

Estrategias para optimizar la eficiencia organizacional en la empresa de electrodomésticos
“Casa Ideal” La Plata, Huila.

Ana Ruth Embús Ramírez

Gloria Amparo Serrato Molina

Escuela de Ciencias Administrativas Contables, Económicas y de Negocios - ECACEN

Maestría en Administración de Organizaciones

Obdulio García Hoya

Tabla de contenido

Introducción	8
Generalidades de la investigación	11
Planteamiento del problema	11
Justificación	12
Objetivos	14
<i>Objetivo General</i>	14
<i>Objetivos específicos</i>	14
Metodología	15
Marco de Referencia.....	19
Marco Teórico	19
Marco Conceptual	21
Marco Contextual y geográfico	24
Estado del arte	25
Internacional.....	27
Nacionales.....	29
Locales.....	31
Análisis de resultados	35
Análisis Fase 1: Diagnóstico de los procesos internos	35
Análisis Crítico Comparativo de Resultados	47
Articulación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	49
ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico	50
ODS 9: Industria, Innovación e Infraestructura.....	50
ODS 12: Producción y Consumo Responsables	51
Análisis Fase 2: Aplicación de Técnicas de Análisis Cualitativo	51
Análisis de Resultados DOFA.....	54
Análisis de la Matriz de Impacto - Causa	56
Plan de Acción para la Optimización de Procesos Operativos.....	57
Objetivo	57
Análisis de la Situación Actual.....	57
<i>Problemas detectados</i>	58
<i>Estrategias y Acciones Para Implementar</i>	59
Asignación de Recursos.....	62
Cronograma.....	64

Monitoreo y Evaluación.....	65
Comunicación	65
Conclusiones	67
Referencias.....	69

Lista de figuras

Figura 1 Resultados lista de chequeo en el área Organizacional y Administrativa autoría propia.	40
Figura 2 Resultados lista de chequeo en el área Lega	41
Figura 3 Resultados lista de chequeo en el área Comercial y de Mercadeo	42
Figura 4 Resultados lista de chequeo en el área de Producción y Operaciones.	43
Figura 5 Resultados lista de chequeo en el área de Inventario.....	44
Figura 6 Resultados lista de chequeo en el área Financiera.....	45
Figura 7 Resultados de la lista de chequeo por área evaluada en la empresa Casa Ideal	46

Listado de Tablas

Tabla 1 Cuadro Resumen de Fortalezas y Debilidades por Área	48
Tabla 2 DOFA de Casa Ideal	52
Tabla 3 Análisis de Resultados DOFA	55
Tabla 4 Asignación de recursos	62
Tabla 5 Cronograma	64

Resumen

El propósito de la propuesta es aportar al mejoramiento de la eficiencia organizacional de la empresa de electrodomésticos Casa Ideal de La Plata Huila, mediante la implementación de estrategias innovadoras que modernicen sus procesos internos, optimicen el uso de recursos, y fomenten la adopción de tecnologías. A través de estas acciones, se busca no solo aumentar la productividad y reducir costos operativos, sino también mejorar la experiencia y satisfacción del cliente, promoviendo el crecimiento sostenible y la competitividad de la empresa en el mercado local y regional. Esta propuesta tiene como meta generar cambios estructurales que impulsen el desarrollo organizacional y establezcan una base sólida para futuras expansiones y mejoras continuas. Así mismo, para la elaboración de la propuesta y cumplimiento de los objetivos, se tomarán como referencia fuentes bibliográficas de ideas innovadoras de marketing y promoción de ventas en el sector de servicio de electrodomésticos, con base a ello, se describirán cada uno de los elementos relevantes y aspectos administrativos para su efectivo desarrollo.

Palabras claves: Organización, optimización, gestión de recursos, Automatización, control de calidad, productividad.

Abstract

The purpose of the proposal is to contribute to improving the organizational efficiency of the appliance company Casa Ideal in La Plata, Huila, through the implementation of innovative strategies that modernize internal processes, optimize resource usage, and promote the adoption of technologies. These actions aim not only to increase productivity and reduce operating costs but also to enhance customer experience and satisfaction, fostering sustainable growth and the company's competitiveness in the local and regional markets. The proposal's goal is to generate structural changes that drive organizational development and establish a solid foundation for future expansions and continuous improvements. Additionally, for the preparation of the proposal and the achievement of objectives, bibliographic sources on innovative ideas in marketing and sales promotion within the appliance service sector will be referenced. Based on these, each relevant element and administrative aspect will be described for effective development.

Keywords: Organization, optimization, resource management, automation, quality control, productivity.

Introducción

En la actualidad, las organizaciones se encuentran inmersas en un proceso continuo de cambios debido, fundamentalmente, al desarrollo tecnológico, a las transformaciones del medio ambiente, a las necesidades variables de los clientes y a los nuevos sistemas de gestión que optimizan sus procesos con un aprovechamiento eficaz de los recursos a su disposición (Ruiz y Reinoso, 2009).

Se considera efectiva a la organización que logra sus metas, o sea, aquella que obtiene los recursos necesarios para su mantenimiento y supervivencia, porque satisface las necesidades de sus participantes estratégicos o sus acciones no producen efectos negativos en ellos. En general, se podría considerar que una organización es efectiva si lleva a cabo sus funciones en forma apropiada, de acuerdo con los juicios de cada participante. Sin embargo, la efectividad se podría calificar como incongruente si las actividades que emprende esta organización carecen de un desempeño o tratamiento efectivos (Cervera, 2011).

En este trabajo, optimizar la eficiencia organizacional significa elevar de forma sostenida el desempeño de los procesos clave de Casa Ideal ventas, logística, finanzas y posventa para dar el mismo o mejor servicio en menos tiempo, con menos errores y mejor uso de recursos. Esto se operacionaliza y evalúa con una línea base de KPIs como: tiempo de ciclo de venta y entrega, cumplimiento de pedidos, exactitud y rotación de inventario, tasa de retrabajos/garantías, días de cartera, productividad (ventas por persona) y experiencia del cliente (NPS y tiempos de respuesta posventa). La ruta de mejora combina diagnóstico, priorización de causas, rediseño sencillo de procesos y un tablero mensual de seguimiento para cerrar brechas frente a la línea base.

En el entorno empresarial actual, la eficiencia organizacional es un factor determinante para el éxito y la sostenibilidad de las empresas. Este proyecto de grado se enfoca en proponer estrategias para optimizar la eficiencia en diversas empresas, con el objetivo de mejorar su competitividad y rendimiento.

El mercado de electrodomésticos en Colombia está experimentando un crecimiento significativo. Se espera que crezca a una tasa compuesta anual del 3.80% entre 2024 y 2032. Este crecimiento está impulsado por el aumento del poder adquisitivo de la población, la expansión de la clase media y el incremento de las compras en línea. Además, la demanda de electrodomésticos energéticamente eficientes y la popularidad de los electrodomésticos inteligentes están en aumento. Las empresas están invirtiendo en nuevas tecnologías y abriendo más tiendas para satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores. (Mercado de Electrodomésticos en Colombia, 2024).

En el competitivo mercado actual, las empresas de electrodomésticos enfrentan el desafío constante de mejorar su eficiencia organizacional para mantenerse relevantes y competitivas. La empresa Casa Ideal de La Plata Huila, no es la excepción, la cual busca fomentar un entorno de trabajo colaborativo y orientado al crecimiento continuo.

Para alcanzar los objetivos propuestos, se realizarán diagnósticos de los procesos internos en áreas clave como ventas, organización, finanzas, marketing, inventarios y servicio al cliente, elaborando lista de chequeo, análisis DOFA, y a partir de los resultados obtenidos, se propondrán estrategias que optimicen los procesos que asegure una mejora efectiva y sostenible en la eficiencia organizacional de la empresa.

Por consiguiente, el proyecto aplicado, está enfocado a la línea de investigación de Dinámica organizacional, con la sub-línea Gestión de Procesos Organizacionales, establecida en la ECACEN, el cual está orientado a dar respuesta a la pregunta: ¿Cómo puede Casa Ideal, a través de la implementación de estrategias organizacionales innovadoras y sostenibles, optimizar sus procesos internos para mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y aumentar la satisfacción del cliente, de manera que se posicione como una empresa competitiva en el sector de electrodomésticos en La Plata Huila?.

El objetivo general es proponer estrategias innovadoras y sostenibles para optimizar la eficiencia organizacional de la empresa de electrodomésticos Casa Ideal de La Plata Huila, fomentando un entorno de trabajo colaborativo y orientado al crecimiento continuo y la competitividad en el mercado.

El enfoque del proyecto es cualitativo, donde se recolectará datos no numéricos, como entrevistas, grupos focales y observaciones, entre otras técnicas, permitiendo obtener una comprensión más profunda de las percepciones y experiencias de los empleados y directivos respecto a las estrategias propuestas.

Se invita a los lectores a descubrir cómo la optimización de la eficiencia organizacional puede transformar el rendimiento y la competitividad de las empresas, el cual ofrece propuestas de estrategias para la organización y así proporcionar una visión integral de cómo las empresas pueden adaptarse y prosperar en un entorno empresarial en constante cambio.

Generalidades de la investigación

Planteamiento del problema

En el ámbito empresarial, la eficiencia organizacional se considera un elemento fundamental para alcanzar la sostenibilidad, la rentabilidad y la competitividad a largo plazo. Esta se refiere a la capacidad que tiene una organización para lograr sus objetivos utilizando de manera óptima sus recursos, gestionando adecuadamente sus procesos internos y adaptándose al entorno. Según Robbins y Coulter (2018), una organización eficiente es aquella que “maximiza la producción con la menor cantidad de insumos posible, al tiempo que garantiza la calidad del servicio o producto ofrecido” (p. 37). Por su parte, Chiavenato (2017) destaca que la eficiencia también implica claridad en las funciones, una estructura organizacional bien definida, y la capacidad de innovar y responder de manera flexible a los desafíos del entorno.

En este contexto, la empresa de electrodomésticos *Casa Ideal*, ubicada en el municipio de La Plata, Huila, enfrenta diversas ineficiencias en sus procesos internos, lo que repercute negativamente en áreas clave como ventas, organización, finanzas y servicio al cliente. Dichas ineficiencias se manifiestan en una baja conversión de clientes, una estructura organizativa poco funcional, deficiencias en la gestión financiera y una atención al cliente inconsistente. Asimismo, la empresa no ha logrado posicionarse adecuadamente en el mercado a través del uso de herramientas tecnológicas y estrategias digitales, lo que limita su alcance, visibilidad e interacción con clientes potenciales. Esta falta de innovación restringe su capacidad para adaptarse a las nuevas dinámicas del mercado y ampliar su cobertura territorial, especialmente hacia el suroccidente del Huila y el oriente caucano.

Frente a este panorama, se hace urgente diseñar e implementar estrategias organizacionales innovadoras y sostenibles que permitan a *Casa Ideal* mejorar su eficiencia

operativa, reducir costos, optimizar la atención al cliente y fortalecer su posicionamiento competitivo.

¿Qué estrategias pueden implementarse para optimizar la eficiencia organizacional en la empresa de electrodomésticos Casa Ideal en La Plata, Huila, con el fin de mejorar sus procesos internos, reducir costos y aumentar la satisfacción del cliente, fortaleciendo así su competitividad en el sector?

Justificación

El mercado de electrodomésticos enfrenta una creciente competencia, por la entrada de nuevos actores como las grandes cadenas y las ventas en línea. Además, también hay factores a tenerse en cuenta, como las preferencias de los clientes en sostenibilidad, de ahorro de energía, las transformaciones tecnológicas de los electrodomésticos y la globalización. Es por lo que es muy importante mejorar la competitividad de las empresas que ofertan electrodomésticos en un contexto local, donde la innovación tecnológica y el servicio al cliente son diferenciadores claves.

En el contexto empresarial actual, caracterizado por la globalización, la transformación digital y las crecientes exigencias en sostenibilidad, la optimización de la eficiencia organizacional se ha consolidado como un factor clave para garantizar la adaptabilidad, productividad y competitividad de las empresas. Este concepto no se limita a la reducción de costos o tiempos, sino que implica una gestión estratégica orientada a mejorar procesos internos, alinear estructuras organizativas y fomentar una cultura de innovación continua. Según Calderón y Martínez (2023), “la eficiencia organizacional en el siglo XXI requiere una integración efectiva de procesos, personas y tecnología, lo cual permite a las empresas responder ágilmente a los

desafíos del entorno y mantener ventajas sostenibles” (p. 92). En sectores de alta competencia como el de los electrodomésticos, donde el comportamiento del consumidor y la transformación digital son determinantes, una gestión eficiente se convierte en el eje para lograr diferenciación, rentabilidad y crecimiento sostenido.

El proyecto aplicado se realiza con el objetivo de transformar y optimizar los procesos internos de Casa Ideal, una empresa clave en el sector de electrodomésticos en La Plata, Huila. La implementación de estrategias organizacionales innovadoras y sostenibles permitirá a Casa Ideal mejorar su eficiencia operativa, reducir costos y aumentar la satisfacción del cliente. Este enfoque no solo busca mejorar la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa, sino también fortalecer su posición competitiva en el mercado local.

Este constituye un modelo aplicable para enfrentar desafíos similares en mercados competitivos como el de los electrodomésticos y, con su desarrollo, mejora la satisfacción del cliente, incrementa las ventas y fortalece la posición en el mercado del occidente del departamento del Huila.

La Maestría en Administración de las Organizaciones en este proyecto tiene una importancia fundamental al proporcionar un marco teórico que fortalece la capacidad de Casa Ideal para enfrentar los desafíos del mercado de electrodomésticos. Desde la perspectiva académica, este proyecto integra conocimientos en estrategias organizacionales, gestión de procesos y liderazgo, obtenidos a través de la maestría, para optimizar la eficiencia operativa y promover la innovación sostenible. Además, el enfoque académico permite aplicar metodologías basadas en evidencia y mejores prácticas, garantizando que las soluciones propuestas no solo sean efectivas, sino también adaptables a las cambiantes demandas del mercado. De este modo,

se asegura que Casa Ideal no solo mejore su rentabilidad y sostenibilidad, sino que también logre una ventaja competitiva duradera en el sector.

Objetivos

Objetivo General

Proponer estrategias innovadoras y sostenibles para la eficiencia organizacional en la empresa de electrodomésticos Casa Ideal en La Plata, Huila, que permitan fortalecer su competitividad en el mercado a través de un entorno de trabajo colaborativo y orientado al crecimiento continuo.

Objetivos específicos

Diagnosticar la situación actual de Casa Ideal en sus áreas de ventas, organización, finanzas e interacción con el cliente, estableciendo una línea base con al menos 8 indicadores clave y consolidando los hallazgos en matrices DOFA y causa-efecto para alinear la toma de decisiones.

Diseñar soluciones estratégicas para un mínimo de 3 áreas críticas, priorizando las oportunidades de mayor impacto y definiendo metas cuantificadas que enfoquen la energía del equipo en los rediseños de procesos más relevantes.

Estructurar un plan de acción viable y consensuado con la gerencia, que detalle el cronograma, responsables, presupuesto y un tablero de control para el seguimiento mensual de los indicadores, asegurando la incorporación de un protocolo de postventa para fortalecer la relación con los clientes.

Metodología

La investigación científica busca generar conocimiento riguroso y sistemático sobre fenómenos específicos, permitiendo comprender la realidad desde diversas perspectivas. En este contexto, se ha optado por un enfoque cualitativo, dado que este permite explorar a profundidad las experiencias, significados y contextos sociales involucrados en el problema de estudio. La investigación cualitativa se centra en interpretar los fenómenos desde la perspectiva de los participantes, priorizando la comprensión de procesos subjetivos, culturales y simbólicos.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), “la investigación cualitativa es un proceso que se basa en métodos interpretativos, orientado a comprender fenómenos complejos desde la perspectiva de los actores involucrados en ellos” (p. 364). Esta aproximación metodológica resulta idónea cuando se busca conocer cómo las personas experimentan y significan su entorno, sin reducir los hallazgos a cifras o estadísticas, sino rescatando la riqueza de los discursos, las vivencias y las interacciones sociales.

La metodología se desarrollará en tres fases, alineadas con los objetivos específicos del estudio.

Fase 1: Diagnóstico de los procesos internos: En esta etapa, se realizará un análisis detallado de los procesos internos de la empresa para identificar los factores que afectan su eficiencia operativa. Para ello, se emplearán los siguientes métodos:

El diagnóstico se desarrolló combinando revisión documental, levantamiento de información primaria y observación directa. Se analizaron registros históricos de ventas, inventarios, cartera, garantías y PQRS de los últimos doce meses; se aplicaron entrevistas semiestructuradas a gerencia y líderes de ventas, logística, posventa y finanzas con una guía

previamente validada; se realizó una encuesta breve a clientes recientes para medir satisfacción, NPS y tiempos percibidos; se utilizó una lista de verificación para comprobar el cumplimiento de actividades clave y soportes; y se efectuó observación no participante con cronometraje básico de tareas en sala de ventas, bodega y atención posventa.

Los participantes se seleccionaron mediante muestreo intencional por rol en el caso del personal interno priorizando a quienes intervienen directamente en los procesos evaluados y muestreo por conveniencia para clientes atendidos durante el período de levantamiento. Como criterios de inclusión, el personal debía haber participado activamente en el proceso durante, al menos, un mes; para los clientes, se exigió haber concretado una compra o tramitado una solicitud de servicio en las cuatro semanas previas.

La observación estuvo guiada por una matriz de variables con definiciones operativas claras. Se evaluaron tiempos de ciclo por etapa, exactitud de inventario, tasas de retrabajo y error, nivel de cumplimiento de pedidos, tiempos de respuesta en posventa, orden y flujo de la información entre áreas, así como evidencias de la experiencia del cliente (claridad en la comunicación, amabilidad y capacidad de resolución).

Para asegurar la calidad del dato se aplicó triangulación entre fuentes (documental, entrevistas, encuestas y observación), registro con sellos de tiempo, estandarización de instrumentos y observaciones en diferentes franjas horarias, reduciendo sesgos y aumentando la confiabilidad de los hallazgos.

- **Entrevista:** Se llevó a cabo una entrevista con el gerente y propietario de la empresa, el señor Rubén Darío Serrato, con el objetivo de comprender la gestión, operación y visión

estratégica de la organización. Las preguntas formuladas, junto con un resumen detallado de sus respuestas, se presentan en el Anexo 1.

- **Observación directa:** Se aplica una lista de chequeo para evaluar diversos aspectos clave de la empresa, incluyendo la estructura organizacional y administrativa, el cumplimiento de normativas legales, el desempeño en ventas, la gestión de inventarios y la situación financiera. Esta evaluación se realiza a través de una aplicación directa, dirigida a personas estratégicamente vinculadas a cada área, como el gerente general, el responsable del área administrativa y financiera, así como el personal encargado de inventarios y ventas. Este enfoque permite obtener información precisa desde las unidades funcionales de la empresa, facilitando un diagnóstico más completo y contextualizado. Los hallazgos obtenidos se encuentran en el Anexo 2.
- **Análisis documental:** Se realiza una revisión detallada de los documentos legales y administrativos de la empresa para verificar el cumplimiento normativo y su impacto en la eficiencia organizacional. Los documentos analizados y sus conclusiones se presentan en el Anexo 3.

Fase 2: Análisis e interpretación de la información: Los datos obtenidos en la fase anterior serán examinados mediante técnicas de análisis cualitativo. Se emplearán herramientas como el análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) y la Matriz de Análisis de la Causa Raíz. Estas técnicas permitirán identificar patrones, causas estructurales de los problemas y oportunidades de mejora, sirviendo como base para el diseño de estrategias innovadoras orientadas a optimizar los procesos operativos de la empresa. En particular, el análisis DOFA es una herramienta estratégica que facilita la evaluación integral de factores internos y externos, proporcionando una visión estructurada del entorno en el que opera una

organización. Según David (2013), “el análisis DOFA es un instrumento que permite identificar las relaciones entre las variables internas (fortalezas y debilidades) y externas (oportunidades y amenazas) con el propósito de formular estrategias que aprovechen al máximo los recursos disponibles y minimicen los riesgos” (p. 48). Gracias a este enfoque, se podrán formular acciones concretas basadas en evidencias cualitativas, fortaleciendo la toma de decisiones en escenarios complejos.

Fase 3: Diseño e implementación de estrategias: A partir de los hallazgos de la fase de análisis, se formulan propuestas de reestructuración organizacional y operativa, con un enfoque en soluciones tecnológicas y ajustes administrativos. Como parte de esta fase, se elaborará un Plan de Acción, que incluye:

- La capacitación del personal para mejorar la gestión y el desempeño laboral.
- La implementación de nuevas herramientas de gestión que optimicen la eficiencia operativa.
- Estrategias de mejora continua que fomenten la sostenibilidad y competitividad de la empresa en el sector de electrodomésticos.
- Con esta metodología, se espera proporcionar una ruta clara para fortalecer la eficiencia organizacional de Casa Ideal, asegurando su crecimiento y consolidación en el mercado.

Marco de Referencia

Marco Teórico

Las teorías de la administración han evolucionado significativamente, proporcionando diversas perspectivas sobre la gestión eficaz de las organizaciones. Los enfoques iniciales, como la administración científica de Frederick Taylor y la teoría clásica de Henri Fayol, se centraban en la eficiencia y la estructura organizacional. Sin embargo, a medida que las organizaciones se volvieron más complejas, emergieron nuevas teorías que incorporaban factores humanos y contextuales (Mayol Marcó, 2011).

En la última década, la teoría de los sistemas ha cobrado relevancia al concebir a las organizaciones como sistemas abiertos en constante interacción con su entorno. Esta perspectiva enfatiza la interdependencia de sus componentes y la necesidad de adaptabilidad para mantener la eficacia organizacional. Según Chiavenato (2011), esta teoría permite a las organizaciones responder de manera efectiva a los cambios del mercado y las demandas externas.

Paralelamente, la teoría de las relaciones humanas ha destacado la importancia del factor humano en la productividad y el clima organizacional. Investigaciones recientes indican que la satisfacción y motivación de los empleados son determinantes clave en el desempeño organizacional. Cevallos y Cruz (2023) afirman que comprender las necesidades y motivaciones de los empleados es esencial para fomentar un ambiente laboral positivo y productivo.

La competitividad en el mercado de electrodomésticos ha evolucionado significativamente en los últimos años, impulsada por avances tecnológicos y cambios en las preferencias de los consumidores. Según un informe de Mordor Intelligence (2024a), el mercado mundial de electrodomésticos alcanzará los 537,28 mil millones de dólares en 2024 y crecerá a

una tasa compuesta anual del 4,34%, llegando a 664,53 mil millones de dólares en 2029. Este crecimiento está asociado a la adopción de electrodomésticos inteligentes y energéticamente eficientes, que ofrecen funciones avanzadas y mayor comodidad para los usuarios.

La región de Asia-Pacífico se ha consolidado como el mercado de mayor crecimiento, impulsado por la urbanización y el aumento del poder adquisitivo. Empresas como Haier, Midea, Samsung y LG lideran este mercado, ofreciendo productos innovadores y adaptados a las necesidades locales. La competencia en el sector se intensifica con la entrada de nuevos actores y la constante innovación tecnológica, lo que obliga a las empresas a diferenciarse mediante calidad, diseño y eficiencia de sus productos (Mordor Intelligence, 2024b).

En Colombia, el mercado de electrodomésticos ha experimentado fluctuaciones recientes debido a factores económicos y cambios en el comportamiento del consumidor. Según un estudio de GfK (2023), en el primer semestre de 2023 el mercado de bienes durables en Colombia disminuyó un 10,1% en valor y un 18,9% en unidades vendidas respecto al mismo período de 2022. Esta contracción se atribuye a la alta inflación y al aumento de las tasas de interés, que han reducido la capacidad de endeudamiento de los consumidores. Además, la ausencia de incentivos como los días sin IVA ha impactado negativamente las ventas del sector (Gómez Guasca, 2023).

A pesar de este panorama, las empresas del sector han adoptado estrategias para mantener su competitividad. La innovación en productos con eficiencia energética y funcionalidades inteligentes se ha convertido en una prioridad para atraer a consumidores más exigentes y conscientes del medio ambiente. Asimismo, el fortalecimiento de canales de venta en línea ha permitido llegar a un público más amplio, aprovechando el creciente uso de plataformas digitales para la adquisición de bienes durables (Economista Colombia, 2023).

La eficiencia organizacional es un factor clave en la gestión empresarial. Wendell L. French (2016) define el desarrollo organizacional como una disciplina de las ciencias del comportamiento aplicada a mejorar las organizaciones y a las personas que trabajan en ellas mediante el uso de la teoría y la práctica del cambio planificado. Las organizaciones enfrentan retos constantes como la competencia creciente, la turbulencia del entorno y las demandas cambiantes de los clientes. Mantenerse viables en este contexto requiere estrategias alineadas con su estructura, cultura y procesos.

Robbins y Coulter (2009) definen la eficiencia como la capacidad de obtener los mayores resultados con la menor inversión de recursos, optimizando la productividad y reduciendo costos. Por su parte, Urrutia (2003) argumenta que no existe una fórmula única para lograr la eficacia empresarial; más bien, esta depende de la conexión entre los resultados obtenidos y el cumplimiento de las expectativas individuales y organizacionales. Además, la eficiencia no solo impacta la productividad, sino también la satisfacción del cliente y la cultura organizacional.

En el caso de la empresa de electrodomésticos Casa Ideal, la eficiencia organizacional es crucial para mejorar su operatividad y reducir costos. La optimización de procesos como la gestión de inventarios y el servicio al cliente permite aumentar la productividad y ofrecer una mejor calidad de servicio.

Marco Conceptual

En un entorno empresarial dinámico y altamente competitivo, las pequeñas y medianas empresas enfrentan el desafío constante de adaptarse a los cambios tecnológicos y de mercado para garantizar su sostenibilidad. La gestión eficiente de las organizaciones requiere un abordaje integral que contemple aspectos como la organización interna, la optimización de procesos, la gestión racional de recursos, el uso de herramientas de automatización, el control de calidad y el

incremento de la productividad. Estas dimensiones no solo están interrelacionadas, sino que constituyen los pilares fundamentales sobre los cuales se estructura el mejoramiento continuo y la toma de decisiones estratégicas.

Este marco teórico tiene como propósito fundamentar conceptualmente las variables clave que sustentan el proyecto de intervención propuesto para el Almacén Casa Ideal, una empresa que busca mejorar su desempeño mediante el fortalecimiento de su estructura administrativa y operativa. A través de la revisión de teorías administrativas clásicas y contemporáneas, así como de estudios recientes publicados en fuentes académicas reconocidas, se establece un sustento sólido para comprender cómo la aplicación coherente de estos conceptos puede contribuir al logro de objetivos organizacionales, a la mejora en la calidad del servicio y a la eficiencia en el uso de los recursos disponibles.

La eficiencia y competitividad de las organizaciones modernas dependen, en gran medida, de su capacidad para organizar adecuadamente sus procesos, gestionar óptimamente sus recursos, automatizar operaciones, garantizar el control de calidad y elevar su productividad. Estas dimensiones están interrelacionadas en el marco de la teoría administrativa contemporánea.

La organización en el ámbito empresarial no solo se refiere a la estructura formal, sino también a la disposición estratégica de los recursos humanos, materiales y tecnológicos para alcanzar los objetivos institucionales. Según Robbins y Coulter (2021), una organización efectiva es aquella que logra una alineación estratégica entre sus estructuras, procesos y cultura. Las teorías de Taylor y Fayol han evolucionado hacia enfoques más dinámicos, como la teoría de sistemas y el pensamiento organizacional complejo (Senge, 2020).

La organización eficiente debe contemplar no solo jerarquías funcionales, sino también redes de colaboración interna y externa, impulsadas por la digitalización y la gestión del conocimiento (Nonaka & Takeuchi, 2019).

La optimización es un proceso continuo de mejora que implica identificar cuellos de botella, eliminar desperdicios y maximizar la eficiencia operativa. El modelo Lean Manufacturing y la filosofía Kaizen han sido ampliamente adoptados en entornos empresariales para promover la mejora continua (Womack & Jones, 2020). Asimismo, el enfoque Six Sigma, centrado en la reducción de la variabilidad y la mejora de la calidad, sigue siendo vigente como herramienta de optimización (George, 2022).

Estudios recientes como el de Cruz-Correa et al. (2023) destacan que la optimización organizacional debe incorporar indicadores clave de rendimiento (KPIs) y tecnologías de análisis de datos para una toma de decisiones informada.

La gestión eficiente de recursos es uno de los pilares de la sostenibilidad organizacional. Esta comprende la administración racional del capital humano, los insumos físicos y los recursos tecnológicos. De acuerdo con Slack et al. (2022), una gestión de operaciones bien estructurada permite reducir costos y tiempos sin comprometer la calidad del producto o servicio.

Además, la gestión de recursos debe ser estratégica y adaptable, en un entorno caracterizado por la incertidumbre y la digitalización, donde las organizaciones enfrentan desafíos logísticos, ambientales y humanos (Mintzberg, 2020).

La automatización se ha consolidado como una herramienta fundamental para mejorar la productividad y reducir el error humano. Con la llegada de la Industria 4.0, conceptos como la robótica colaborativa, el Internet de las Cosas (IoT) y la inteligencia artificial se han incorporado a los procesos organizativos (Schwab, 2020).

Investigaciones recientes han demostrado que la automatización no solo incrementa la eficiencia, sino que también permite liberar a los trabajadores de tareas repetitivas para que se concentren en actividades de mayor valor agregado (González-Morales & Ortega, 2021). Sin embargo, también se plantea el reto ético y social de reubicar y capacitar al personal desplazado por estas tecnologías.

El control de calidad representa un proceso sistemático para garantizar que los productos y servicios cumplan con los estándares establecidos. De acuerdo con Juran y Godfrey (2019), el control de calidad es una función clave de la gestión empresarial que abarca desde la planificación hasta la retroalimentación. Hoy en día, se integran metodologías como el ciclo PHVA (Planear, Hacer, Verificar, Actuar) y herramientas estadísticas de control de procesos (SPC).

La ISO 9001:2015 ha sido ampliamente adoptada como marco normativo de referencia, promoviendo un enfoque basado en riesgos, evidencia objetiva y mejora continua (ISO, 2020).

La productividad es uno de los indicadores más críticos para medir el desempeño organizacional. Se define como la relación entre los bienes o servicios producidos y los insumos utilizados. Según Porter (2019), una alta productividad se relaciona directamente con la competitividad y la sostenibilidad de una empresa.

En un estudio reciente, Pineda y López (2022) concluyen que la productividad empresarial se incrementa significativamente cuando se integran estrategias de automatización, formación del talento humano y monitoreo constante de indicadores clave.

Marco Contextual y geográfico

El mercado global de electrodomésticos ha experimentado un crecimiento sostenido en la última década, impulsado por la innovación tecnológica, la demanda de eficiencia energética y

los cambios en los estilos de vida de los consumidores. En 2019, este mercado alcanzó un valor de 422.660 millones de dólares y se proyecta que llegará a los 570.160 millones en 2026, con una tasa de crecimiento anual compuesta del 4,3% (Business Research, 2024). En el contexto colombiano, estas tendencias también se evidencian, especialmente en la creciente demanda de electrodomésticos inteligentes y sostenibles, alineados con prácticas de consumo más responsables (Mordor Intelligence, 2024).

En este panorama dinámico y competitivo se inserta *Casa Ideal*, una empresa huilense con sede en el municipio de La Plata, fundada en el año 2008. Con más de 16 años de trayectoria en el mercado regional, *Casa Ideal* se ha consolidado como un referente en la comercialización de electrodomésticos, destacándose por su capacidad de adaptación y su compromiso con la innovación. Desde sus inicios, ha mantenido como eje central la satisfacción de las necesidades básicas de los hogares, ofreciendo productos funcionales, modernos y energéticamente eficientes.

La empresa ha diversificado su portafolio para responder a las exigencias de un mercado en constante transformación, incorporando nuevas líneas de productos y fortaleciendo su atención al cliente. No obstante, enfrenta retos internos importantes relacionados con la actualización de su estructura organizacional. Aunque cuenta con misión y visión definidas, aún requiere la formulación y consolidación de su organigrama, manual de funciones, políticas, objetivos institucionales y valores corporativos. La consolidación de estos elementos será fundamental para optimizar su gestión operativa y orientar sus estrategias de crecimiento en los próximos años.

Estado del arte

Este estado del arte no es un inventario de teorías, sino un mapa práctico para orientar a Casa Ideal. Reúne aprendizajes de autores reconocidos y estudios recientes sobre pymes de retail

estandarización y mejora de procesos, uso de indicadores claros, calidad, digitalización comercial y experiencia del cliente, poniendo el foco en lo que realmente suma valor en contextos como el nuestro. A partir de una lectura crítica, destacamos qué enfoques pueden aplicar hoy, cuáles requieren madurar capacidades internas y qué conviene evitar para no complicar lo simple. El propósito es traducir conocimiento en decisiones concretas y medibles que faciliten el trabajo del equipo y mejoren la experiencia de quienes compran y usan nuestros productos.

La literatura recomienda medir, estandarizar y adoptar tecnología para ganar competitividad; sin embargo, muchas fuentes parten de organizaciones que ya tienen procesos formales y una cultura de datos consolidada. En Casa Ideal aún se están fortaleciendo piezas básicas como la documentación de procesos, la claridad de roles y el hábito de medir de manera sistemática. Por eso, más que replicar recetas generales, conviene aterrizar esas ideas al tamaño y madurez de la empresa, cuidando que cada paso sume valor tangible para el equipo y para las personas que compran y usan sus productos.

Para Casa Ideal, la ruta pertinente es progresiva y muy cercana a la realidad del negocio. Primero, construir una línea base de indicadores simples y útiles para el día a día; luego, priorizar pocas causas de alto impacto con el equipo; después, rediseñar procesos clave junto a quienes los operan y probar cambios en pequeño antes de escalar; finalmente, sostener los avances con un tablero de seguimiento mensual y espacios para escuchar a clientes y colaboradores. Este enfoque combina lo mejor del estado del arte con las condiciones actuales de la empresa, reduce riesgos, genera aprendizajes rápidos y crea mejoras que se pueden mantener en el tiempo.

Internacional

El estado del arte es una revisión crítica y argumentada de las investigaciones, informes técnicos, libros y tesis desarrolladas sobre una temática particular. Este apartado proporciona el soporte teórico y metodológico necesario para contextualizar el proyecto aplicado 'Almacén Casa Ideal'. La revisión se organiza en tres bloques: fuentes internacionales, nacionales y locales, con cinco documentos por cada categoría. En cada caso se analizan su relevancia, aportes conceptuales y su aplicabilidad a la mejora de procesos organizativos, de automatización, control de calidad y productividad empresarial.

La cuarta revolución industrial (libro), de Klaus Schwab, publicado en 2020, en Suiza. Este libro aborda los cambios sistémicos que enfrentan las organizaciones debido al avance acelerado de tecnologías como la inteligencia artificial y el Internet de las cosas. Schwab afirma que la automatización no es una opción, sino una necesidad competitiva. En el marco teórico del proyecto, esta obra justifica la introducción de tecnologías digitales como parte del rediseño organizacional. A nivel metodológico, refuerza la importancia de incorporar indicadores tecnológicos, mientras que, desde la perspectiva poblacional, promueve una reflexión sobre la capacitación del personal para integrar la tecnología a los procesos cotidianos.

La ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior (libro), de Michael E. Porter, publicado en 2019, en Estados Unidos. Este libro clásico de la administración estratégica propone el análisis de la cadena de valor como herramienta para identificar procesos clave y diferenciadores dentro de las organizaciones. En el marco teórico del proyecto, aporta un enfoque estratégico para rediseñar procesos que aumenten la eficiencia. En el plano metodológico, fundamenta la necesidad de analizar actividades primarias y de apoyo en el

almacén. También destaca la importancia de entender a la población (empleados y clientes) como actores fundamentales en la generación de valor.

Operations Management (libro), de Nigel Slack, Alistair Brandon-Jones y Nicola Burgess, publicado en 2022, en Reino Unido. Este texto proporciona herramientas prácticas para la planificación de operaciones, mejora de procesos y control de inventarios. En el marco teórico del proyecto, permite comprender las relaciones entre recursos, procesos y resultados.

Metodológicamente, respalda el uso de técnicas como el análisis de layout y el seguimiento de indicadores de desempeño. Además, contribuye a establecer rutinas organizativas que involucran directamente a la población trabajadora en la ejecución eficiente del trabajo diario.

Lean Six Sigma for Service (libro), de Michael L. George, publicado en 2022, en Estados Unidos. Este libro ofrece un enfoque combinado de mejora continua aplicable a servicios, adaptando metodologías Lean y Six Sigma. En el marco teórico, refuerza la importancia de eliminar desperdicios y reducir la variabilidad en procesos clave del almacén.

Metodológicamente, propone herramientas como SIPOC y el ciclo DMAIC, que pueden ser aplicados en la intervención para rediseñar el proceso de atención al cliente y despacho de productos. También sugiere involucrar a los trabajadores en la identificación de puntos críticos, aportando así al enfoque participativo del proyecto Casa Ideal.

The Future of Productivity: Main Trends and Policies (informe), de OECD, publicado en 2021, en Francia. Este informe de la OCDE analiza las principales tendencias globales que afectan la productividad, especialmente en pymes. Aporta al marco teórico una visión estructural sobre las brechas tecnológicas y las oportunidades que genera la digitalización en la mejora de procesos. En el componente metodológico, justifica la implementación de cambios en la

organización con base en evidencia empírica. Además, permite contextualizar la intervención del Almacén Casa Ideal dentro de una lógica de desarrollo productivo sostenible.

Nacionales

Herramientas de mejora más utilizadas en la gestión de almacenes (artículo), de Guillén-Sánchez, Abarca y Vite, publicado en 2023, en Colombia. Este artículo ofrece una revisión sistemática sobre las técnicas más usadas en gestión de almacenes. En el marco teórico, refuerza el uso de herramientas Lean, sistemas WMS y modelos de mejora continua. Desde lo metodológico, sugiere fases estructuradas para implementación de herramientas con enfoque en resultados. Para el Almacén Casa Ideal, ofrece una guía base sobre qué procesos priorizar, cómo medir el impacto y cómo capacitar al personal para asumir estos cambios.

Implementación de codificación de inventario con códigos de barras en Cotraser CTA (tesis), de Sibaja Ramos, publicado en 2021, en Medellín. Esta tesis aborda la implementación de un sistema de codificación de inventarios con código de barras en una empresa cooperativa. Aporta al marco teórico elementos sobre automatización básica y control de calidad. Metodológicamente, se convierte en un referente replicable para el proyecto aplicado, dado que ofrece una hoja de ruta para implementación, capacitación del personal, evaluación y mejora continua. La tesis evidencia una mejora del 30% en eficiencia operativa luego de la intervención, lo que fortalece la aplicabilidad de este modelo en Casa Ideal.

Plan de mejora y optimización en almacenes. Caso Deltec S.A. (trabajo de grado), de Areandina, publicado en 2023, en Colombia. Este trabajo de grado propone un rediseño completo de almacén mediante layout, WMS y digitalización de procesos. Su aporte al marco teórico incluye conceptos modernos de logística y gestión digital. Metodológicamente, valida un

modelo de intervención en cuatro fases: diagnóstico, rediseño, implementación y seguimiento, lo cual puede ser adaptado a la estructura del Almacén Casa Ideal con una escala ajustada.

Adicionalmente, incluye tablas comparativas de indicadores antes y después, útiles para la evaluación de impacto.

Impacto de la gestión de inventarios en la eficiencia operativa: La Corte Casa de Carnes (trabajo de grado), de Ríos y Bedoya, publicado en 2023, en Colombia. Este estudio analiza la relación entre control de inventario y eficiencia operativa en una pyme colombiana. Aporta teóricamente al establecer cómo la trazabilidad y la información en tiempo real mejoran la toma de decisiones. En lo metodológico, propone usar sistemas digitales básicos como solución para prevenir sobrecostos y pérdidas, propuesta muy cercana a la realidad de Casa Ideal. La experiencia presentada valida el uso de software económico como solución intermedia con alto impacto práctico.

Diseño de un plan de trabajo para la gestión automatizada en Lenor Colombia (trabajo de grado), de Bonilla y Martínez, publicado en 2024, en Bogotá. Este trabajo diseña un plan de automatización aplicando criterios técnicos y estratégicos usando AHP. En el marco teórico, introduce la planificación multivariable para toma de decisiones organizativas. En lo metodológico, sugiere herramientas de priorización tecnológica que pueden ser útiles al elegir entre diferentes herramientas de automatización para Casa Ideal. También proporciona matrices de evaluación que permiten comparar soluciones posibles desde el enfoque costo-beneficio y alineación con los objetivos estratégicos del negocio.

Locales

Diseño de un sistema de gestión de inventarios para Técnitaller S.A.S (artículo), de Hernández, Cruz-Gil, Puentes-Saavedra y Mendoza-Patiño, publicado en 2021, en Neiva. Este artículo desarrolla un sistema modular de gestión para un almacén huilense, aplicando diagnóstico situacional y rediseño por procesos. Aporta al marco teórico nociones prácticas de control y trazabilidad. Metodológicamente, valida una intervención estructurada por fases, replicable en Casa Ideal, con énfasis en el manejo físico y digital del inventario. Refuerza el papel del diagnóstico organizacional como base para diseñar intervenciones eficaces en procesos logísticos en pymes.

La automatización de procesos en Pymes del municipio de Neiva, Huila (tesis), de González-Pup, publicado en 2023, en Neiva. Esta tesis evalúa el nivel de adopción tecnológica en pymes de Neiva, mostrando barreras y oportunidades. Teóricamente, refuerza la necesidad de sensibilizar a empresarios frente a la automatización. En el marco metodológico, propone intervenciones escalonadas con fases de capacitación, implementación y evaluación, muy útiles para estructurar el trabajo en Casa Ideal. Además, proporciona una lectura situada sobre la transformación digital en el contexto económico del Huila.

Las principales barreras son la percepción de costo sin retorno, el tiempo para capacitarse, la falta de procesos estandarizados y datos dispersos, brechas digitales, resistencia al cambio, conectividad limitada y dudas sobre soporte y seguridad. A la vez, hay oportunidades de alto impacto y baja complejidad: POS en la nube, tablero simple de 8–10 KPIs, tickets de posventa y ordenar la mensajería, más pequeñas automatizaciones (códigos, conciliaciones, recordatorios). Recomendación: pilotear en una sede 4–6 semanas, medir resultados y escalar paso a paso con metas claras.

Estudio de caso: gestión de inventarios en Florencia, Pitalito y Neiva (informe), de Sánchez, publicado en 2020, en Neiva. Este informe técnico compara la gestión de inventarios en tres municipios huilenses, usando modelos como EOQ. En el marco teórico, contextualiza cómo la planificación de inventarios incide en la eficiencia logística. Aporta modelos aplicables metodológicamente, y propone indicadores clave que pueden adaptarse al sistema de monitoreo de Casa Ideal. Este tipo de herramientas permiten optimizar el flujo de productos y reducir pérdidas por falta de previsión.

Propuesta de Supply Chain Management para Molinos Flor Huila Ltda. (trabajo de grado), de Granados, Salamanca, Tique, Zorro y Buitrago, publicado en 2022, en Neiva. Este trabajo propone un rediseño de la cadena de suministro local con layout, rutas óptimas e indicadores logísticos. En el marco teórico, refuerza la noción de integración logística. Metodológicamente, brinda herramientas para estructurar el espacio físico y procesos internos del almacén Casa Ideal. Este documento permite visualizar cómo una pyme regional puede beneficiarse de la sistematización del movimiento interno y de la programación adecuada del inventario.

Plan Departamental de Agrologística – Huila 2023-2039 (informe técnico), de Unidad de Planificación Rural Agropecuaria – UPRA, publicado en 2023, en Huila. Este plan estratégico territorial aborda la eficiencia logística rural en el Huila. En el marco teórico, amplía la visión de sistema productivo regional. Aporta al diseño metodológico el uso de indicadores macro que pueden inspirar herramientas de evaluación organizativa en Casa Ideal. Además, permite articular la intervención del almacén con políticas públicas de desarrollo rural y comercio organizado, promoviendo una lógica de sostenibilidad logística a largo plazo.

La revisión de los quince documentos —cinco internacionales, cinco nacionales y cinco locales— permite identificar una sólida base conceptual sobre la organización de procesos, la automatización y la mejora de la productividad en pequeñas y medianas empresas. Las fuentes coinciden en que la transformación digital, aunque gradual, es indispensable para lograr eficiencia operativa. Autor como Schwab (2020) aporta una visión estratégica y global, mientras que estudios colombianos recientes muestran experiencias prácticas que demuestran cómo estas ideas pueden adaptarse a contextos empresariales como el de Casa Ideal.

Desde el marco teórico, los conceptos de trazabilidad, flujo eficiente, control de calidad, gestión de inventarios y automatización ocupan un lugar central. Estos se articulan en metodologías aplicadas como Lean Six Sigma, modelos de gestión de inventarios (EOQ, punto de reorden), análisis DOFA y planificación basada en datos. En particular, se destaca el uso de herramientas simples pero potentes como los códigos de barras, el mapeo de procesos SIPOC y la redistribución del layout, que aparecen en múltiples fuentes a todos los niveles revisados.

Metodológicamente, los documentos analizados privilegian el enfoque cuantitativo-descriptivo y el estudio de caso como estrategias de validación de impacto. A nivel nacional y local, se aprecia un énfasis en la observación directa, el diagnóstico situacional y el rediseño gradual. La metodología más consistente y de mayor aporte es Lean Six Sigma, que permite intervenir procesos de forma medible, con enfoque en resultados y bajo costo, lo que la convierte en una alternativa prioritaria para su aplicación en el almacén Casa Ideal.

En conjunto, el estado del arte evidencia que existe un cuerpo teórico y práctico suficiente para fundamentar el rediseño organizacional propuesto. El conocimiento sistematizado permite identificar qué procesos intervenir, cómo hacerlo, con qué herramientas y bajo qué criterios evaluar el impacto. La coincidencia entre autores nacionales e internacionales en torno a

la importancia del control de inventarios y la automatización confirma la pertinencia de este proyecto y permite asumir la intervención con claridad, evidencia y rigor técnico.

Análisis de resultados

Análisis Fase 1: Diagnóstico de los procesos internos

En esta fase, correspondiente al objetivo específico 1, se llevaron a cabo entrevistas, la aplicación de una lista de chequeo y un análisis documental.

En cuanto a la entrevista, se realizó al gerente, abordando temas como la historia de la empresa, dotación tecnológica y de equipos, planes de contratación, estrategias de promoción en el mercado y los principales desafíos empresariales.

Se identificó que la empresa Casa Ideal, con 16 años en el mercado, enfrenta retos importantes para consolidar su estructura corporativa y mejorar su eficiencia operativa. Aunque cuenta con una misión establecida, requiere actualizar su organigrama, manual de funciones, políticas y valores organizacionales. En el ámbito tecnológico, dispone de herramientas como SIIGO y Excel para la gestión operativa, pero aún mantiene procesos manuales que afectan la eficiencia. Asimismo, existe una necesidad urgente de contratar un administrador con un perfil específico para fortalecer la organización interna y acelerar la digitalización.

Las estrategias de promoción actuales incluyen WhatsApp, medios radiales y el contacto directo con los clientes mediante recomendaciones de boca a boca. Estas estrategias han sido efectivas para humanizar las ventas y fortalecer la relación con los clientes. A mediano plazo, la empresa planea expandir su presencia en plataformas digitales para ampliar su cobertura en el mercado.

A continuación, se presenta el análisis realizado a partir de las respuestas obtenidas en la entrevista con el gerente, junto con la propuesta de un plan de acción correspondiente. (ver anexo

1)

La empresa Casa Ideal evidencia avances importantes al contar con misión y visión definidas, elementos esenciales para orientar su identidad estratégica. Sin embargo, la falta de actualización del organigrama, del manual de funciones y de las políticas internas representa una debilidad organizacional que puede afectar la claridad de los roles, la eficiencia de los procesos y la alineación estratégica entre las áreas. Ante esta situación, se recomienda realizar un diagnóstico organizacional que permita identificar las necesidades de ajuste, seguido de un plan de actualización estructural que contemple la definición precisa de roles, la elaboración de un organigrama actualizado y la formalización de políticas, valores y objetivos estratégicos.

Involucrar a la gerencia y a los líderes de área en este proceso será clave para garantizar su apropiación y eficacia. Con esta actualización, Casa Ideal podrá fortalecer su estructura organizacional, mejorar la coordinación interna, optimizar la toma de decisiones y consolidar una cultura de trabajo orientada a la eficiencia, la claridad y el compromiso institucional.

Aunque Casa Ideal dispone de herramientas tecnológicas básicas como SIIGO y formatos en Excel, la duplicidad de tareas manuales representa un riesgo significativo de errores, pérdida de eficiencia y limitaciones en la trazabilidad de las operaciones. Para superar esta situación, se sugiere integrar un sistema ERP que permita conectar en tiempo real los procesos de inventarios, cartera y ventas, optimizando así la eficiencia operativa y reduciendo riesgos administrativos. Modernizar la gestión tecnológica resulta indispensable para aumentar la productividad, mejorar la precisión en la información y fortalecer la capacidad de respuesta de la empresa frente a las exigencias del mercado actual.

El gerente de Casa Ideal manifiesta la necesidad urgente de contratar un administrador que apoye en el control operativo y estratégico de la empresa, dado que la sobrecarga de funciones en la gerencia actual afecta tanto el desempeño general como la capacidad de tomar

decisiones estratégicas oportunas. Ante esta situación, se recomienda redefinir el perfil requerido, eliminando cualquier sesgo de género, y priorizando la selección de un candidato con competencias técnicas sólidas, capacidad de liderazgo y habilidades de gestión. Además, es fundamental fortalecer el proceso de selección mediante métodos de evaluación por competencias para garantizar la idoneidad del perfil contratado. La incorporación de un administrador con estas características permitirá mejorar la eficiencia operativa, optimizar la toma de decisiones y facilitar el crecimiento sostenible de Casa Ideal.

El gerente de Casa Ideal indica que actualmente se utilizan estrategias de promoción como WhatsApp, medios radiales locales y presencia física en zonas rurales, lo cual ha sido efectivo para el posicionamiento local; sin embargo, estas acciones resultan limitadas para ampliar la cobertura hacia nuevos mercados. Ante esta situación, se recomienda desarrollar un plan de marketing digital estructurado que integre redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp Business y la creación de una página web corporativa que permita fortalecer la presencia en línea, mejorar la comunicación con los clientes y expandir el alcance comercial. Fortalecer estas estrategias digitales será fundamental para incrementar la visibilidad de la empresa, captar nuevos clientes potenciales y consolidar el posicionamiento de la marca en un mercado cada vez más competitivo.

Ejemplos: Campañas, herramientas y cómo mediremos su impacto (versión cercana)
campañas para arrancar ya.

- Renueva tu hogar: carruseles y reels en facebook/instagram mostrando antes–después y combos; botón directo a whatsapp para cotizar.

- Ahorro de energía que se nota: anuncios en google cuando la gente busca “nevera que ahorre energía en la plata”; objetivo: cotizaciones del día.
- Fin de semana del hogar: google maps/perfil de empresa con ofertas y “cómo llegar” para mover visitas a tienda física.
- Compra con instalación incluida: videos cortos de tiktok/reels mostrando la instalación real; llamada a la acción: agenda por whatsapp.

Usaremos meta ads y google ads para pautar cerca del punto de venta; google business profile para reseñas, fotos y ofertas; whatsapp business con catálogo, respuestas rápidas y etiquetas; mercado libre (si aplica) para combos; mailchimp o brevo para recordatorios y postventa; ga4 con utm obligatorios y un tablero simple en looker studio; además, códigos/cupones únicos por canal, qr en piezas y un número de teléfono distinto por canal para saber de dónde llega cada contacto.

Mediremos ventas por canal (cupones/utm/qr y carga de conversiones offline a google), costo por cliente (cac) y retorno de la pauta (roas); miraremos intención y tráfico (clics a “cómo llegar”, búsquedas de marca, mensajes entrantes); y seguiremos conversión y servicio (de mensajes a ventas/visitas, tiempos de respuesta y nps postcompra). trabajaremos con pilotos de 4–6 semanas, haremos a/b sencillo de creativos/ofertas, revisaremos cada semana y decidiremos escalar, ajustar o pausar según resultados y comentarios reales de clientes y del equipo.

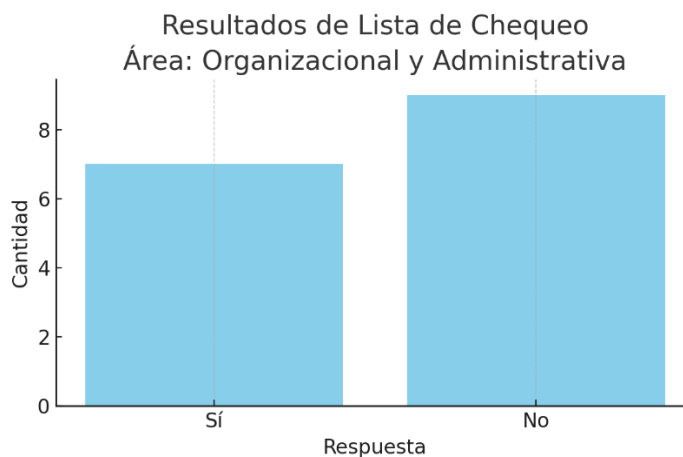
La implementación de plataformas electrónicas representa una oportunidad estratégica para modernizar la empresa Casa Ideal y ampliar su presencia en mercados más extensos. Para aprovechar esta ventaja, se recomienda elaborar un proyecto específico de transformación digital que contemple la integración de redes sociales, la apertura de canales de comercio electrónico y el fortalecimiento de la atención al cliente a través de plataformas online. La digitalización,

abordada de manera planificada y gradual, permitirá potenciar el crecimiento organizacional, mejorar la competitividad en el sector y garantizar una adaptación exitosa a las nuevas dinámicas del mercado.

La identificación del desafío principal por parte de la gerencia, relacionado con la contratación de un administrador y el avance en la digitalización, es acertada; sin embargo, es fundamental establecer un plan de acción paralelo que permita avanzar gradualmente en la modernización tecnológica, incluso mientras se concreta la vinculación del nuevo perfil administrativo. Se sugiere definir etapas claras y realistas para la implementación de herramientas digitales, de forma que el proceso de modernización no dependa exclusivamente de la contratación pendiente. De esta manera, Casa Ideal podrá seguir fortaleciendo su competitividad y eficiencia operativa, asegurando que el progreso tecnológico no se vea estancado, sino que continúe de manera estratégica mientras consolida su estructura organizacional.

Respecto a la lista de chequeo, se evaluaron aspectos administrativos, legales, de inventarios, financieros, mercadeo y ventas. Los resultados, disponibles en el Anexo 2, se resumen a continuación:

Figura 1 Resultados lista de chequeo en el área Organizacional y Administrativa autoría propia.

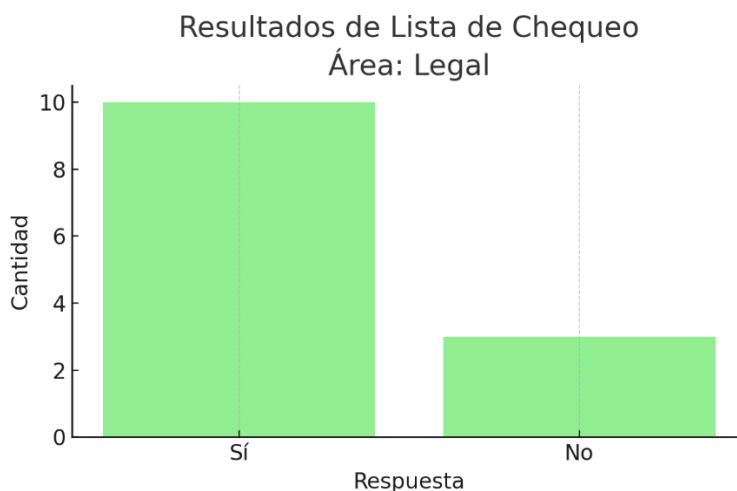


Nota: La gráfica de barras representa la frecuencia de cumplimiento de los ítems evaluados en la lista de chequeo. Fuente: Autores

El diagnóstico empresarial de Casa Ideal revela diversas áreas críticas que requieren atención para optimizar la eficiencia organizacional. En el área organizacional y administrativa, se evaluaron 16 ítems en total, de los cuales 7 ítems (43,75%) obtuvieron respuestas afirmativas ("Sí") y 9 ítems (56,25%) respuestas negativas ("No"). Esta tendencia evidencia que los roles y responsabilidades no están claramente definidos y que el organigrama actual no se encuentra actualizado, generando confusión en la toma de decisiones y afectando la estructura directiva.

Además, se identificó la carencia de políticas claras de comunicación interna y la ausencia de evaluaciones de desempeño periódicas, situaciones que pueden impactar negativamente en la motivación y el rendimiento del talento humano. No obstante, se destaca que la empresa promueve una cultura organizacional positiva y ofrece oportunidades de desarrollo profesional. Se recomienda implementar herramientas tecnológicas de gestión y establecer reuniones periódicas para evaluar el progreso y los desafíos, asegurando que todas las áreas estén alineadas con los objetivos estratégicos de Casa Ideal.

Figura 2 Resultados lista de chequeo en el área Lega



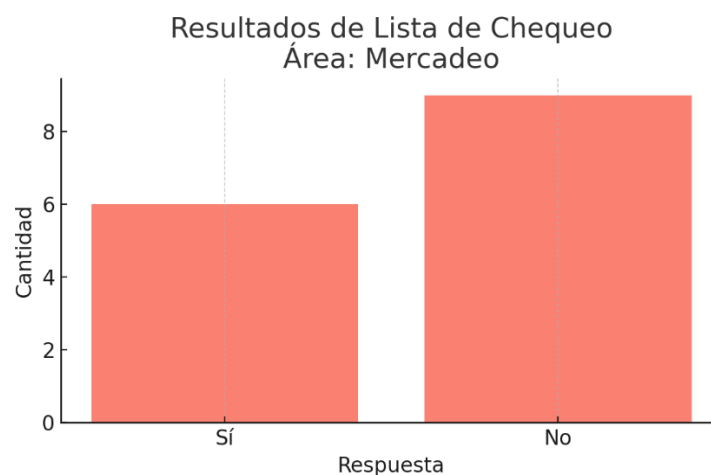
Nota: La gráfica de barras detalla el nivel de cumplimiento en los requisitos del componente legal. Fuente: Autores

El diagnóstico legal de Casa Ideal muestra un cumplimiento sólido respecto a las normativas y regulaciones locales y nacionales. De los 13 ítems evaluados en el área legal, 10 ítems (76,92%) obtuvieron respuestas afirmativas ("Sí") y 3 ítems (23,08%) respuestas negativas ("No"). Estos resultados reflejan que la empresa cuenta con contratos laborales actualizados, una adecuada gestión de riesgos legales, asesoría jurídica externa y auditorías legales periódicas.

Asimismo, se gestionan adecuadamente las licencias, los permisos necesarios y se protegen los derechos de propiedad intelectual. Sin embargo, se identificaron oportunidades de mejora, principalmente en la capacitación continua del personal en temas legales y en la actualización periódica de las políticas internas de la empresa. Además, aunque la empresa cumple con las normativas de salud y seguridad en el trabajo, no lo hace de forma constante durante todo el año, lo cual representa un riesgo potencial. En general, la gestión legal de Casa

Ideal es robusta, pero fortalecer estos aspectos contribuirá a consolidar su cumplimiento normativo y prevenir contingencias futuras.

Figura 3 Resultados lista de chequeo en el área Comercial y de Mercadeo

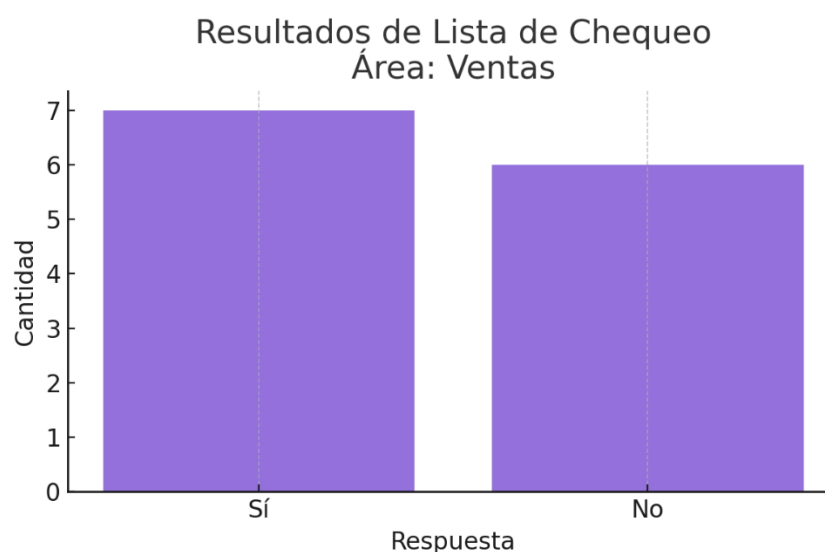


Nota: La gráfica de barras ilustra los hallazgos de la lista de chequeo aplicada al área de mercadeo. Fuente: Autores

El diagnóstico de mercadeo de Casa Ideal revela importantes avances, pero también áreas críticas que requieren atención. De los 15 ítems evaluados en el área de mercadeo, 6 ítems (40,00%) obtuvieron respuestas afirmativas ("Sí") y 9 ítems (60,00%) respuestas negativas ("No"), indicando la necesidad de fortalecer varios aspectos estratégicos. Aunque se desarrollan campañas de marketing digital y tradicional —incluyendo publicidad radial, redes sociales y voz a voz—, y se trabaja continuamente en la identidad de marca, no se realizan estudios de mercado periódicos ni análisis sistemáticos de la competencia y el posicionamiento, lo cual limita la capacidad de identificar nuevas tendencias y oportunidades. Asimismo, se evidencia la falta de herramientas de análisis para evaluar la efectividad de las campañas, poca innovación en las estrategias de marketing y escasa implementación de nuevas tecnologías. No obstante, se destaca positivamente que Casa Ideal segmenta adecuadamente su mercado objetivo, mejora la

comunicación con sus clientes y promueve la colaboración entre el equipo de mercadeo y otros departamentos. Fortalecer los procesos de análisis de mercado y modernizar las estrategias de marketing resultará clave para incrementar la competitividad de la empresa.

Figura 4 Resultados lista de chequeo en el área de Producción y Operaciones.

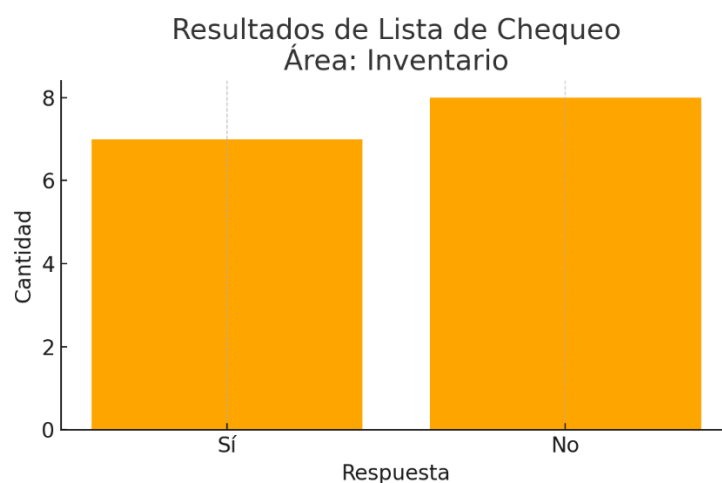


Nota: La gráfica de barras expone los resultados obtenidos en la verificación del departamento de ventas. Fuente: Autores

El área de ventas de Casa Ideal presenta un panorama enfocado en garantizar un desempeño eficiente y centrado en la satisfacción del cliente. De los 13 ítems evaluados en el área de ventas, 7 ítems (53,85%) obtuvieron respuestas afirmativas ("Sí") y 6 ítems (46,15%) respuestas negativas ("No"), lo cual evidencia un trabajo importante, pero con áreas de mejora. Se destacan prácticas clave como la implementación de técnicas de ventas efectivas y el desarrollo de estrategias de retención de clientes, reflejando un proceso de profesionalización del equipo de ventas. No obstante, se identificó la necesidad de formalizar el proceso de seguimiento post-venta, ya que actualmente no se aplica de manera sistemática a todos los clientes, lo que puede afectar la percepción de satisfacción. Aunque se da respuesta oportuna a los

requerimientos, es crucial estructurar mejor esta área para consolidar una estrategia de ventas más integral y alineada a objetivos claros. Además, si bien existen incentivos y colaboración con los otros departamentos o áreas que fortalecen la motivación del equipo, es necesario integrar estas acciones bajo un enfoque sistemático de mejora continua basado en métricas, retroalimentación y evaluación periódica.

Figura 5 Resultados lista de chequeo en el área de Inventario.



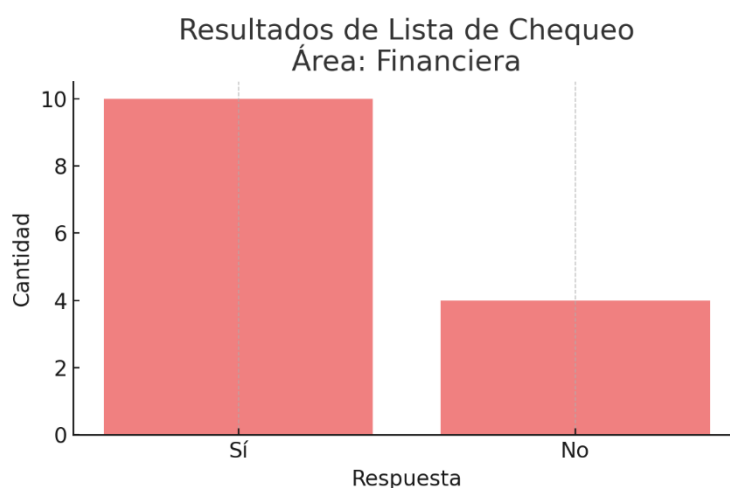
Nota: La gráfica de barras presenta los hallazgos de la verificación en el área de inventario.

Fuente: Autores

El diagnóstico del área de inventario en Casa Ideal evidencia un enfoque estructurado y estratégico en la gestión de recursos, con la aplicación de políticas de rotación (FIFO/LIFO) y el monitoreo efectivo de productos de alta y baja rotación, optimizando el control y flujo de inventarios. De los 15 ítems evaluados en esta área, 7 ítems (46,67%) obtuvieron respuestas afirmativas ("Sí") y 8 ítems (53,33%) respuestas negativas ("No"), mostrando un equilibrio que indica avances importantes, pero también áreas críticas de mejora. Se gestionan de forma eficiente las entradas y salidas de mercancía, aunque persiste la necesidad de tomar decisiones oportunas respecto a productos obsoletos para garantizar un almacenamiento más efectivo. Se

identifican además oportunidades de mejora en la capacitación del personal, la implementación de indicadores clave de desempeño (KPIs) y la creación de sistemas de alerta para niveles críticos, que actualmente se gestionan mediante tablas en Excel. Estos sistemas son esenciales para evitar faltantes y excesos, fortaleciendo la eficiencia y minimizando los riesgos operativos. Finalmente, la colaboración entre áreas refuerza la integración y asegura una alineación estratégica con los objetivos organizacionales.

Figura 6 Resultados lista de chequeo en el área Financiera



Nota: La gráfica de barras expone el estado de cumplimiento en el componente financiero.

Fuente: Autores

El análisis financiero de Casa Ideal muestra una gestión sólida y eficiente, basada en presupuestos detallados, control riguroso de costos y realización de análisis financieros periódicos. De los 14 ítems evaluados en el área financiera y contable, 10 ítems (71,43%) obtuvieron respuestas afirmativas ("Sí") y 4 ítems (28,57%) respuestas negativas ("No"), evidenciando una tendencia favorable en el cumplimiento de buenas prácticas financieras. Se

destacan aspectos positivos como el manejo adecuado de cuentas por cobrar y pagar, la optimización del flujo de caja, el análisis de rentabilidad de productos y servicios, y la implementación de sistemas de control interno. Además, se proporciona formación continua al personal financiero y se asegura una comunicación clara de la información contable a las partes interesadas.

No obstante, se identifican oportunidades de mejora relevantes: actualmente no se desarrollan planes financieros a corto y largo plazo ni se realizan auditorías internas con la regularidad necesaria. Estas falencias podrían exponer a la empresa a riesgos de liquidez, errores contables no detectados, incumplimientos normativos y problemas en la toma de decisiones estratégicas. Es crucial implementar planes de planificación financiera estructurada y auditorías internas periódicas para asegurar una gestión financiera sostenible, robusta y alineada con los objetivos de crecimiento de Casa Ideal.

Figura 7 Resultados de la lista de chequeo por área evaluada en la empresa Casa Ideal



Nota: La gráfica de barras identifica las seis áreas funcionales que fueron objeto de evaluación dentro de la organización. Fuente: Autores

La gráfica muestra de manera general las respuestas obtenidas en cada área evaluada de Casa Ideal. Se observa que la mayoría de las áreas presentan más respuestas negativas ("No") que afirmativas ("Sí"), lo que refleja oportunidades importantes de mejora en los procesos administrativos, comerciales y organizativos de la empresa. Fortalecer estos aspectos será clave para alcanzar una mayor eficiencia y competitividad en el mercado.

Análisis Crítico Comparativo de Resultados

Al analizar de manera comparativa los resultados de la lista de chequeo, se observa un patrón claro: Casa Ideal posee una base operativa y de cumplimiento normativo sólida, pero presenta debilidades estratégicas que limitan su potencial de crecimiento y eficiencia.

Las áreas Financiera y Legal son los pilares de la empresa, con los porcentajes más altos de cumplimiento (71,43% y 76,92% respectivamente). Esto indica que la organización gestiona adecuadamente sus obligaciones y recursos económicos en el día a día, lo que le otorga estabilidad y reduce riesgos significativos.

En contraste, las áreas más débiles son Mercadeo (60,00% de respuestas negativas) y la Organizacional y Administrativa (56,25% de respuestas negativas). Estas dos áreas están intrínsecamente conectadas: la falta de una estructura organizacional clara, con roles y políticas definidas, dificulta la implementación de una estrategia de mercadeo coherente y medible. La empresa actúa de forma reactiva en su promoción, pero no capitaliza oportunidades de mercado por falta de análisis y planificación.

En una posición intermedia se encuentran las áreas de Ventas, Inventario y Operaciones, cuyos resultados son más equilibrados. Estas áreas funcionan gracias a prácticas establecidas, como técnicas de venta efectivas o políticas de rotación de inventario. Sin embargo, su principal

deficiencia es la falta de sistematización y tecnología. Procesos clave como el seguimiento post-venta o las alertas de inventario crítico dependen de métodos manuales (o no existen formalmente), lo que impide la escalabilidad y aumenta el riesgo de errores.

El diagnóstico revela que Casa Ideal es una empresa funcionalmente sólida en su núcleo (finanzas y legalidad), pero carece de la estructura estratégica (organización y mercadeo) y de la optimización de procesos (ventas e inventario) necesarias para competir eficazmente y crecer de manera sostenible.

Tabla 1 Cuadro Resumen de Fortalezas y Debilidades por Área

Área evaluada	% Respuestas positivas	% Respuestas negativas	Principales problemas	Impacto organizacional
Organizacional y Administrativa	43,75%	56,25%	Roles no definidos, organigrama desactualizado y falta de políticas de comunicación y evaluación del desempeño ³ .	Confusión en la toma de decisiones, desalineación estratégica y posible impacto negativo en la motivación del personal ⁴ .
Legal	76,92%	23,08%	Falta de capacitación continua al personal y aplicación inconsistente de normativas de salud y seguridad durante el año ⁷ .	Riesgo potencial de contingencias futuras y incumplimientos normativos a pesar de la robustez general del área ⁸ .
Mercadeo	40,00%	60,00%	Carencia de estudios de mercado, análisis de competencia y herramientas para medir la efectividad de las campañas ¹¹ .	Limitada capacidad para identificar nuevas oportunidades de mercado, lo que reduce la competitividad y el alcance comercial ¹² .

Ventas	53,85%	46,15%	El proceso de seguimiento post-venta no se aplica de manera sistemática, afectando la fidelización ¹⁵ .	Pérdida de oportunidades para fortalecer la satisfacción del cliente y falta de un enfoque estructurado para la mejora continua
Inventario	46,67%	53,33%	Inexistencia de indicadores de desempeño (KPIs) y sistemas de alerta automatizados para niveles críticos (dependencia de Excel) ¹⁹ .	Riesgo elevado de faltantes o excesos de inventario, lo que genera ineficiencias operativas y posibles pérdidas financieras ²⁰ .
Financiera y Contable	71,43%	28,57%	No se desarrollan planes financieros a corto y largo plazo ni se realizan auditorías internas con la regularidad necesaria ²³ .	Exposición a riesgos de liquidez, errores no detectados y dificultades en la toma de decisiones estratégicas a largo plazo ²⁴ .

Nota: La tabla sintetiza el diagnóstico integral de las seis áreas funcionales de la empresa.

Fuente: Autoría propia

Articulación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Para dar un valor agregado académico y social al proyecto, y en línea con la importancia que la UNAD otorga a la Agenda 2030, se articulan los hallazgos del diagnóstico de Casa Ideal con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La optimización de la eficiencia organizacional, la digitalización y el fortalecimiento de procesos se vinculan directamente con los siguientes ODS:

ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico

El diagnóstico en Casa Ideal reveló que la empresa carece de un organigrama actualizado, un manual de funciones y procesos de selección de personal claros. A raíz de esto, se identificó la necesidad urgente de contratar un administrador para fortalecer la estructura interna.

Esta situación se articula con el ODS 8, ya que la mejora de la estructura organizacional y la contratación de personal especializado contribuyen directamente a generar empleo decente, formalizar las relaciones laborales existentes y aumentar la productividad general de la empresa.

Por lo tanto, al proponer la actualización del organigrama y el manual de funciones, el proyecto favorece la claridad de roles y la formalización laboral en Casa Ideal, lo que se enmarca en la meta 8.3 del ODS 8: promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas y la creación de puestos de trabajo decentes. Asimismo, la recomendación de contratar un administrador bajo un perfil técnico y sin sesgos fomenta el empleo productivo y el crecimiento económico sostenido de la empresa.

ODS 9: Industria, Innovación e Infraestructura

Se halló que Casa Ideal depende de procesos manuales y herramientas ofimáticas como Excel, lo que genera duplicidad de tareas y un alto riesgo de errores. Adicionalmente, sus estrategias de marketing carecen de herramientas tecnológicas para medir su impacto real.

Este hallazgo se vincula con el ODS 9, pues la transición hacia sistemas integrados como un ERP y la adopción de un plan de marketing digital modernizan la infraestructura tecnológica de la empresa, haciéndola más resiliente, eficiente e innovadora, lo cual es clave para la competitividad de una PYME.

De esta manera, la recomendación de integrar un sistema ERP para conectar inventarios, cartera y ventas se alinea con la meta 9.1 del ODS 9, que busca desarrollar infraestructuras fiables, sostenibles y resilientes para apoyar el desarrollo económico. Igualmente, la implementación de un plan de marketing digital con herramientas de análisis fomenta la innovación y contribuye a mejorar la capacidad tecnológica del sector comercial local.

ODS 12: Producción y Consumo Responsables

Se identificó que la gestión de inventarios de la empresa carece de indicadores de desempeño (KPIs) y de sistemas de alerta automatizados, lo cual dificulta la toma de decisiones sobre productos obsoletos y la optimización de los recursos disponibles.

Esta deficiencia se articula con el ODS 12, ya que una gestión de inventarios eficiente y tecnologizada reduce el riesgo de obsolescencia y el potencial desperdicio de productos, promoviendo un uso más responsable de los recursos. Adicionalmente, la empresa tiene la capacidad de influir positivamente en los patrones de consumo de sus clientes.

En consecuencia, al proponer la implementación de KPIs y sistemas de alerta para la gestión de inventarios, el proyecto contribuye a la meta 12.2 del ODS 12, que persigue la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales, minimizando las pérdidas de productos. Adicionalmente, mediante campañas de marketing enfocadas en electrodomésticos de bajo consumo energético, como la de “Ahorro de energía que se nota”, Casa Ideal puede fomentar patrones de consumo más responsables entre sus clientes.

Análisis Fase 2: Aplicación de Técnicas de Análisis Cualitativo

Se aplicó la matriz DOFA para obtener una visión integral de los factores que influyen en la competitividad y sostenibilidad de la empresa en el mercado de electrodomésticos.

Tabla 2 DOFA de Casa Ideal

Factor	Descripción	Impacto en los procesos	Estrategias potenciales
Debilidades	Falta de actualización del organigrama y manual de funciones.	Genera confusión en roles y responsabilidades, afectando la eficiencia y la toma de decisiones.	Actualizar el organigrama y manual de funciones para clarificar roles y establecer una estructura sólida.
	Ausencia de auditorías internas regulares y planificación financiera a corto y largo plazo.	Aumenta el riesgo de errores contables, problemas de liquidez y falta de decisiones estratégicas informadas.	Implementar auditorías financieras periódicas y desarrollar planes financieros para mejorar la gestión de recursos.
	Seguimiento post-venta inconsistente para todos los clientes.	Impacta la percepción de satisfacción y fidelización de los clientes.	Formalizar el proceso de seguimiento post-venta con protocolos estandarizados para garantizar uniformidad.
Oportunidades	Falta de mayor agilidad para dar respuesta a las inquietudes de los clientes.	Reducir la satisfacción del cliente y la fidelización.	Implementar un sistema de atención al cliente eficiente, como una línea directa o un chatbot automatizado.
	Expansión hacia redes electrónicas y adopción de herramientas tecnológicas avanzadas.	Incrementa la eficiencia operativa y amplía la cobertura del mercado.	Implementar sistemas de gestión integradas (ERP) y estrategias digitales para llegar a más clientes.
	Creciente aceptación de medios de pago digitales y diversificación de opciones de crédito.	Mejora la experiencia del cliente y facilita las transacciones.	Promover el uso de medios digitales y fortalecer alianzas con plataformas financieras para incrementar ventas.
	Adquirir una infraestructura más amplia y maquinaria elevadora para carga y descarga de mercancías.	Mejora los tiempos de operación y reduce el esfuerzo físico del personal.	Evaluar opciones de inversión para infraestructura y equipos que incrementan la

			productividad operativa.
Fortalezas	Gestión estructurada del inventario con políticas claras de rotación y control de productos.	Optimice el flujo de inventarios y minimice los costos operativos.	Consolidar el uso de KPIs y sistemas de alerta para monitorear niveles críticos de inventario.
	Cultura organizacional positiva y colaboración interdepartamental.	Favorece la motivación y el trabajo en equipo, mejorando la eficiencia.	Continuar incentivando la capacitación y el reconocimiento al personal.
	Publicidad efectiva en medios tradicionales y digitales.	Aumenta el alcance de los productos y la fidelización de clientes.	Ampliar el análisis del impacto de las campañas publicitarias mediante herramientas de medición y seguimiento.
	Medio de transporte disponible por tiempo.	Asegura entregas eficientes ya tiempo, aumentando la satisfacción del cliente.	Mantener un programa de mantenimiento preventivo y optimizar rutas de entrega para mejorar la logística.
	Personal conocido por la zona.	Genera confianza y relaciones sólidas con los clientes, facilitando la fidelización.	Aprovechar el conocimiento local para identificar oportunidades de mercado y fortalecer las relaciones comerciales.
Amenazas	Competencia creciente en el sector con estrategias más innovadoras.	Puede disminuir la cuota de mercado y el posicionamiento de la marca.	Realizar estudios de mercado periódicos para identificar tendencias y ajustar estrategias de posicionamiento.
	Problemas de orden público.	Interfiere con la logística de distribución y las operaciones en zonas afectadas.	Desarrollar planes de contingencia y fortalecer alianzas locales para mitigar

riesgos relacionados
con la seguridad.

Nota: La tabla presenta el análisis causal de las deficiencias detectadas en la organización.

Fuente: Autoría propia

Análisis de Resultados DOFA

El análisis DOFA de Casa Ideal revela un equilibrio entre fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que afectan sus procesos organizacionales. Destacan aspectos positivos como la gestión eficiente del inventario, una cultura organizacional colaborativa y estrategias de publicidad efectivas. Además, la adopción de tecnologías y la expansión de infraestructura representan oportunidades para mejorar la operatividad y ampliar la cobertura de mercado.

No obstante, persisten debilidades clave, como la falta de un organigrama actualizado, procesos manuales que afectan la eficiencia, un seguimiento post-venta inconsistente y la ausencia de auditorías internas y planificación financiera. En cuanto a amenazas, la creciente competencia con estrategias innovadoras y los problemas de orden público representan desafíos importantes.

Para fortalecer su posición, Casa Ideal debe actualizar su organigrama y manual de funciones, definir políticas organizacionales claras y digitalizar sus procesos operativos y financieros. Además, es esencial formalizar el seguimiento post-venta, establecer auditorías internas periódicas y desarrollar planes financieros a corto y largo plazo.

Finalmente, capacitar al personal en áreas clave, innovar en marketing y realizar estudios de mercado permitirá a la empresa consolidar su crecimiento. La inversión en infraestructura y maquinaria elevará la eficiencia operativa y reducirá riesgos logísticos.

Tabla 3 Análisis de Resultados DOFA

Problema	Causas potenciales	Evidencia	Causa raíz
Falta de actualización del organigrama y Manual de funciones	Ausencia de procesos para revisión periódica y falta de liderazgo para la ejecución de forma efectiva.	Roles y responsabilidades confusos; tareas redundantes y decisiones poco claras.	Falta de planeación estratégica para definir y actualizar las estructuras organizativas.
Ausencia de auditorías internas y planificación financiera	Enfoque en la operación diaria sin priorizar procesos de control y planificación a futuro.	Errores contables y ausencia de planes a corto y largo plazo, pronosticando riesgos financieros.	Falta de cultura organizacional orientada al control financiero y planificación estructurada.
Seguimiento post-venta inconsistente	Falta de protocolos estandarizados y percepción negativa hacia clientes exigentes.	Procesos de seguimiento aplicados solo a algunos clientes; quejas de insatisfacción no resultados uniformemente.	Ausencia de procesos definidos para el seguimiento y fidelización del cliente.
Baja agilidad en respuesta a inquietudes de clientes	Recursos humanos y tecnológicos insuficientes para atender solicitudes en tiempo real.	Retrasos en las respuestas, disminución en la satisfacción y quejas por la lentitud en la atención.	Falta de inversión en sistemas de atención al cliente y capacitación del personal.
Competencia con estrategias innovadoras	Falta de estudios de mercado y análisis de las tendencias en el sector.	Pérdida de cuota de mercado y estrategias de marketing tradicionales sin evolución significativa.	Falta de análisis constante de las tendencias y acciones competitivas en el mercado.
Problemas de orden público	Inseguridad en zonas específicas que dificultan la logística y elevan los costos.	Retrasos en la entrega de productos y costos adicionales en rutas alternativas.	Falta de un plan de contingencia ante problemas de seguridad en las operaciones.
Gestión limitada de productos obsoletos en inventario	Falta de políticas para identificar y decidir sobre productos con baja rotación.	Productos acumulados en inventarios, generando costos de	Falta de análisis continuo y estrategias para minimizar la

		almacenamiento y espacio limitado.	obsolescencia de inventarios.
Falta de innovación en marketing	Dependencia de medios tradicionales y falta de herramientas tecnológicas modernas.	Poca penetración en mercados emergentes y ausencia de evaluación de campañas publicitarias.	Falta de herramientas para medir impacto y estrategias digitales avanzadas.
Infraestructura limitada para operaciones	Espacios reducidos y falta de equipos adecuados para manejo de mercancías.	Retrasos en el cargue y descargue, así como en la operación diaria por esfuerzo físico excesivo del personal.	Falta de inversión en infraestructura y maquinaria para optimizar las operaciones logísticas.

Nota: La tabla presenta el análisis causal de las deficiencias operativas y estratégicas detectadas en la organización Fuente: Autores

Análisis de la Matriz de Impacto - Causa

Se aplicó la matriz de análisis de causa raíz para identificar los factores fundamentales de los problemas encontrados. Los principales hallazgos indican que las debilidades en la gestión interna derivan de la falta de planeación estratégica, procesos estandarizados y baja inversión en tecnología e infraestructura. Abordar estas causas será clave para fortalecer la sostenibilidad y competitividad de la empresa.

Se recomienda actualizar las estructuras organizativas, mejorar la comunicación interna, estandarizar procesos críticos y adoptar herramientas tecnológicas avanzadas para optimizar la eficiencia operativa y el alineamiento estratégico de la empresa.

Plan de Acción para la Optimización de Procesos Operativos

Objetivo

Proponer estrategias innovadoras y sostenibles para optimizar la eficiencia organizacional de Casa Ideal, mejorando su competitividad y la satisfacción del cliente.

Análisis de la Situación Actual

Se realizó un análisis de los procesos operativos actuales, identificando diversas áreas de mejora. La empresa cuenta con documentos legales actualizados, así como una definición clara de su misión y visión, además de incentivos para sus empleados. Sin embargo, se han detectado deficiencias en el almacén, que incluyen la falta de políticas institucionales claras, la necesidad de actualizar el organigrama, la ausencia de un manual de funciones detallado, la falta de definición y comunicación de objetivos estratégicos, la digitalización insuficiente de los procesos operativos, la carencia de capacitación en cumplimiento legal, la escasa innovación en estrategias de mercadeo, la ausencia de seguimiento postventa y la necesidad de optimizar la gestión de inventarios mediante KPIs y sistemas de alerta digital.

Para el seguimiento postventa centralizaremos la conversación en WhatsApp Business: cada compra quedará con una etiqueta simple (nuevo, en instalación, garantía, seguimiento) y respuestas rápidas para no hacer esperar a nadie. Abriremos un ticket breve por caso, con responsable y plazo claro, y acompañaremos con tres toques automatizados y útiles: confirmación y guía de uso el día 0, un check-in de satisfacción a las 48–72 h, y una encuesta corta con solicitud de reseña entre el día 7–10. Cuando la compra incluya instalación o sea de alto valor, haremos además una llamada proactiva a las 48–72 h. Cuidaremos el Perfil de

Empresa en Google (fotos, ofertas, respuestas en <24 h) y enviaremos micro tutoriales y FAQs por enlace corto o QR en la factura y en tienda para resolver dudas recurrentes sin fricción.

Para saber si funciona, veremos en un tablero mensual tiempos de primera respuesta y de resolución, cuántas conversaciones terminan en solución o recompras, la calificación promedio y el NPS (índice de recomendación), el % de reseñas 4–5 y los referidos (identificados con cupones o enlaces UTM). Arrancaremos con un piloto de 4–6 semanas, metas simples (por ejemplo, responder en 2 horas hábiles y subir 30% las reseñas), revisión semanal con el equipo y ajustes de tono, frecuencia y contenido según lo que digan los datos y las personas. Siempre con permiso explícito para escribir, una frecuencia moderada (máximo 1–2 contactos por semana) y un camino rápido para hablar con alguien cuando el cliente lo prefiera.

Estas mejoras permitirán aumentar la eficiencia operativa y la competitividad en el mercado de electrodomésticos.

Problemas detectados

- Falta de política legales institucionales: La ausencia de directrices claras dificulta la toma de decisiones coherentes y afecta la operatividad de la empresa.
- Organigrama desactualizado: La falta de una estructura organizacional clara genera confusión en roles y responsabilidades, afectando la coordinación entre empleados.
- Inexistencia de un manual de funciones: La ausencia de un documento que defina las responsabilidades de cada puesto conduce a ineficiencias y duplicación de esfuerzos.
- Carencia de objetivos estratégicos definidos: La falta de metas claras dificulta la planificación y el seguimiento del progreso organizacional.

- Necesidad de contratar un administrador con un perfil específico: La ausencia de un profesional capacitado en administración y mercadeo limita la digitalización y gestión eficiente de la empresa.
- Deficiencias tecnológicas en la gestión de inventarios: La falta de herramientas adecuadas incrementa el riesgo de sobrestock o desabastecimiento.
- Baja participación en marketing digital: La limitada presencia en canales digitales reduce la visibilidad de la empresa y su relación con los clientes, afectando el crecimiento de ventas y la fidelización.

Estrategias y Acciones Para Implementar

Acción 1: Implementación de Políticas Institucionales

Estrategia: Desarrollar y formalizar políticas claras para la operatividad de la empresa.

Descripción: Identificar las áreas que requieren políticas, conformar un equipo encargado de su elaboración y capacitar al personal en su aplicación.

Responsables: Gerencia, Recursos Humanos, asesor externo.

Recursos necesarios: Documentos de referencia, personal especializado, presupuesto.

Plazo: 3 meses.

Indicadores de éxito: Número de políticas implementadas, nivel de comprensión del personal, reducción de conflictos internos.

Acción 2: Actualización del Organigrama

Estrategia: Diseñar y mantener actualizado un organigrama organizacional.

Descripción: Analizar la estructura actual, definir cambios necesarios y asegurar su disponibilidad para todos los empleados.

Responsables: Gerencia, Recursos Humanos, asesor externo.

Recursos necesarios: Software de diseño de organigramas, información actualizada.

Plazo: 2 meses.

Indicadores de éxito: Organigrama actualizado y accesible, nivel de comprensión de empleados, reducción de confusiones internas.

Acción 3: Creación de un Manual de Funciones

Estrategia: Diseñar un manual detallado para cada puesto.

Descripción: Identificar funciones actuales y documentarlas en un manual accesible para los empleados.

Responsables: Gerencia, Recursos Humanos, asesor externo.

Recursos necesarios: Documentos de referencia, software de edición.

Plazo: 4 meses.

Indicadores de éxito: Manual distribuido, nivel de comprensión de empleados, reducción de tareas duplicadas.

Acción 4: Definición de Objetivos Estratégicos

Estrategia: Establecer metas claras y medibles.

Descripción: Organizar una sesión de planificación estratégica con la dirección y comunicar los objetivos a todo el personal.

Responsables: Gerencia, Recursos Humanos, asesor externo.

Recursos necesarios: Asesor externo, herramientas de seguimiento.

Plazo: 2 meses.

Indicadores de éxito: Objetivos definidos y comunicados, nivel de comprensión del personal.

Acción 5: Contratación de un Administrador Especializado

Estrategia: Seleccionar un profesional capacitado para la gestión administrativa y de mercadeo.

Descripción: Definir competencias requeridas y realizar un proceso de selección riguroso.

Responsables: Gerencia.

Recursos necesarios: Presupuesto, herramientas de evaluación.

Plazo: 3 meses.

Indicadores de éxito: Perfil definido, selección completada, integración del administrador.

Acción 6: Digitalización de la Gestión de Inventarios

Estrategia: Implementar software de control de inventarios en tiempo real.

Descripción: Automatizar el registro y monitoreo de existencias.

Responsables: Gerente, asistente de inventarios, asesor.

Recursos necesarios: Software especializado, presupuesto para capacitación.

Plazo: 3 meses.

Indicadores de éxito: Reducción de errores en inventarios, actualización en tiempo real.

Acción 7: Fortalecimiento del Marketing Digital

Estrategia: Implementar estrategias digitales integrales.

Descripción: Mejorar la participación en redes sociales, publicidad digital y email marketing.

Responsables: Gerente, jefe de marketing y ventas.

Recursos necesarios: Plataformas digitales, presupuesto publicitario.

Plazo: 3 meses.

Indicadores de éxito: Crecimiento de interacción, incremento de ventas.

Asignación de Recursos

Tabla 4 Asignación de recursos

Acción	Responsables	Recursos Necesarios	Plazo	Indicadores de Éxito
Falta de Políticas Institucionales	Gerencia, RRHH, Asesor externo, empleados	Documentos de referencia, personal especializado, presupuesto	Tres meses	Número de políticas desarrolladas, comprensión de empleados, reducción de conflictos
Ausencia de un Organigrama Actualizado	Gerencia, RRHH, Asesor externo	Software de diseño de organigramas, información actualizada	Dos meses	Organigrama accesible, comprensión de empleados, reducción de confusiones
Inexistencia de un Manual de Funciones	Gerencia, RRHH, Asesor externo	Documentos de referencia, personal especializado, software de edición	Cuatro meses	Manual creado y distribuido, comprensión de empleados, reducción de duplicidad de tareas
Carencia de Objetivos Estratégicos Claros	Gerencia, RRHH, Asesor externo	Asesor externo en planificación estratégica, herramientas de seguimiento	Tres meses	Objetivos definidos y comunicados, comprensión de empleados, progreso medible
Necesidad de Contratar un Administrador con un Perfil Específico	Gerencia	Herramientas de evaluación, entrevistas, presupuesto de contratación	Tres meses	Perfil definido, proceso de selección completado, satisfacción con el desempeño,

				integración exitosa
Tecnología para el Área de Inventarios	Gerente, Asistente de inventarios, Asesor del programa	Software de gestión de inventarios, licencias/suscripciones, presupuesto para capacitación	Tres meses	Reducción de errores en inventarios, actualización en tiempo real, reducción de productos fuera de stock
Poca Participación de Marketing Digital	Gerente, jefe de marketing, Asesor en diseño y redes	Plataforma de gestión y publicidad en redes sociales	Tres meses	Tasa de interacción, crecimiento de contenido viral, tiempo de respuesta y atención al cliente

Nota: La tabla detalla la propuesta estratégica para subsanar las deficiencias identificadas en el diagnóstico. Fuente: Autoría propia

Cronograma

Tabla 5 Cronograma

Acción	Plazo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Falta de Políticas Institucionales	Tres meses	Diagnóstico y formación de comité	Redacción de políticas	Capacitación y revisión final	-
Ausencia de un Organigrama Actualizado	Dos meses	Análisis de estructura y recopilación de datos	Creación y revisión del organigrama	-	-
Inexistencia de un Manual de Funciones	Cuatro meses	Análisis de funciones actuales	Redacción del manual de funciones	Revisión y ajustes	Distribución y capacitación
Carencia de Objetivos Estratégicos Claros	Dos meses	Sesión de planificación estratégica	Comunicación de objetivos	-	-
Necesidad de Contratar un Administrador con un Perfil Específico	Tres meses	Definición del perfil y redacción de descripción	Proceso de selección y entrevistas	Integración y capacitación inicial	-
Tecnología para el Área de Inventarios	Tres meses	Selección del software y planificación de implementación	Implementación del software y capacitación del personal	Ajustes y seguimiento	-
Poca Participación de Marketing Digital	Tres meses	Desarrollo del plan de marketing digital	Implementación de estrategias de marketing digital	Evaluación y ajustes	-

Nota: La tabla presenta la programación temporal para la ejecución del plan de mejoramiento

durante un periodo de cuatro meses Fuente: Autoría propia

Monitoreo y Evaluación

El monitoreo del Plan de Acción para Optimización de Procesos Operativos de Casa Ideal se enfocará en seguir el progreso de las acciones mediante indicadores clave de desempeño (KPIs), reuniones periódicas y la recopilación de feedback de los empleados. Los responsables revisarán mensualmente los avances, realizando ajustes según sea necesario, y elaborarán informes detallados para mantener a todos informados sobre el progreso y las decisiones tomadas.

La evaluación del plan se llevará a cabo mediante revisiones trimestrales y anuales, comparando los resultados obtenidos con las metas iniciales. Se utilizarán encuestas y entrevistas para recolectar opiniones de los empleados y se analizarán los datos para identificar áreas de mejora. Este enfoque permitirá realizar ajustes continuos y asegurar que las estrategias implementadas contribuyan al éxito y crecimiento sostenible de Casa Ideal.

Comunicación

La comunicación en el Plan de Acción para Optimización de Procesos Operativos de Casa Ideal es fundamental para garantizar la implementación efectiva de las estrategias y acciones propuestas. Se establecerán canales de comunicación claros y eficientes entre todos los niveles de la organización, asegurando que los empleados estén informados sobre el progreso del plan y las decisiones tomadas. Las reuniones periódicas, informes detallados y encuestas de feedback permitirán una interacción constante y fluida, facilitando la comprensión y el compromiso de todos los miembros de la empresa. Además, se promoverá la transparencia y la colaboración para resolver cualquier obstáculo que pueda surgir durante la ejecución del plan, fomentando un ambiente de trabajo cohesionado y orientado hacia el éxito.

El Plan de Acción para la Optimización de Procesos Operativos de Casa Ideal presenta un enfoque integral y bien estructurado para abordar las áreas críticas que necesitan mejoras, con el objetivo de aumentar la eficiencia organizacional y la competitividad en el mercado de electrodomésticos. El plan identifica problemas clave, como la falta de políticas institucionales claras, la ausencia de un organigrama actualizado, la inexistencia de un manual de funciones, la carencia de objetivos estratégicos, la necesidad de un administrador capacitado, la insuficiencia de tecnología en la gestión de inventarios y la escasa participación en marketing digital.

Para cada situación, se han propuesto estrategias específicas, responsables, recursos necesarios, plazos e indicadores de éxito, lo que garantiza una implementación efectiva y un seguimiento constante. El monitoreo se centrará en indicadores clave de desempeño y en la recopilación de feedback de los empleados, mientras que la evaluación incluirá revisiones periódicas y el análisis de datos para ajustar las estrategias según sea necesario. La comunicación clara y transparente entre todos los niveles de la organización es fundamental para el éxito del plan, asegurando la comprensión y el compromiso de todos los empleados.

Conclusiones

El desarrollo del presente proyecto permitió realizar un análisis profundo de los procesos internos de la empresa Casa Ideal en el municipio de La Plata, Huila, evidenciando las fortalezas, debilidades y oportunidades que afectan su desempeño organizacional. A partir del enfoque cualitativo implementado, se emplearon entrevistas, observaciones directas, revisión documental y herramientas analíticas como la matriz DOFA, las cuales facilitaron la comprensión del estado actual de la empresa en áreas clave como organización, finanzas, ventas y mercadeo. Uno de los aportes más significativos fue la construcción de un diagnóstico integral que reveló la necesidad urgente de actualizar la estructura organizativa, implementar un manual de funciones y avanzar en la adopción de herramientas tecnológicas para aumentar la eficiencia operativa.

Gracias a este análisis, se diseñó un plan de acción estratégico que propone intervenciones concretas, incluyendo la actualización del organigrama, la contratación de un administrador, la digitalización de la gestión de inventarios y el fortalecimiento del marketing digital, cada una formulada con responsables, plazos e indicadores para garantizar su viabilidad. En este sentido, el proyecto no solo constituye una hoja de ruta para transformar a Casa Ideal, sino que también valida un modelo metodológico replicable para otras pequeñas y medianas empresas del sector que enfrenten retos similares de formalización y modernización. La estructura de diagnóstico, priorización y diseño de un plan de acción a medida puede ser adaptada por otras organizaciones para construir su propio camino hacia la competitividad.

Asimismo, el proceso desarrollado representa una contribución significativa al programa de Maestría en Administración de las Organizaciones, al materializar la articulación entre la teoría y la práctica empresarial aplicada. El trabajo evidencia cómo los conocimientos en gestión de procesos y estrategia organizacional pueden transferirse para generar soluciones pertinentes y

de alto impacto en el contexto de una PYME real, sirviendo como un caso de estudio que enriquece el campo académico. Se demostró que la optimización de procesos no solo mejora la rentabilidad, sino que también contribuye a la sostenibilidad, la innovación y la competitividad de la organización. Como resultado, Casa Ideal cuenta ahora con una base sólida para iniciar un proceso de cambio sostenido, orientado a consolidar su presencia en el mercado regional y responder con mayor eficacia a las dinámicas del sector.

Referencias

- Abdel, G. & Romo, M. D. (2005). Sobre el concepto de competitividad. Comercio Exterior. 55(3), 200-124
- Bonilla, L., & Martínez, P. (2024). *Diseño de un plan de trabajo para la gestión automatizada de procesos en empresa Lenor Colombia* [Trabajo de grado, Universidad EAN].
<https://repository.ean.edu.co/handle/10882/12548>
- Business Research (2024, 11 de noviembre). Resumen del informe de mercados de electrodomésticos. Recuperado de <https://www.businessresearchinsights.com/es/market-reports/household-appliances-market-111930>
- Cabrera Martínez, A.M (2011). La competitividad empresarial. Recuperado de https://www.academia.edu/77783137/La_Competitividad_Empresarial_Un_Marco_Conceptual_Para_Su_Estudio_Corporate_Competitiveness_A_Conceptual_Framework_for_its_Study
- Cámara de Comercio del Huila (2024). Informes económicos y Regionales. Recuperado de <https://www.cchuila.org/servicios-para-usted/informe-economicos-y-regionales/>
- Cervera, F.G. (2011): "La percepción de la efectividad organizacional", tesis en opción al Grado Científico de Doctor en Administración, Universidad Autónoma de Querétaro.
- Cevallos Ortega, F. L., & Cruz Rodríguez, M. A. (2023). La evolución de la teoría de la contingencia: Enfoques paradigmáticos y estrategias metodológicas. Revista Científica Arbitrada de la Fundación Mente Clara, 8(2), 2061-2080. Recuperado de

https://tambara.org/wpcontent/uploads/2024/08/2.Evoluci%C3%B3n_Teor%C3%ADa_cointingencia_Cevallos_F_Cruz_M.pdf

Corporación Universitaria Areandina. (2023). *Plan de mejora y optimización en almacenes y distribución de materiales. Caso Deltec S.A.* [Trabajo de grado, Areandina].

<https://repositorio.areandina.edu.co/handle/areandina/3753>

Chiavenato, I. (2011). *Introducción a la teoría general de la administración* (8.^a ed.). México: McGraw-Hill.

Cruz-Correa, M., Salazar, A., & Peña, F. (2023). *Modelos de optimización en pymes colombianas: análisis de indicadores de eficiencia*. *Revista Latinoamericana de Estrategia*, 21(1), 67-84. <https://doi.org/10.24067/estrategia.2023.21.1.5>

David, F. R. (2013). *Conceptos de administración estratégica* (14.^a ed.). Pearson Educación. Economista Colombia. (2023, 4 de enero). *Tendencias de 2023: electrodomésticos que ahorran tiempo y energía*. Recuperado de <https://economistacolombia.com/empresarial/tendencias-de-2023-electrodomesticos-que-ahorran-tiempo-y-energia/>

George, M. L. (2022). *Lean Six Sigma for Service: How to Use Lean Speed and Six*

George, M. L. (2022). *Lean Six Sigma for service: How to use Lean speed and Six Sigma quality to improve services and transactions*. McGraw Hill.

<https://www.mheducation.com/highered/product/lean-six-sigma-service-george/M9780071418218.html>

- Gómez Guasca, C. (2023, 11 de septiembre). Por qué están cayendo las ventas de electrodomésticos y los celulares. Portafolio. Recuperado de <https://www.portafolio.co/negocios/comercio/por-que-estan-cayendo-las-ventas-de-electrodomesticos-y-los-celulares-588797>
- Gómez Palestino, P. (2018, abril 24). *Teorías de la administración y sus enfoques*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/teorias-de-la-administracion/>
- González-Morales, M. G., & Ortega, J. A. (2021). Automatización y bienestar laboral: una revisión sistemática. *Revista Colombiana de Psicología*, 30(2), 89-105. <https://doi.org/10.15446/rcp.v30n2.92123>
- González-Pup, N. (2023). *La automatización de procesos en Pymes del municipio de Neiva, Huila* [Tesis de grado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD]. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/55230>
- Guillén-Sánchez, J. S., Abarca, R. A., & Vite, J. A. (2023). Herramientas de mejora más utilizadas en la gestión de almacenes: una revisión sistemática (2012–2022). *Signos, Investigación en Sistemas de Gestión*, 16(1). <https://doi.org/10.15332/24631140.8816>
- Granados, F. A., Salamanca, M. J., Tique, J. E., Zorro, K. L., & Buitrago, E. (2022). *Propuesta de Supply Chain Management y logística para Molinos Flor Huila Ltda.* [Trabajo de grado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD]. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/47432>
- Hernández, H. A., Cruz-Gil, Y. L., Puentes-Saavedra, M. D., & Mendoza-Patiño, D. E. (2021). Diseño de un sistema de gestión de inventarios para el almacén Técnitaller S.A.S de la

- ciudad Neiva-Huila, Colombia. *Revista de Investigaciones Universidad del Quindío*, 33(2), 143–152. <https://doi.org/10.33975/riuq.vol33n2.562>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Hidalgo, Á. L. N., Ramírez, D. H. B., & Ríos, G. A. C. (2014). Estrategia organizacional: una propuesta de estudio. *Estudios gerenciales*, 30(131), 153-161. <https://www.elsevier.es/es-revista-estudios-gerenciales-354-articulo-estrategia-organizacional-una-propuesta-estudio-S0123592314001144>
- Informe de Expertos. (2024). *Mercado de electrodomésticos en Colombia: Análisis y pronóstico 2024-2032*. <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-electrodomesticos-en-colombia>
- ISO. (2020). *ISO 9001:2015 - Sistemas de gestión de la calidad: requisitos*. International Organization for Standardization.
- Mayol Marcó, D. D. (2014). Taylor, cien años después. *Revista Venezolana De Análisis De Coyuntura*, 19(2), 195–209. <https://doi.org/10.54642/rvac.v19i2.6271>
- Mordor Intelligence. (2024). Cuota de mercado de electrodomésticos, tamaño - Tendencias y análisis. Recuperado de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/global-home-appliances-market-industry>
- Mordor Intelligence. (2024). Análisis de participación y tamaño del mercado de electrodomésticos. Recuperado de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/global-major-home-appliances-market>

- Mintzberg, H. (2020). *Managing the Myths of Health Care: Bridging the Separations between Care, Cure, Control, and Community*. Berrett-Koehler Publishers
- Neetwork Online Business School B.V. (2024). Teorías de la administración: Cuáles son, autores y ejemplos. Recuperado de <https://neetwork.com/teorias-de-la-administracion/>
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2019). *The Wise Company: How Companies Create Continuous Innovation*. Oxford University Press.
- OECD. (2021). *The future of productivity: Main trends and policies*. OECD Publishing. <https://www.oecd.org/economy/the-future-of-productivity.htm>
- Porter, M. E. (2019). *La ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Grupo Planeta. <https://www.planetadelibros.com.co/libro-la-ventaja-competitiva/328314>
- Pineda, J. C., & López, R. M. (2022). Factores determinantes en la productividad de las pequeñas empresas del sector comercial en Huila. *Revista CEA*, 9(17), 45-62. <https://doi.org/10.21676/16574923.4726>
- Porter, M. E. (2019). *La ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Grupo Planeta.
- Ríos, A., & Bedoya, J. (2023). *Impacto de la gestión de inventarios en la eficiencia operativa: caso La Corte Casa de Carnes* [Trabajo de grado, Universidad Cooperativa de Colombia]. <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/50486>

- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2009). *Management* (10th ed.). Pearson Education. Capítulo 1: Managers and You in the Workplace (p. 2), Capítulo 8: Foundations of Planning (p. 200).
- Ruíz, L. y M. Reinoso (2009): "El Sistema Integral de Gestión Empresarial, una herramienta útil para el mejoramiento continuo de la empresa cubana", *El Directivo al Día*, vol. VII, n.o 4, Centro de Estudios y Servicios Ambientales de Villa Clara.
- Sibaja Ramos, M. (2021). *Implementación de codificación de inventario con códigos de barras en Cotraser CTA* [Tesis de pregrado, Tecnológico de Antioquia – Institución Universitaria]. <https://repositorio.tdea.edu.co/handle/123456789/1516>
- Schumpeter, J. A. (2008). *La teoría del desarrollo económico: Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y el ciclo económico* (Edición reimpressa). Transaction Publishers.
- Schwab, K. (2020). *La cuarta revolución industrial*. Debate.
<https://www.weforum.org/about/the-fourth-industrial-revolution-by-klaus-schwab>
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Burgess, N. (2022). *Operations management* (10th ed.). Pearson Education. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/operations-management/P200000005734/9781292408247>
- Sánchez, R. A. (2020). *Estudio de caso: gestión de inventarios en Florencia, Pitalito y Neiva* [Informe técnico, Universidad Surcolombiana].
<https://repositorio.usco.edu.co/handle/123456789/4345>
- Unidad de Planificación Rural Agropecuaria – UPRA. (2023). *Plan Departamental de Agrologística – Huila 2023-2039*.

<https://www.upra.gov.co/documents/10184/38466356/Plan+Agrolog%C3%ADstico+Huila+2023-2039.pdf>

Urrutia (2003). Concepciones teóricas sobre la efectividad organizacional y su evaluación en las universidades. Recuperado de

http://www.scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612017000200010

Wendell L. French (2016). Desarrollo Organizacional. Recuperado de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://santic.cl/mt-

content/uploads/2023/07/french-y-bell_desarrollo-organizacional.pdf

Womack, J. P., & Jones, D. T. (2020). *Lean Thinking: Banish Waste and Create Wealth in Your Corporation*. Simon and Schuster.