas-mas-frecuentes-sobre-gestion-del-conocimiento/>
- León M., Ponjuan G. y Torres D. (2009): “Panorámica sobre la medición del conocimiento organizacional”. ACIMED. Vol.19. No 6. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352009000600002&lng=es&nrm=iso. Fecha de consulta: 18-09-17
- Maldonado, J. (2014): “Estrategia empresarial. Formulación, planeación e implantación”. <https://www.gestiopolis.com/estrategia-empresarial-formulacion-planeacion-e-implantacion/>
- Merlo, E., Reinoso, N., Rubino, M. y Ruggeri, Y. (2013): “Los costos y la toma de decisiones - aplicación práctica a una pequeña empresa-”. Uncuyo, Universidad Nacional de Cuyo. https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5240/merlofinal.pdf
- Ministerio de educación (2022): “El Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG”. <https://www.mineduacion.gov.co/portal/micrositios-institucionales/Modelo-Integrado-de-Planeacion-y-Gestion/>
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (2017): “Resolución No 2140”. Adopción del Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG. <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/11/resolucion-2140-de-2017.pdf>
- Miranda, F. (2000): "La gestión del proceso de diseño y desarrollo de productos", [en línea] 5campus.com, Economía de la Empresa. <http://www.5campus.com/leccion/desapro>
- Montilla, O. (2004): “Modelo para evaluación de gestión de empresas industriales del subsector de cosméticos”. Estud.gerenc. vol.20 no.92 Cali July/Sept. 2004 http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232004000300002
- Moya, P. (2011): “Fundamentos de mercadeo”. http://virtual.remington.edu.co/file.php/947/Herramientas_Directivos/Modulos/Administracion_de_Negocios_Internacionales/05-fundamento_de_mercadeo.pdf

- Munuera, J. L., y Rodríguez, A. I. (2015): “Estrategias de marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección (Segunda ed.)”. Madrid: Alfaomega.
- Nonaka, Ikujiro y Takeuchi, Hirotaka (1999): “La organización creadora del conocimiento”, Editorial Oxford Press, México D.F.
- Núñez, E. y Miranda, J. (2020): “El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones” Universidad Sergio Arboleda., El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, vol. 16, núm. 30, pp. 1-14, 2020. Universidad El Bosque, Colombia. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.2915>
- Ospina, J. y Nelson, J. (2003): “Un modelo para aplicar gestión del conocimiento en las organizaciones”. Universidad Distrital. Revista Ciencia, Investigación, Academia y Desarrollo. Ingeniería, 2003-00-00 vol:8 nro:2 pág:32-39. <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/reving/article/view/2689/3871>
- Presidencia de la República. (2019): “Presentación general del MIPG”. Informe. https://www.funcionpublica.gov.co/documents/28587410/28587893/2019-05-16_Presentacion_general_mipg.pdf/eb964313-8519-6642-c0ef-886ce308eebc?t=1559248280957
- Quijano, P y Yépez, J. (2017): “Guía para la implementación de la gestión del conocimiento y la innovación en el marco del modelo integrado de planeación y gestión (MIPG)” Departamento Administrativo de la Función Pública. Versión 1.
- Real Academia Española (RAE) (2022): “Definición de Modelo”. 23.^a ed., [versión 23.6 en línea]. <https://dle.rae.es/modelo>
- Rigol, B. (2009): “Integración de sistemas de gestión: calidad, ambiental, seguridad y salud en el trabajo. <https://www.gestiopolis.com/integracion-sistemas-gestion-calidad-ambiental-seguridad-salud-trabajo/>
- Robayo, P. (2016): “La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano”. Suma de Negocios, vol. 7, núm. 16, pp. 125-140, 2016.

- Robledo V., J., López G, C., Zapata L., W., & Les Cahiers du management Pérez V., J. D. (2010). Desarrollo de una Metodología de Evaluación de Capacidades de Innovación. Coyuntura Económica (15), 133
- Robledo Velásquez, J. (2013): “Perfil de Introducción a la gestión de la tecnología y la innovación”. Medellín: Universidad Nacional de Colombia.
- Robledo, J., Gómez, F., & Restrepo, J. (2008): “Relación entre Capacidades de Innovación Tecnológica y Desempeño Empresarial en Colombia”. Memorias del Primer seminario.
- Rodríguez, D. (2006): “Modelos para la creación y gestión del conocimiento: una aproximación teórica”. Universidad Autónoma de Barcelona. <https://ddd.uab.cat/pub/educar/0211819Xn37/0211819Xn37p25.pdf>
- Sánchez, A. J., Hormiga, E., y Melián, A. (2007): “El concepto del capital intelectual y sus dimensiones.” Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa.
- Serradell, E. y Pérez, A. (2003): “La gestión del conocimiento en la nueva economía”. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.uoc.edu/dt/20133/index.html>
- Stanton, William J. Etzel, Michael J. Walker, Bruce J. 2007. Fundamentos de Marketing. Decimocuarta edición. Ed. Me Graw Hill. Pg. 236-237 13(2),97-111. ISSN: 1135-2523. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120280005>
- Wheelwright, S. C. y Clark, K. B. (1994): “Accelerating the design-build-test cycle for effective product development”. International Marketing Review, vol. 11, nº 1, 1994.