RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Juan Andrés Guerrero Vergel
FACULTAD	Ciencias Administrativas y Económicas
PLAN DE ESTUDIOS	Administración de Empresas
DIRECTOR	Alirio Eduardo Gómez Lázaro
TÍTULO DE LA TESIS	Apoyo administrativo para el fortalecimiento comercial en el Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander
TITULO EN INGLES	Administrative support for commercial strengthening at the Romero Serrano Business Group S.A.S. in the city of Ocaña, Norte de Santander

RESUMEN
(70 palabras)

En el presente informe de pasantía, se detalla la experiencia vivida como Auxiliar Administrativo en el Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S. Durante el recorrido de el documento, se observa la presentación de un diagnóstico inicial sobre la dependencia asignada y se exponen los objetivos específicos que guiaron el proceso. Se destaca un enfoque referencial que abarca tanto aspectos conceptuales como legales, proporcionando la base teórica para el desarrollo del informe.

RESUMEN EN INGLES

This internship report details my experience as an Administrative Assistant at Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S. The document examines the presentation of an initial assessment of the assigned department and outlines the specific objectives that guided the process. A framework approach that encompasses both conceptual and legal aspects is highlighted, providing the theoretical basis for the report.

PALABRAS CLAVES	Apoyo, empresa, fortalecimiento, pasantía.
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Support, company, strengthening, internship.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 49	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:

Apoyo administrativo para el fortalecimiento comercial en el Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

Juan Andrés Guerrero Vergel

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Administración de Empresas

MSc. Alirio Eduardo Gómez Lázaro

21 Febrero de 2024

Índice

1. Apoyo administrativo para el fortalecimiento comercial en el Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander 8

1.1 Descripción breve de la empresa 8

1.1.1 Misión 9

1.1.2 Visión 9

1.1.3 Objetivos de la empresa 9

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional 10

1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado 12

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada 13

1.2.1 Planteamiento del problema 14

1.3 Objetivos de la pasantía 15

1.3.1 General 15

1.3.2 Específicos 15

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma 16

Objetivo General 16

2. Enfoque referencial 17

2.1 Enfoque conceptual 17

2.1.1 Apoyo administrativo 17

2.1.2 Fortalecimiento comercial 18

2.1.3 Estrategia de mercadeo 19

2.1.4 Recurso humano 20

2.1.5 Gestión de inventarios y compras 20

2.2 Enfoque legal 21

2.2.1 Ley 101 de 1993 22

2.2.2 Ley 1480 de 2011 22

2.2.3 Resolución 2674 de 2013 23

3. Informe de cumplimiento de trabajo 25

3.1 Presentación de resultados 25

3.1.1 Análisis de la estructura organizativa para detectar posibilidades de mejoras y maximización de los recursos existentes 25

3.1.2 Creación de la estrategia de mercadeo para impulsar la visibilidad de los productos y servicios con el fin de ampliar el alcance en el mercado y aumentar su presencia 31

3.1.3 Actualización de los procedimientos de gestión de inventarios y compras para maximizar la eficiencia y reducir costos 36

4. Diagnóstico final 43

5. Conclusiones 45

6. Recomendaciones 46

Referencias 47

Lista de tablas

Tabla 1 Matriz DOFA Grupo Empresarial Romero Serrano 13

Tabla 2 Descripción de actividades..... 16

Tabla 3 Principales funciones del talento humano en el grupo empresarial 26

Tabla 4 Matriz DOFA enfocada en la estructura organizacional de la empresa..... 30

Lista de figuras

Figura 1 Organigrama de la empresa 12

Figura 2 Análisis del modelo organizacional del Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S 27

Figura 3 Búsqueda de información sobre el proceso organizacional 29

Figura 4 Sitio web del Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S 32

Figura 5 Página oficial de la red social Facebook 32

Figura 6 Página oficial de la red social Instagram 33

Figura 7 Lista de videos creados durante la pasantía 34

Figura 8 Estrategia utilizada para ofertar los productos de la empresa por redes sociales 35

Figura 9 Piezas gráficas usadas en la oferta de productos 35

Figura 10 Supervisión y control de materia prima 38

Figura 11 Organización de inventario en estantería 39

Figura 12 Apoyo en la organización de documentos 40

Figura 13 Clasificación y etiquetado de documentos 41

Figura 14 Momento de atención y servicio al cliente 42

Resumen

En este informe de pasantía, se detalla la experiencia vivida como Auxiliar Administrativo en el Grupo Empresarial Romero Serrano. Durante el recorriendo en el documento, se observa la presentación de un diagnóstico inicial sobre la dependencia asignada y se exponen los objetivos específicos que guiaron el proceso. Se destaca un enfoque referencial que abarca tanto aspectos conceptuales como legales, proporcionando la base teórica para el desarrollo del informe. Finalmente, a lo largo del documento, se describen los resultados del cumplimiento de los objetivos, se presenta un diagnóstico final de los cambios y aportes generados, se extraen conclusiones sobre los logros obtenidos y se ofrecen recomendaciones para futuras mejoras.

Introducción

En el presente informe de pasantía, se ofrece una inmersión detallada sobre la experiencia vivida durante la pasantía en el Grupo Empresarial Romero Serrano, desempeñando el rol de Auxiliar Administrativo en el Departamento de Administrativo. Este documento representa una síntesis estructurada que abarca desde una contextualización de la empresa hasta la presentación de sugerencias y/o recomendaciones para la misma.

El informe inicia con un contexto sobre el lugar la pasantía. Se presenta un análisis de la dependencia asignada, seguido del planteamiento del problema que surge de este diagnóstico inicial. Asimismo, se presentan los objetivos de la pasantía y las actividades diseñadas para alcanzar cada objetivo específico, estableciendo así las metas que orientarán el desarrollo del informe.

Posteriormente, se presenta un enfoque referencial que aborda tanto los aspectos conceptuales como legales fundamentales. El enfoque conceptual desglosa los conceptos clave que guiaron la construcción del informe, mientras que el enfoque legal establece el marco normativo que contextualiza la pasantía.

Seguidamente, se presentan los resultados derivados del cumplimiento de los objetivos. Cada actividad realizada a lo largo de la pasantía se detalla minuciosamente, proporcionando una visión exhaustiva del proceso y los logros alcanzados en cada etapa. Asimismo, se detalla el diagnóstico final, las conclusiones y las respectivas recomendaciones en el marco de la pasantía.

Capítulo 1. Apoyo administrativo para el fortalecimiento comercial en el Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander

1.1 Descripción breve de la empresa

Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S es el resultado de la fusión de dos empresas creadas por Nini Johana Romero Quintero y Ferney Serrano Pabón, quienes previamente comerciaban de manera independiente durante más de una década. Con el objetivo de simplificar procesos, mejorar la gestión y proyectarse hacia el futuro, ambos socios decidieron unir sus empresas con una representación accionaria del 50%. Aunque la idea original era fusionar las empresas familiares en una sola para proteger el capital de cada socio, la consolidación de ambas empresas ha tomado tiempo debido a las obligaciones financieras existentes (N. J. Romero Quintero, comunicación personal, 11 de junio de 2023).

Es una empresa que se dedica a comercializar insumos agrícolas y a la compra y venta de café y cacao de agricultores para así vender a compañías a nivel nacional (N. J. Romero Quintero, comunicación personal, 11 de junio de 2023).

Se comenzó con un equipo pequeño de tres personas y hoy por hoy oscilan alrededor de 20 personas vinculadas de manera directa e indirecta; es una empresa con un origen empírico y una gran ambición de poder lograr grandes cosas en el mercado nacional y regional. Con una amplia línea de productos con el fin de llegar a todo tipo de cliente contando con personal

capacitado que sabe asesorar y sustituir un producto (N. J. Romero Quintero, comunicación personal, 11 de junio de 2023).

1.1.1 Misión

"Somos un grupo empresarial dedicado a la comercialización de insumos agrícolas, café, cacao y artículos de ferretería, nuestro compromiso esta aliada con el agricultor, garantizándoles calidad, seguridad y buen servicio, para contribuir con el desarrollo de sus cultivos" (Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S, 2023).

1.1.2 Visión

"Ser un grupo empresarial consolidado y reconocido en el sector, por brindar productos de calidad, con el fin de incursionar en el mercado regional, nacional e internacional, atendiendo a las necesidades de nuestros proveedores y clientes" (Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S, 2023).

1.1.3 Objetivos de la empresa

Basado en lo anterior, el Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S (2023) utiliza los siguientes objetivos:

- “Ofrecerá productos de alta calidad con precios ajustados al mercado”.
- “Contará con diferentes estrategias de mercadeo que beneficiaran a los clientes y proveedores”.
- “Analizar el entorno en el que nos encontramos para generar estrategias con el fin de expandirnos a otros mercados”.
- “Ser una fuente de empleo e impulsar al pequeño productor a seguir cultivando y a seguir trayendo su producto a nuestra empresa”.

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional

El Grupo Empresarial Romero Serrano está conformado por la Asamblea General de Accionistas, Gerente Representante Legal, Revisor Fiscal, Administración, Contador, el Departamento Comercial y de Producción. En primer parte se encuentra el Departamento Comercial que son las compras y ventas, que se desarrollan en Ocaña y Lourdes la compra de insumos agrícolas, café y cacao; y en cuanto a las ventas se realizan en Ocaña, Tibú y Cúcuta son las encargadas. Por otro lado, se encuentra el Departamento de Producción con un Control Operativo por parte de los Operarios delegados (ver Figura 1).

1.1.4.1 Asamblea General de Accionistas. Se encarga de tomar decisiones estratégicas para asegurar que la empresa cumpla con sus objetivos a través de una planificación estratégica.

1.1.4.2 Gerente Representante Legal. Junto con su equipo de trabajo crea estrategias que beneficien el porvenir de la empresa administrando los diferentes recursos, además dirige los

departamentos por debajo de si y direccionar la empresa al cumplimiento de objetivos a corto, medio y largo plazo, estableciendo metas y tareas que determinen el rumbo y accionar de la organización.

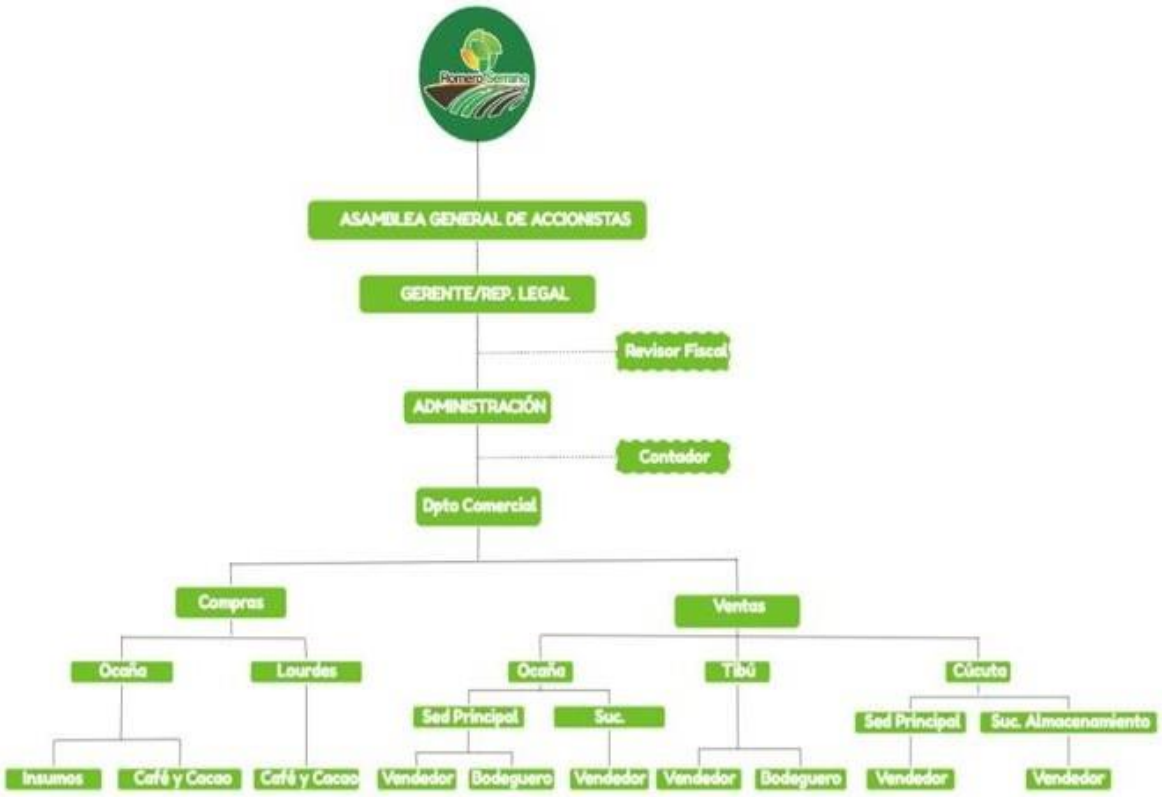
1.1.4.3 Departamento Contable. Lo compone el revisor fiscal encargado de controlar, vigilar y auditar los procesos contables de la empresa bajo la norma establecida por las entidades nacionales; y en cuanto al contador que se encarga de regular y coordinar todos los registros y los procesos contables de la empresa.

1.1.4.4 Departamento Administrativo. Dentro de sus responsabilidades se incluyen la gestión administrativa, las áreas financiera y tributaria, la administración de cartera y tesorería, así como la gestión del recurso humano en la organización.

1.1.4.5 Departamento Comercial. La principal función de este departamento es adquirir los productos e insumos que la empresa comercializa, para luego distribuirlos en las distintas sucursales o puntos de venta.

Figura 1

Organigrama de la empresa



Nota. Imagen suministrada por la administración GERSAS

1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado

El departamento administrativo juega un rol vital en la empresa, siendo responsable de la planificación, organización, dirección y control de todas las actividades relacionadas con la comercialización de insumos agrícolas, así como la compra y venta de café y cacao. Además, se implementan estrategias para mejorar constantemente el rendimiento y alcanzar los objetivos empresariales.

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Tabla 1

Matriz DOFA Grupo Empresarial Romero Serrano

	Fortalezas	**Debilidades**
	F1. Ubicación estratégica del negocio. **F2**. Individuos altamente competentes para llevar a cabo las responsabilidades asignadas, dispuestos a asumir labores distintas a las propias del puesto. **F3**. Excelente trato tanto con proveedores como con clientes. **F4**. Poseen trayectoria y renombre en la industria. **F5**. Amplia variedad de proveedores. **F6**. Se dedica a la exportación de café y cacao.	**D1**. Falencia en la actualización del área de marketing digital. **D2.** Inconsistencia en inventarios. **D3**. No hay un buen proceso de políticas selección, contratación, inducción, capacitación entre otros. **D4**. No se tiene estratificado los tipos de clientes, fieles, potenciales y antiguos.
Oportunidades	**Estrategias FO**	**Estrategias DO**
O1. Ofrecer entrenamientos a los trabajadores en programas administrativos, contables y financieros actualizados. **O2**. Ampliación de la presencia de la compañía a nivel nacional e internacional. **O3**. Ofrecer nuevos productos al cliente **O4**. Introducir pasantes que apoyen los procesos y propongan nuevas estrategias.	**F1O3**: Desarrollar una línea de productos para incrementar la rentabilidad de la empresa a través de las redes sociales, con el objetivo de ofrecer nuevas opciones al cliente y fomentar su crecimiento. **F4O2**: Incorporar investigaciones de mercado con el propósito de incursionar en otros mercados nacionales o internacionales analizando la viabilidad de una ampliación de la empresa **F2O1**: Implementar sistemas contables que permitan optimizar el tiempo de forma efectiva	**D1O4**: Aprovechar el apoyo de los pasantes para implementar y actualizar información **D2O5**: Estructurar el manual de funciones para tener definido los productos y sus beneficios **D3O1**: Implementar políticas de capacitaciones y cursos virtuales para mejorar los procesos
Amenazas	**Estrategias FA**	**Estrategias DA**
A1. Incremento de la competencia con precios muy bajos. **A2**. Fenómenos climáticos. **A3**. Crisis económica **A4**. Conflicto armado **A5**. Ingreso al mercado de nuevas marcas **A6**. Desinformación del cliente hacia la consolidación de las empresas naturales en una SAS.	**F4A3**: Aprovechar el reconocimiento de la empresa para lanzar campañas de marketing con nuevos productos a precios más accesibles **F2A1**: Junto a los proveedores dar asesoría al cliente sobre productos para que así no se valla para la competencia. **F1A4**: Hacer uso de páginas web para que los clientes puedan hacer sus compras virtuales.	**D1A6**: Aplicar las estrategias propuestas que permitan informar al cliente sobre los usos y ventajas de nuestros productos **D4A4**: implementar nuevas estrategias de publicidad y marketing **D5A5**: Fijar nuevas políticas para conocer mejor a nuestros clientes y así tener ventaja ante los competidores.

1.2.1 Planteamiento del problema

Los recursos humanos en las empresas se han convertido en un factor importante para lograr una ventaja competitiva, convirtiéndose en un elemento indispensable en todo tipo de organizaciones. Según Montoya Agudelo y Boyero Saavedra (2016) este factor común es la gran diferencia que hace que exista la competitividad porque necesita ser probada, medida y comparada; en las organizaciones, se puede medir por los servicios o productos proporcionados a los clientes.

Entonces, según Montoya Agudelo y Boyero Saavedra (2016), es necesario no solo ser productivo sino también competitivo, ya que esto refleja la realización de las metas y objetivos trazados. Por lo tanto, los administradores de empresas de hoy se enfrentan a la tarea de una adecuada gestión de los recursos humanos, que necesita enfocarse en la escala eficaz y eficiente del trabajo que se realiza en ella. ventaja de valor añadido. En esta serie de ideas, cabe mencionar al grupo empresarial Romero Serrano S.A.S, que es una empresa que comercializa materiales agrícolas y compra y vende café y cacao de los agricultores para vender a empresas de todo el país.

De tal manera que en los últimos años ha creado estrategias de crecimiento para un mejor posicionamiento en el mercado. Comenzó como un pequeño grupo de 3 personas, y hoy en día son unas 20 personas combinadas; es una empresa con una gran experiencia y una gran ambición para lograr un gran éxito en los mercados nacionales y regionales. Con productos diversos para todo tipo de clientes, con personal bien capacitado que sepa asesorar y reponer productos.

En consecuencia, los procesos internos establecidos por Romero Serrano S.A.S. El desarrollo, especialmente en el sector del talento, tiene carencias que impiden la mejora continua y en muchos casos impiden la normal marcha de los procesos.

Por lo tanto, durante la pasantía, el deseo de ayudar a mejorar y/o corregir los procesos desarrollados a partir de este momento, en base a que depende del grupo de trabajo existente, cómo organizarán sus funciones. así como la idoneidad para lograr sus objetivos.

1.3 Objetivos de la pasantía

1.3.1 General

Apoyar el área administrativa para el fortalecimiento comercial en el grupo empresarial Romero Serrano S.A.S de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

1.3.2 Específicos

Realizar un análisis de la estructura organizativa con el fin de detectar posibilidades de mejoras y maximización de los recursos existentes.

Crear una estrategia de mercadeo para impulsar la visibilidad de sus productos y servicios con el fin de ampliar su alcance en el mercado y aumentar su presencia.

Actualizar los procedimientos de gestión de inventarios y compras para maximizar la eficiencia y reducir costos.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

Tabla 2

Descripción de actividades

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades a desarrollar
Apoyar el área administrativa para el fortalecimiento comercial en el grupo empresarial Romero Serrano S.A.S de la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.	Realizar un análisis de la estructura organizativa con el fin de detectar posibilidades de mejoras y maximización de los recursos existentes.	1. Leer y conocer detalladamente la información relacionada con la funcionalidad del talento humano. 2. Analizar el modelo organizativo de la empresa y todos sus procesos. 3. Realizar un diagnóstico de la empresa a través de la DOFA.
	Crear una estrategia de mercadeo para impulsar la visibilidad de sus productos y servicios con el fin de ampliar su alcance en el mercado y aumentar su presencia.	1. Reactivación de las redes sociales. 2. Creación de videos publicitarios. 3. Ofertas a través de los puntos digitales. 4. Reclutamiento de clientes potenciales.
	Actualizar los procedimientos de gestión de inventarios y compras para maximizar la eficiencia y reducir costos.	1. Organización de inventario de materias primas y productos. 2. Organización de archivos en general. 3. Brindar información y asistencia al cliente acerca de los productos y servicios ofrecidos por la empresa.

Capítulo 2. Enfoque referencial

2.1 Enfoque conceptual

Basados en los lineamientos de la guía para presentar los trabajos de grado bajo la modalidad de pasantía, a continuación, se presentan los conceptos relevantes usados en la construcción del presente informe de pasantía; para el desarrollo este enfoque, se iniciará definiendo las variables principales del título de la pasantía.

2.1.1 Apoyo administrativo

Segú Ladrón de Guevara (2023) el apoyo administrativo se puede entender como el conjunto de procesos, estrategias y acciones diseñadas para optimizar y respaldar eficazmente las operaciones administrativas de una organización. Este respaldo abarca diversas áreas, como recursos humanos, gestión organizativa, marketing, inventarios, compras y atención al cliente. En el contexto específico del presente informe, el enfoque administrativo se centra en mejorar y fortalecer las prácticas comerciales y operativas de la empresa. Este respaldo se materializa mediante acciones concretas, como el análisis de la estructura organizativa, la formulación de estrategias de mercadeo y la optimización de procedimientos de gestión, todas ellas orientadas a maximizar eficiencia y reducir costos.

2.1.2 Fortalecimiento comercial

De acuerdo con Pico Gutiérrez et al. (2020) el fortalecimiento comercial se refiere al conjunto de estrategias, iniciativas y acciones implementadas por una empresa con el propósito de mejorar y potenciar su posición en el mercado. Este proceso implica fortalecer aspectos clave de la actividad comercial, incluyendo la visibilidad de la empresa, la expansión del alcance de los productos o servicios, el aumento de la participación en el mercado y la mejora general de la competitividad.

En el contexto específico de la pasantía, el fortalecimiento comercial se convierte en un objetivo central. Aquí, se busca no solo mantener la presencia en el mercado, sino también mejorarla de manera sostenible y eficiente.

Las acciones asociadas con el fortalecimiento comercial pueden incluir el desarrollo de estrategias de marketing efectivas, la identificación y aprovechamiento de oportunidades de crecimiento, la optimización de procesos de producción y distribución, así como la exploración de nuevos mercados o segmentos de clientes. Además, el fortalecimiento comercial implica una adaptación continua a las dinámicas del mercado, la competencia y las demandas cambiantes de los consumidores.

2.1.3 Estrategia de mercadeo

En síntesis, con la interpretación de Triviño Granados (2019) la estrategia de mercadeo se define como un plan integral y estructurado que una empresa desarrolla y ejecuta con el objetivo de promover y posicionar sus productos o servicios en el mercado de manera efectiva. Esta estrategia implica la identificación de objetivos comerciales específicos, la segmentación del mercado, la selección de tácticas de promoción, y la implementación de acciones coordinadas para alcanzar metas comerciales predefinidas.

En el contexto de la presente pasantía, el concepto de la estrategia de mercadeo se convierte en un componente clave para impulsar la visibilidad de los productos y servicios de la empresa.

La ejecución de una estrategia de mercadeo efectiva implica analizar el mercado objetivo, comprender las necesidades y preferencias de los clientes, evaluar la competencia, y utilizar ese conocimiento para diseñar mensajes persuasivos y canales de distribución adecuados. Puede abarcar diversas áreas como publicidad, relaciones públicas, marketing digital, promociones, entre otras, dependiendo de los objetivos específicos de la empresa y las características del mercado.

2.1.4 Recurso humano

El recurso humano se refiere al conjunto de personas que forman parte de una organización y que, en conjunto, aportan sus habilidades, conocimientos, experiencias y capacidades para contribuir al logro de los objetivos y metas de la empresa. Este concepto destaca la importancia de los colaboradores como un componente fundamental en el funcionamiento y éxito de cualquier organización (Armijos Mayon et al., 2019).

En el contexto de una empresa, el recurso humano no solo se limita al número de empleados, sino que abarca aspectos más amplios como la gestión del talento, el desarrollo de habilidades, la motivación, la cultura organizacional y las relaciones laborales. La efectiva administración del recurso humano implica estrategias para reclutar, seleccionar, capacitar y retener a los empleados de manera que se alinee con los objetivos y valores de la empresa (Armijos Mayon et al., 2019; Jaén Arenas, 2019).

En el contexto del presente informe, la atención al recurso humano puede ser un componente clave, ya que un análisis detallado de la funcionalidad de este recurso puede revelar oportunidades de mejora en términos de eficiencia, productividad y satisfacción laboral.

2.1.5 Gestión de inventarios y compras

La gestión de inventarios y compras se refiere a un conjunto de prácticas y procesos estratégicos que una empresa implementa para administrar eficientemente sus existencias de

productos y gestionar las adquisiciones de materias primas o productos terminados. Este proceso busca garantizar que la empresa tenga el nivel adecuado de inventario para satisfacer la demanda del mercado, al tiempo que minimiza los costos asociados con el almacenamiento y la adquisición de bienes (Remache-Silva et al., 2020).

La gestión de inventarios implica el seguimiento preciso de la cantidad y la ubicación de los productos almacenados, la predicción de la demanda futura, y la implementación de prácticas que eviten tanto la escasez como el exceso de inventario. Por otro lado, la gestión de compras se enfoca en la adquisición de materias primas o productos terminados, involucrando la selección de proveedores, la negociación de términos y condiciones, y la coordinación de entregas.

En conclusión, la gestión de inventarios y compras implica la implementación de estrategias y controles que aseguren un flujo eficiente de productos desde la adquisición hasta el almacenamiento y la distribución, contribuyendo así al fortalecimiento comercial de la empresa al mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.

2.2 Enfoque legal

Dada la naturaleza de la empresa, dedicada a la comercialización de insumos agrícolas, café, cacao y artículos de ferretería, así como su compromiso con el agricultor para garantizar calidad, seguridad y buen servicio, varias leyes y normativas colombianas pueden ser relevantes para el presente informe de pasantía. Algunas de las leyes que podrían aplicar en este contexto, son las siguientes:

2.2.1 Ley 101 de 1993

La Ley 101 de 1993, conocida como la "Ley General de Desarrollo Agropecuario y Pesquero", establece los principios y disposiciones fundamentales para promover el desarrollo integral del sector agrícola, pecuario y pesquero en Colombia. Esta legislación busca regular las relaciones en la cadena agroindustrial, fomentar el desarrollo rural sostenible y proporcionar incentivos para la producción y comercialización agropecuaria. Desde una perspectiva administrativa, la ley influye en la implementación de estrategias que fortalecen la cadena de suministro, promueven buenas prácticas agropecuarias y orientan la relación con proveedores y comunidades rurales. Por lo anterior, en el contexto del informe de pasantía, la Ley 101 proporciona un marco normativo esencial para el desarrollo sostenible y el fortalecimiento comercial de la empresa, especialmente en su dedicación a la comercialización de insumos agrícolas (Congreso de la República de Colombia, 1993, Ley 101, Artículo 1).

2.2.2 Ley 1480 de 2011

La Ley 1480 de 2011, también conocida como el "Estatuto del Consumidor", establece normas fundamentales para la protección de los derechos de los consumidores en Colombia. Su objetivo principal es equilibrar las relaciones entre proveedores y consumidores, garantizando la transparencia, la lealtad y la equidad en las transacciones comerciales. Por lo anterior, en el contexto del informe de pasantía, esta ley adquiere relevancia significativa, ya que regula las prácticas comerciales y publicitarias, y establece pautas claras para la calidad y seguridad de los

productos y servicios ofrecidos por las empresas (Congreso de la República de Colombia, 2011, Ley 1480, Artículo 1-3).

Desde la perspectiva de apoyo administrativo, la Ley 1480 influye directamente en las estrategias de mercadeo y en la interacción con los clientes. Exige la transparencia en la publicidad, la entrega de información clara sobre productos y servicios, y garantiza el derecho a la libre elección, entre otros aspectos. Además, impone sanciones por prácticas comerciales desleales, protegiendo así los intereses y la confianza de los consumidores.

2.2.3 Resolución 2674 de 2013

La Resolución 2674 de 2013 establece el "Reglamento Técnico de Buenas Prácticas de Manufactura para la Industria de Alimentos" en Colombia. Su propósito fundamental es asegurar la calidad, seguridad y adecuada manufactura de los alimentos producidos y comercializados en el país. Este reglamento técnico establece pautas específicas y requisitos para las instalaciones, equipos, personal y procesos involucrados en la producción de alimentos, con el objetivo de prevenir riesgos para la salud pública y garantizar la inocuidad de los productos alimenticios (Ministerio de Salud y Protección Social [MinSalud], 2013).

La resolución abarca diversas áreas, incluyendo la higiene del personal, el diseño y mantenimiento de instalaciones, la manipulación adecuada de materias primas, el control de procesos, el almacenamiento y transporte de productos, así como la implementación de sistemas

de trazabilidad. Todo esto se orienta hacia la producción de alimentos seguros, libres de contaminantes y aptos para el consumo humano.

Desde la perspectiva del informe de pasantía y el enfoque administrativo para el fortalecimiento comercial en el grupo empresarial Romero Serrano S.A.S, la Resolución 2674 de 2013 es de suma importancia. Su cumplimiento asegura no solo la calidad de los productos alimenticios ofrecidos por la empresa, sino también la conformidad con estándares regulatorios que son esenciales para la reputación, la competitividad y la confianza del consumidor. Implementar y mantener Buenas Prácticas de Manufactura es esencial no solo desde una perspectiva legal y regulatoria, sino también como un elemento clave en la estrategia de apoyo administrativo para el fortalecimiento comercial.

Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

3.1 Presentación de resultados

3.1.1 Análisis de la estructura organizativa para detectar posibilidades de mejoras y maximización de los recursos existentes

El cumplimiento de los objetivos específicos en el marco de esta pasantía es esencial para apoyar el fortalecimiento comercial en el grupo empresarial Romero Serrano S.A.S. En este contexto, el primer objetivo específico se centra en la evaluación integral de la estructura organizacional. Este análisis, orientado a identificar oportunidades de mejora y maximización de recursos, constituye un pilar fundamental para el crecimiento y eficiencia de la empresa. Por lo anterior, exploraremos de manera detallada las actividades propuestas para alcanzar este objetivo específico, abordando aspectos cruciales como la comprensión del talento humano, el análisis del modelo organizacional y la aplicación de un diagnóstico estratégico a través de la matriz DOFA.

3.1.1.1 Lectura y conocimiento detallado de la información relacionada con la funcionalidad del talento humano. El análisis detallado de las funciones del talento humano fue esencial para comprender la dinámica operativa y estratégica del grupo empresarial Romero Serrano S.A.S. La estructura organizacional se desglosa en distintas áreas (ver Figura 1), cada una con roles específicos que contribuyen al funcionamiento integral del grupo empresarial. Por lo anterior, se presenta una tabla que resume las funciones principales del talento humano en las diferentes unidades organizativas (ver Tabla 3).

Tabla 3

Principales funciones del talento humano en el grupo empresarial

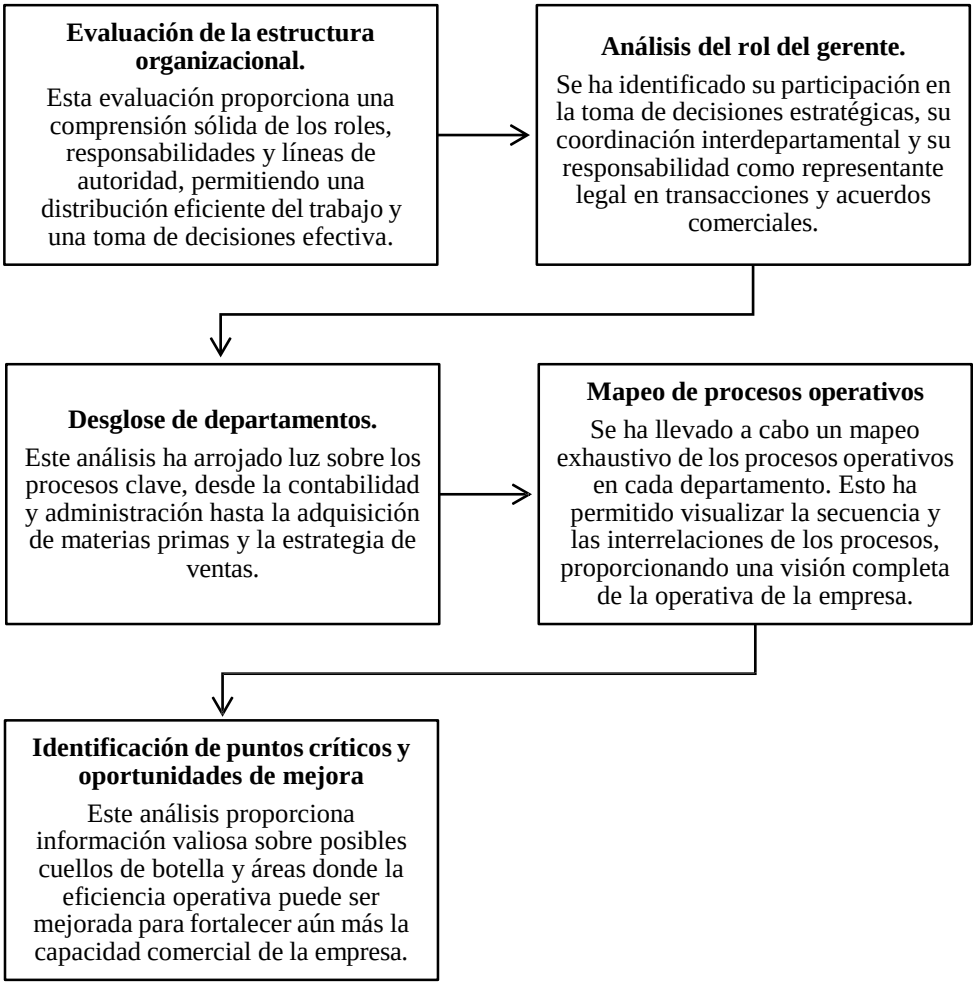
Área organizativa	Funciones principales
Asamblea general de accionistas	***1. Toma de decisiones estratégicas***. Participar activamente en la definición de políticas y estrategias del grupo empresarial. ***2. Revisión y aprobación de informes***. Evaluar y aprobar informes financieros y de gestión. ***3. Definición de políticas corporativas***. Establecer directrices para el comportamiento ético y la responsabilidad social corporativa.
Gerente (representante legal)	***1. Liderazgo ejecutivo***. Dirigir la planificación y ejecución de estrategias corporativas. ***2. Coordinación interdepartamental***. Facilitar la colaboración entre departamentos para alcanzar metas comunes. ***3. Representación legal***. Actuar como representante legal de la empresa en negociaciones y acuerdos legales.
Departamento contable	***1. Registro y clasificación de transacciones***. Registrar de manera precisa todas las transacciones financieras. ***2. Preparación de informes financieros***. Generar informes contables y financieros para la toma de decisiones. ***3. Gestión de impuestos***. Asegurar el cumplimiento de obligaciones fiscales y optimización de recursos tributarios.
Departamento administrativo	***1. Coordinación de procesos internos.*** Organizar y supervisar procesos administrativos para mejorar la eficiencia. ***2. Gestión de recursos humanos***. Administrar el talento humano, incluyendo contratación y desarrollo de personal. ***3. Manejo de documentación***. Organizar y mantener archivos y documentos de manera eficiente.
Departamento comercial (compras)	***1. Adquisición de materias primas***. Identificar proveedores y asegurar la disponibilidad de materias primas. ***2. Negociación de condiciones***. Negociar términos y condiciones con proveedores para obtener los mejores acuerdos. ***3. Gestión de inventarios***. Supervisar el inventario para mantener niveles óptimos y evitar escasez o exceso.
Departamento comercial (ventas)	***1. Desarrollo de estrategias de venta***. Diseñar estrategias para aumentar la visibilidad y ventas de productos. ***2. Atención al cliente***. Brindar asistencia y resolver consultas para garantizar la satisfacción del cliente. ***3. Análisis de mercado***. Evaluar tendencias del mercado para adaptar estrategias de ventas y promoción.

Nota. Información adaptada del manual de funciones del Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S

3.1.1.2 Análisis del modelo organizativo de la empresa y todos sus procesos. Durante el transcurso de la pasantía, se llevó a cabo un exhaustivo análisis del modelo organizativo del Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S, una sociedad de acción simplificada. El objetivo principal fue comprender la estructura jerárquica y desglosar detalladamente los procesos fundamentales que respaldan la operatividad cotidiana de la empresa (ver Figura 2).

Figura 2

Análisis del modelo organizacional del Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S



Durante el proceso de análisis, se identificó que algunos cargos presentan una sobrecarga de funciones, lo cual impacta negativamente en la eficiencia operativa y el cumplimiento de las tareas asignadas.

Esta sobrecarga de funciones puede generar diversos problemas dentro de la organización, como la desmotivación del personal, el aumento del estrés laboral y la disminución de la productividad. Además, la falta de claridad en las responsabilidades puede dificultar la coordinación entre los diferentes departamentos y provocar retrasos en la ejecución de actividades críticas.

Es evidente que la optimización de la distribución de funciones y responsabilidades es esencial para mejorar el desempeño general de la empresa. Por lo que se hace necesario revisar detalladamente la descripción de cada cargo y asegurar que las responsabilidades estén claramente definidas y equilibradas. Esto no solo contribuirá a una mayor eficiencia operativa, sino que también promoverá un ambiente laboral más saludable y productivo para todos los colaboradores.

Figura 3

Búsqueda de información sobre el proceso organizacional



3.1.1.3 Diagnóstico de la empresa a través de la DOFA. El análisis DOFA es una herramienta estratégica esencial para comprender la situación actual de una empresa. Aplicado a la estructura organizacional del Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S, se identifican aspectos críticos y se proponen estrategias clave para fortalecer y optimizar la organización (ver Tabla 4).

Tabla 4

Matriz DOFA enfocada en la estructura organizacional de la empresa

Factores Internos / **Factores Externos**	**Fortalezas**	**Debilidades**
	F1. Personal altamente calificado. **F2**. Procesos operativos establecidos. **F3**. Historial de retención de talento clave.	**D1**. Comunicación interdepartamental limitada. **D2**. Ausencia de responsabilidades claras. **D3**. Necesidad de definir roles más claros.
Oportunidades	**Estrategias FO**	**Estrategias DO**
O1. Desarrollo de nuevos mercados. **O2**. Implementación de tecnologías emergentes. **O3**. Colaboración interdepartamental.	**F1-O1**. Utilizar el personal altamente calificado para explorar y diversificar productos y servicios en mercados emergentes. **F1-O3**. Reforzar la comunicación entre departamentos para capitalizar la experiencia del talento humano y maximizar sinergias.	**D1-O3**. Abordar la comunicación interdepartamental limitada mediante sistemas internos que fomenten la colaboración. **D2-D3-O2.** Utilizar la ausencia de roles claros como oportunidad para implementar tecnologías que clarifiquen y optimicen responsabilidades.
Amenazas	**Estrategias FA**	**Estrategias DA**
A1. Cambios en la legislación del sector. **A2**. Intensificación de la competencia. **A3**. Dependencia de procesos tradicionales.	**F2-A2**. Aprovechar la experiencia en procesos establecidos para implementar tecnologías innovadoras, mejorando así la eficiencia operativa. **F3-A2**. Ofrecer programas de desarrollo profesional y beneficios para retener el talento clave frente a amenazas de intensificación de la competencia.	**D1-A2**. Fortalecer la estructura organizacional para responder rápidamente a movimientos de la competencia, manteniendo una posición diferenciada. **D3-A3**. Aprovechar la necesidad de definir roles más claros para mejorar la eficiencia operativa y la responsabilidad individual.

En síntesis, el análisis DOFA aplicado a la estructura organizacional del Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S revela una serie de fortalezas que pueden ser potenciadas, debilidades que requieren atención, oportunidades a ser aprovechadas, y amenazas que deben ser mitigadas. La retención de personal calificado, la estabilidad de procesos y el historial de

retención de talento destacan las bases sólidas. La mejora en la comunicación interna y la definición de roles ofrecen oportunidades clave, mientras que la implementación de tecnologías emergentes es esencial para abordar desafíos y mantenerse competitivo. Por lo anterior, se puede decir que, este análisis proporciona una ruta estratégica para el fortalecimiento de la estructura organizacional, maximizando así los recursos y posicionando a la empresa para el éxito a largo plazo desde un enfoque interno y administrativo.

3.1.2 Creación de la estrategia de mercadeo para impulsar la visibilidad de los productos y servicios con el fin de ampliar el alcance en el mercado y aumentar su presencia

El segundo objetivo específico de la pasantía se enfocó en la "creación de la estrategia de mercadeo", con el propósito de potenciar la visibilidad de los productos y servicios del Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S. El objetivo central fue ampliar el alcance en el mercado y fortalecer la presencia de la empresa. Para lograr este objetivo, se llevaron a cabo diferentes actividades estratégicas diseñadas para aprovechar las oportunidades del entorno digital y atraer nuevos clientes. A continuación, se describen detalles de la misma:

3.1.2.1 Reactivación de las redes sociales. La reactivación de las redes sociales, siendo la primera actividad del objetivo específico 2, se convirtió en un componente importante para potenciar la visibilidad de los productos y servicios del Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S en plataformas digitales clave, como Facebook e Instagram, así como en su propio sitio web (ver Figura 4, 5, y 6).

El objetivo central de esta actividad fue fortalecer la presencia en redes sociales para generar un impacto positivo en la percepción de la marca y, al mismo tiempo, establecer una conexión más directa y dinámica con la audiencia.

Figura 4

Sitio web del Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S



Nota. Enlace para ingresar al sitio web de la empresa: https://www.gersas.co/

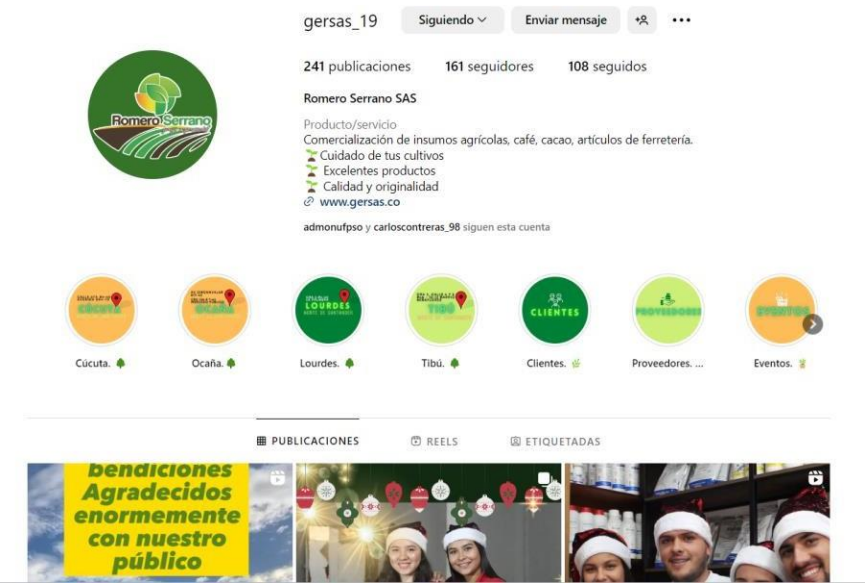
Figura 5

Página oficial de la red social Facebook



Figura 6

Página oficial de la red social Instagram



Nota. Enlace del perfil de Instagram de la empresa: https://www.instagram.com/gersas_19/

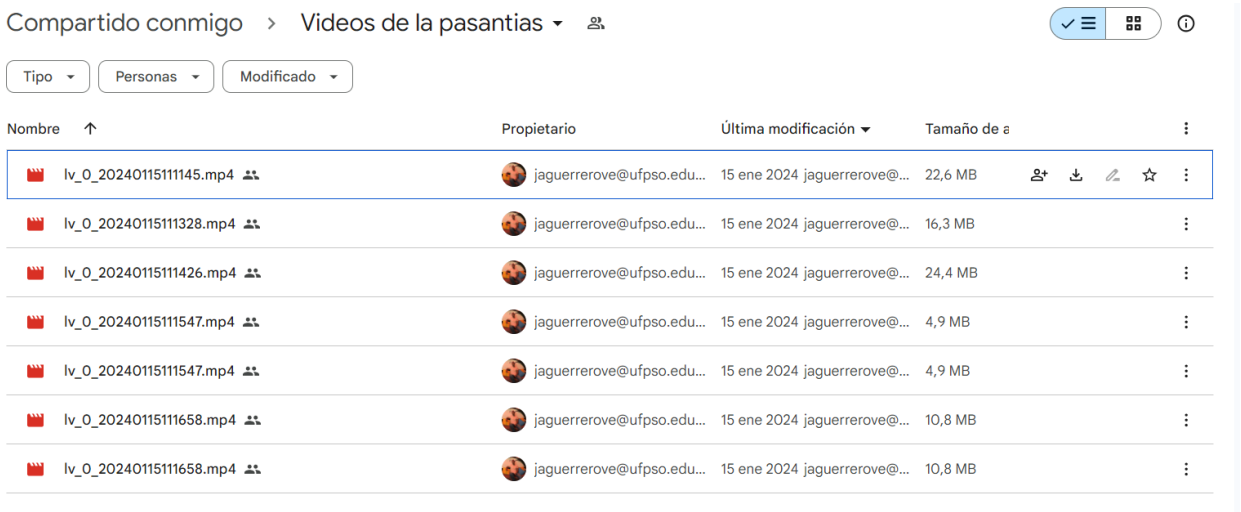
3.1.2.2 Creación de videos publicitarios. La segunda actividad del objetivo específico 2 se centró en la "creación de videos publicitarios" diseñados específicamente para ser compartidos en las historias de las redes sociales clave del Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S, incluyendo Facebook, Instagram y WhatsApp Business. Estos videos tuvieron como objetivo principal resaltar productos específicos y sus beneficios, dirigidos especialmente a cultivadores y personas involucradas en el sector agrícola.

Los videos fueron compartidos de manera estratégica en las historias de Facebook e Instagram, aprovechando la naturaleza efímera de este formato para generar urgencia y engagement (en español, compromiso). Asimismo, se utilizó WhatsApp Business para compartir

directamente algunos videos publicitarios con clientes interesados, facilitando la comunicación personalizada y directa con los potenciales clientes (ver Figura 7).

Figura 7

Lista de videos creados durante la pasantía



Nota. Para reproducir los videos ilustrados en la presente figura, le invito a acceder al siguiente enlace libre de Drive: https://drive.google.com/drive/folders/1rze4fQLKY_rdU-PsURyQ9-G7waAom8ia

3.1.2.3 Ofertas a través de los puntos digitales. La tercera actividad del objetivo específico 2 se enfocó en la difusión de ofertas a través de los puntos digitales del Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S. Esta estrategia implicó la publicación de ofertas y promociones exclusivas en los canales digitales de la empresa, con el objetivo de incentivar la participación de la audiencia y estimular la adquisición de productos. Los puntos digitales incluyeron plataformas como el sitio web de la empresa y redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp Business.

Figura 8

Estrategia utilizada para ofertar los productos de la empresa por redes sociales

Desarrollo de la estrategia

1. Identificación de productos para ofertar

Se seleccionaron cuidadosamente productos específicos que se incluirían en las ofertas. La elección se basó en la popularidad de los productos, la temporalidad o la relevancia para la audiencia objetivo.

2. Diseño de ofertas atractivas

Se crearon ofertas atractivas y competitivas para los productos seleccionados. Esto incluyo descuentos, paquetes promocionales, regalos adicionales, así como otros incentivo que aumentara el atractivo de la oferta.

3. Creación de contenido visual

Se diseñó contenido visual para acompañar las ofertas. Esto involucró la creación de piezas gráficas y mensajes persuasivos que destacaran los beneficios de aprovechar las ofertas.

4. Publicación en los canales digitales

Las ofertas fueron publicadas de manera estratégica en los puntos digitales de la empresa. La sincronización de las publicaciones se planificó cuidadosamente para maximizar la visibilidad y el impacto.

Figura 9

Piezas gráficas usadas en la oferta de productos









Nota. Piezas gráficas construidas por el Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S

3.1.2.4 Reclutamiento de clientes potenciales. La actividad de reclutamiento de clientes potenciales, se llevó a cabo mediante estrategias de publicidad en redes sociales y anuncios a través de medios de comunicación como la radio. La estrategia se basó en una clara definición del público objetivo, centrando los esfuerzos en aquellos con características demográficas, intereses y necesidades específicas alineadas con los productos ofrecidos por la empresa, en este caso, la estrategia de enfocó en agricultores de Ocaña, la provincia y la región del Catatumbo.

3.1.3 Actualización de los procedimientos de gestión de inventarios y compras para maximizar la eficiencia y reducir costos

El tercer objetivo, centrado en la actualización de los procedimientos de gestión de inventarios y compras, en el proceso de la pasantía realizada en el Grupo Empresarial Romero

Serrano S.A.S, fue abordada de manera integral, implementando mejoras sustanciales para maximizar la eficiencia y reducir costos en estos procesos fundamentales.

Durante el cumplimiento del objetivo específico tres, se llevaron a cabo tres actividades, cada una cumpliendo con su propósito para contribuir al logro exitoso del objetivo establecido. En primer lugar, se completó la organización detallada del inventario de materias primas y productos, garantizando una gestión más precisa y ágil de los recursos disponibles.

En ese mismo sentido, se ha avanzó con éxito en la organización eficiente de los archivos generales, proporcionando una base organizativa para la documentación relacionada con inventarios y compras. Este punto fue crucial para agilizar los procesos de búsqueda y consulta, reduciendo tiempos y posibilitando una toma de decisiones más informada.

Por último, la mejora en la interacción con los clientes fue implementada con éxito, brindando información precisa y asistencia oportuna acerca de los productos y servicios ofrecidos por la empresa. Esta acción no solo fortalece la relación con los clientes, sino que también contribuye a una gestión más eficiente de las demandas y necesidades del mercado.

3.1.3.1 Organización de inventario de materias primas y productos. La actividad de organización de inventario fue un componente clave en el proceso de optimización de la gestión de inventarios y compras dentro de la empresa. Esta iniciativa buscó abordar los desafíos asociados con la complejidad del inventario, en términos de materias prima.

En primera instancia, se llevó a cabo un análisis detallado de las materias primas y productos disponibles en el inventario. Este proceso no solo implicó la identificación de cada artículo, sino también la comprensión de su relevancia dentro de la cadena de suministro. Se estableció una clasificación integral considerando factores como la fecha de vencimiento, la demanda y la naturaleza de los productos (ver Figura 10 y 11).

Adicionalmente, se trabajó en la organización física del espacio de almacenamiento. La disposición de las materias primas y productos se estructuró de manera lógica y eficiente, teniendo en cuenta criterios previamente definidos. Esta organización facilitó la ubicación rápida de artículos, reduciendo el tiempo dedicado a la búsqueda y mejorando la eficiencia operativa.

Figura 10

Supervisión y control de materia prima



Figura 11

Organización de inventario en estantería



3.1.3.2 Organización de archivos en general. La actividad de apoyo en la organización de archivos fue una actividad fundamental para mejorar la eficiencia en la gestión de documentos. Esta tarea abarcó una variedad de archivos, desde documentos contables hasta administrativos, con el objetivo de crear un sistema organizado y accesible que facilitara la búsqueda y recuperación de información clave.

En primer lugar, se llevó a cabo un inventario detallado de los diferentes tipos de documentos presentes en la empresa. Esto incluyó facturas, recibos, informes financieros, correspondencia administrativa y otros registros esenciales para el funcionamiento cotidiano y la toma de decisiones estratégicas.

Los documentos fueron agrupados según categorías claramente definidas, asegurando una disposición lógica y coherente que facilitara su recuperación en el futuro. La implementación de códigos y etiquetas específicos para cada categoría de documentos contribuyó significativamente a la eficiencia del sistema. Esta medida simplificó la identificación rápida y precisa de archivos, permitiendo a los colaboradores acceder a la información necesaria de manera oportuna (ver Figura 12 y 13).

Figura 12

Apoyo en la organización de documentos

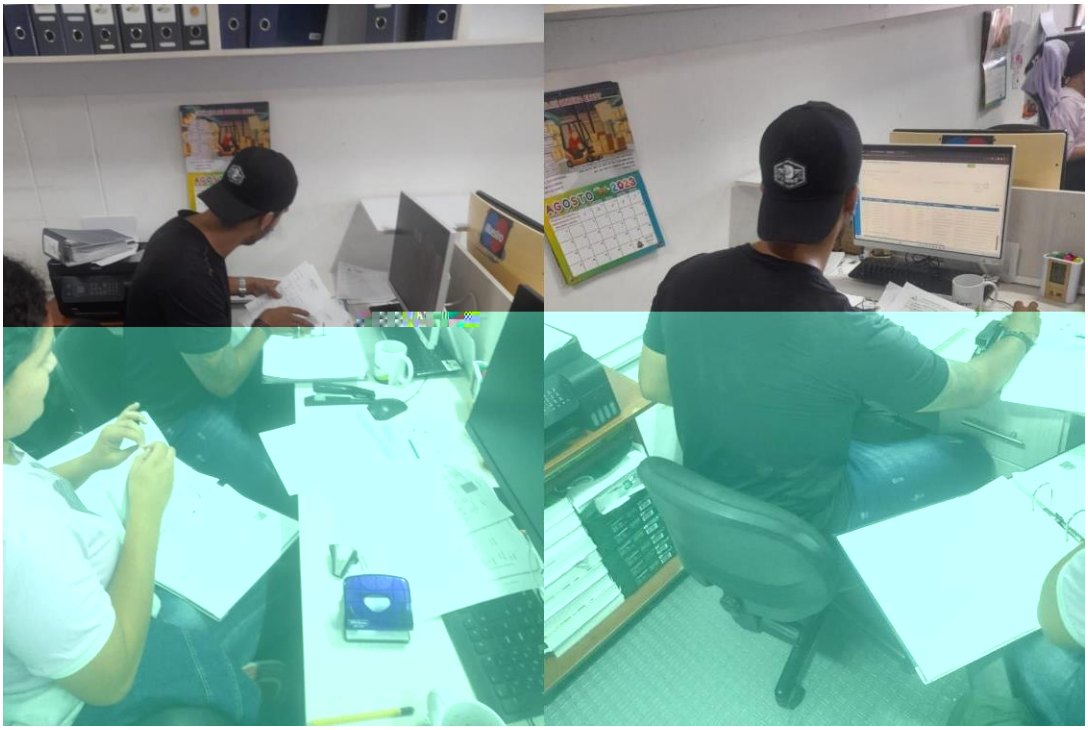


Figura 13

Clasificación y etiquetado de documentos



3.1.3.3 Brindar información y asistencia al cliente acerca de los productos y servicios ofrecidos por la empresa. La actividad de brindar información y asistencia al cliente se enfocó en garantizar una atención oportuna y efectiva a cada persona que se acercaba al establecimiento comercial del Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S en el municipio de Ocaña.

Desde el momento en que un cliente ingresaba al establecimiento, se implementaron prácticas para asegurar una atención inmediata. Todo el equipo encargado de esta misión, estuvo disponible para recibir a los clientes, ofreciendo una bienvenida cordial y estando listo para abordar cualquier pregunta y/o inquietud (ver Figura 14).

Figura 14

Momento de atención y servicio al cliente



Capítulo 4. Diagnóstico final

Durante la experiencia como pasante del programa de Administración de Empresas, se logró estar como Auxiliar Administrativo dentro del Departamento Administrativo del Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S ubicado en el municipio de Ocaña, Norte de Santander. A lo largo del segundo semestre del año 2023, se tuvo la oportunidad de adquirir valiosos conocimientos y experimentar importantes cambios en mi rol como estudiante. Por lo anterior, se presenta un diagnóstico final sobre los aportes y cambios que se lograron durante la experiencia de la pasantía.

Durante el lapso de la pasantía se logró adquirir un conocimiento profundo sobre la estructura organizacional de la empresa, comprendiendo su funcionamiento interno y las interrelaciones entre distintos departamentos. Este aprendizaje no solo permitió identificar oportunidades de mejora, sino también entender la dinámica empresarial desde una perspectiva práctica.

La implementación de una estrategia de mercadeo se convirtió en un aprendizaje clave, ya que, se desarrolló habilidades para analizar el mercado, identificar segmentos y diseñar estrategias efectivas para aumentar la visibilidad de los productos y servicios ofrecidos por la empresa. Este conocimiento estratégico contribuyó significativamente al objetivo de ampliar la presencia en el mercado.

Asimismo, en el área de gestión de inventarios y compras, se logró experimentar un crecimiento sustancial, ya que, se aprendió a optimizar procesos e implementar sistemas de organización eficientes. Este aprendizaje no solo beneficia a la empresa directamente, sino que también representa una valiosa experiencia profesional.

Finalmente, se puede señalar que, se vivió una experiencia enriquecedora durante la pasantía, puesto que, se desarrollaron habilidades analíticas, estratégicas y de gestión que no solo beneficiaron a la empresa, sino que también fortalecieron el conjunto de habilidades previas. Asimismo, se adquirió una comprensión práctica y profunda de la dinámica empresarial, aprendiendo a aplicar teorías y conceptos académicos en un entorno corporativo real.

Capítulo 5. Conclusiones

Durante el desarrollo de la pasantía en el Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S, se lograron los objetivos específicos propuestos. A continuación, se presentan las conclusiones obtenidas de los resultados obtenidos:

En primer lugar, el análisis detallado de la estructura organizacional reveló oportunidades clave para mejorar la eficiencia y maximizar los recursos existentes. Se identificaron áreas de optimización en la distribución de responsabilidades y flujos de trabajo, así como la existencia de sobrecarga en algunos cargos dentro de la empresa. En ese mismo sentido, la participación activa en este proceso contribuyó a una comprensión profunda de la importancia de una organización eficiente.

En segundo lugar, la implementación de la estrategia de mercadeo resultó en un aumento significativo en la visibilidad de los productos y servicios del Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S. La reactivación de las redes sociales, la creación de videos publicitarios y la oferta digital generaron una respuesta positiva tanto de clientes existentes como de nuevos clientes potenciales.

Finalmente, la revisión y actualización de los procedimientos de gestión de inventarios y compras resultaron en una mejora sustancial en la eficiencia operativa. La implementación de sistemas de clasificación, etiquetas y registros electrónicos optimizaron la organización de inventarios.

Capítulo 6. Recomendaciones

Se recomienda establecer programas de capacitación regulares para el personal, con énfasis en la clarificación de funciones y responsabilidades dentro de la estructura organizacional. Esto garantizará que todos los trabajadores comprendan su rol y contribuyan de manera efectiva al logro de los objetivos. Así como, implementar un sistema de retroalimentación continua entre los diferentes niveles jerárquicos. Esto facilitará la identificación rápida de a quien se debe acudir cuando se presenten dificultades y/o problemas.

Se sugiere la creación de un plan de contenido estructurado para las redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp Business) y el sitio web de la empresa. Esto garantizará una presencia constante en la comunidad virtual y permitirá la comunicación efectiva de los productos y servicios ofrecidos. Asimismo, implementar un sistema de seguimiento de métricas de marketing digital para evaluar el rendimiento de las estrategias. El análisis regular de estos datos permitirá ajustar las estrategias según sea necesario.

Finalmente, se les invita a capacitar a los trabajadores en la implementación y uso de sistemas de gestión documental física y digital. Esto agilizará la organización de archivos, mejorando la accesibilidad a la información, asimismo, establecer políticas de revisión periódica sobre cómo avanzan la organización documental.

Referencias

Armijos Mayon, F. B., Bermúdez Burgos, A. I., & Mora Sánchez, N. V. (2019). Gestión de administración de los recursos humanos. *Universidad y Sociedad, 11*(4), 163-170. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202019000400163&script=sci_arttext

Congreso de la República de Colombia. (1993). Ley 101 de 1993. Ley General de Desarrollo Agropecuario y Pesquero. Diario Oficial No. 41.149, de 23 de diciembre de 1993. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0101_1993.html

Congreso de la República de Colombia. (2011). Ley 1480 de 2011. Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial No. 48.220 de 12 de octubre de 2011. http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html

Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S. (2023). *Misión*. https://www.gersas.co/mision/

Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S. (2023). *Objetivos de la empresa*. https://www.gersas.co/objetivos-de-la-empresa/

Grupo Empresarial Romero Serrano S.A.S. (2023). *Visión*. https://www.gersas.co/vision/

Jaén Arenas, D. (2019). Tendencias en gestión de recursos humanos en una empresa saludable y digitalizada. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies, 6*(2), 63-80. http://www.uajournals.com/ojs/index.php/ijisebc/article/view/471

Ladrón de Guevara, M. Á. (2023). *Apoyo administrativo a la gestión de Recursos Humanos.* Editorial Tutor Formación. https://elibro-net.sibdigital.ufpso.edu.co/es/ereader/ufpso/234886

Ministerio de Salud y Protección Social. (2013). Resolución 2674 de 2013. Por la cual se reglamenta el artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012 y se dictan otras disposiciones. https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2674-de-2013.pdf

Montoya Agudelo, C. A., & Boyero Saavedra, M. R. (2016). El Recurso Humano como elemento Fundamental para la gestión de calidad y la Competitividad Organizacional. *Revista Científica "Visión de Futuro", 20*(2), 1-20. https://www.redalyc.org/pdf/3579/357947335001.pdf

Pico Gutiérrez, E., Loor Solórzano, M., & Caamaño López, C. (2020). Estrategias de marketing para fortalecer la gestión comercial de las pymes en la provincia de Santa Elena: caso: Compañía Serlipen S.A. *Universidad Ciencia y Tecnología*, *24*(100), 11-19. https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/298

Remache-Silva, J. E., Ocampo-Ulloa, W. L., Sandoya-Valero, E. C., & Encalada-Tenorio, G. (2020). Control de los inventarios en las empresas agrícolas. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional, 5*(12), 774-788. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8042582

Triviño Granados, L. Y. (2019). *Estrategias de mercadeo, tácticas clave para el posicionamiento del producto*. [Artículo de reflexión, Universidad Militar Nueva Granada]. Repositorio Institucional Unimilitar: https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/35241