**FORMATO PARA EL DESARROLLO DE COMPONENTE FORMATIVO**

|  |  |
| --- | --- |
| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Gestión de Negocios y Finanzas |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| COMPETENCIA | 210601023-Coordinar actividades de acuerdo con estrategias de gestión y proceso administrativo | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 210601023-01. Diagnosticar unidad de negocio de acuerdo con factores internos y externos |

|  |  |
| --- | --- |
| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | CF001 |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | La empresa y la gestión de la información |
| BREVE DESCRIPCIÓN | En este componente, se da el ingreso al mundo empresarial, iniciando con los fundamentos de conceptos de empresa y sus tipologías, describiendo los métodos o matrices diseñados para realizar diagnóstico organizacional, lo que sumado aporta a que la empresa se direccione a objetivos alcanzables y medibles de acuerdo con su realidad y sus capacidades, se busca además alcanzar nuevos retos convirtiendo debilidades en fortalezas. |
| PALABRAS CLAVE | desarrollo organizacional, diagnóstico, empresa, FODA, matriz |

|  |  |
| --- | --- |
| ÁREA OCUPACIONAL | 1 - Finanzas y administración |
| IDIOMA | Español |

1. **Tabla de contenidos**

**Introducción**

**1. Empresas**

1.1 Clasificación

1.2. Áreas funcionales

1.3 Diagnóstico organizacional

1.4. Matrices diagnósticas

**2. Instrumentos de recolección de información**

2.1. Tipos

2.2. Técnicas

2.3. Grupos de interés

**Síntesis**

1. **Introducción**

La empresa como ente económico y unidad productiva se configura como centro de los negocios, sin ella no existirían las operaciones comerciales, al nivel de avance que se conoce hoy. El siguiente video presenta su historia y configuración hasta la actualidad.



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | |
| La empresa siempre ha estado sujeta o influida por el entorno, lo cual hace que esté en permanente cambio, reconociendo los nuevos retos, adaptándose a los últimos procesos y tecnologías, apropiando esas actualizaciones para vincularlas y evaluando su implementación con el fin de elegir lo que es más conveniente y productivo para ella; es decir, generando una identidad organizacional propia que la diferencie de las demás. | |

En la actualidad, se reconoce la empresa en diferentes tipos existentes de acuerdo con: su tamaño, actividad, origen de capital y/o tipo de sociedad, lo cual conlleva unas responsabilidades específicas que se deben asumir. Para comprender la dimensión y complejidad de la empresa u organización, es necesario reconocer las áreas funcionales, las cuales le dan vida propia a la organización, conocer cómo se identifican, si por departamento, área o función, según el tipo de organización constituida y cómo cada tipo de organización define un estilo propio de administrar los recursos y alcanzar los objetivos.

Todo esto se construye desde el diseño o planeación, para luego ponerlo en marcha en la operación o funcionamiento operacional de la misma, fase en la que se hace necesario realizar el diagnóstico organizacional con el fin de evaluar el desempeño de la empresa para hacer los ajustes requeridos y adaptarse al cambio, fidelizar los clientes y captar nuevos, lo que es posible solo si la organización se mantiene a la vanguardia a través de estratégicas decisiones gerenciales.

Este componente formativo, además de desarrollar las temáticas descritas anteriormente, cerrará exponiendo cada uno de los instrumentos de recolección de información que son fundamentales para realizar diagnósticos o investigaciones orientadas a la implementación de un nuevo proyecto.

|  |  |
| --- | --- |
| Big Data Technology for Business Finance Analytic Concept. Modern graphic interface shows massive information of business sale report, profit chart and stock market trends analysis on screen monitor. | Todo lo anterior permite aportar al mejoramiento de la empresa desde su función, con el fin de agilizar procesos, dar respuestas oportunas y tener a la mano información de primera mano de los diferentes departamentos, así como de los clientes, lo cual es crucial para la toma de decisiones y definir el futuro inmediato, si se han presentado imprevistos, o a mediano y largo plazo, si el entorno así lo permite. |

1. **Desarrollo de contenidos**
   * + 1. **Empresas**

La empresa, desde su concepto, se puede abarcar desde distintas perspectivas, que, al leerlas, de alguna forma se complementan. Para este caso en particular, se expondrán algunas de ellas, lo que permitirá construir una definición propia de la misma.

**Figura 1**

*Definiciones de empresa*



|  |  |
| --- | --- |
| Conclusión | En conclusión, las empresas son el motor económico de los países, gracias a que a través suyo se genera riqueza y empleo, dinamizando el desarrollo de las naciones; razón por la cual son reconocidas como la unidad productiva de la economía. Fueron creadas para ofertar bienes y servicios, y a través de ellas se formalizaron las transacciones u operaciones comerciales; de tal manera que el trueque dio paso a generar la necesidad de retribución económica por los productos y servicios vendidos, lo cual genera a su vez un beneficio tanto para el productor/comercializador como para el cliente o beneficiario del servicio o producto.  La empresa, entonces, también se define como un conjunto de factores económicos que, coordinados o bien direccionados por el empresario, cumplen la función de producir bienes y lograr un objetivo que constantemente es maximizar el valor de su empresa, es decir, a través de su desempeño lograr generar riqueza o fortalecer su capital. |

Las empresas también cumplen funciones no solo económicas sino sociales, pues a través de sus decisiones, de la responsabilidad social empresarial, de la interacción con el colaborador, la asignación y desarrollo de funciones, sumado a las capacitaciones y entrenamientos que brinda, con el fin de lograr la productividad en todas las áreas que la integran, genera a su vez un desarrollo profesional en cada integrante de la organización como motivación para mejorar su cualificación y para realizarse en el área profesional.

Al estar compuesta por áreas funcionales, cada una de ellas aporta al desarrollo integral de la empresa, lo que, a su vez, redunda en un beneficio regional e incluso nacional si las magnitudes de sus innovaciones o transformaciones permiten alcanzar grandes retos o resolver grandes problemas, despertando niveles elevados de interés, como la inversión extranjera, generando de esta manera el ingreso de divisas al país, lo cual beneficia a todo el territorio nacional.

Ahora bien, las características de la empresa son los rasgos que la identifican como ente productivo y económico que ofrece bienes y servicios. Esta inicia sus actividades, como se ha mencionado, con gran expectativa de satisfacer las necesidades de los clientes y poder llegar a fidelizarlos, generando así ingresos que le permitan ampliar su capacidad productiva, lanzar nuevas líneas de productos, crecer y consolidarse en el sector al que pertenezca. La organización debe estar cargada de dinamismo para adaptarse a los cambios que el entorno le presente y coordinar sus recursos para el logro de los objetivos. Por tanto, las siguientes pueden identificarse como sus características.

**Figura 2**

*Características de la empresa*



* 1. **Clasificación**

La clasificación o tipologías de las empresas tiene su origen en determinados criterios. A continuación, se desarrolla cada uno de ellos.

**Figura 3**

*Clasificación de las empresas*



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | |
| Empresa de una persona o Empresa unipersonal  Es posible constituir una empresa con un solo socio, que conforme una persona jurídica distinta a ese único socio, pero técnicamente no es una sociedad unipersonal. La sociedad unipersonal no existe como consecuencia de la creación de las S.A.S., lo que existe es la empresa unipersonal, creada por la Ley 222 de 1995, que no tiene la característica de sociedad (Gerencia.com, 2022). | |

Para ampliar la información alrededor de los tipos de sociedades en Colombia, se sugiere revisar los siguientes recursos:

|  |  |
| --- | --- |
| Tipos de sociedades en Colombia  Amplía el conocimiento sobre los tipos de sociedades en Colombia. |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Consolidado de sociedades en Colombia  El siguiente cuadro comparativo permite analizar cada una de las sociedades de acuerdo con sus características. Recurso que también puede ser consultado en el material de apoyo. |  |

**1.2 Áreas funcionales**

Cuando se mencionan áreas funcionales de la empresa, se hace referencia a todas las unidades, áreas o departamentos que son necesarios para el funcionamiento u operación de la organización, entre las cuales se dividen las responsabilidades, bien sea por funciones o especialidad. A continuación, se exponen las principales:



**1.3 Diagnóstico organizacional**

Para definir el diagnóstico organizacional como herramienta estratégica para la organización, es necesario conocer el concepto de diagnóstico presentado en el siguiente video:



Algunas causas que dan origen al diagnóstico organizacional, de acuerdo con Celaya (2010), son:

**Figura 4**

*Causas del diagnóstico organizacional*



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | |
| De otra parte, cuando la organización está inmersa en un entorno bastante complejo, es necesario que mantenga cierta cercanía con ese grado de complejidad, de manera que, al incrementar esa misma complejidad en el entorno, es decir, cambios de gobierno o cambio de política ,entre otros, estará obligada a aumentar su complejidad interna, en otras palabras, a desarrollar mayor fortaleza en los procesos, o contracción de la producción, si es el caso; en fin, diferentes cambios drásticos que deba afrontar, para lo cual requiere estar preparada y lo cual genera la habilidad de adaptación constante en congruencia con los cambios que se presentan en el contexto.  De ahí, la importancia de trabajar de la mano con su talento humano, pues, al construir un sentido de pertenencia sólido, se crea un clima organizacional sin fronteras, permitiendo el avance constante hacia nuevas tendencias y nuevos retos que, al asumirlos, generan crecimiento para ambas partes. | |

Para realizar el diagnóstico organizacional se requiere de información ya disponible o de nueva información suministrada mediante los antecedentes, por ello, es imprescindible definir un parámetro que facilite hacer relevantes algunos elementos y descartar otros para acentuar los de mayor trascendencia y definir con claridad la coyuntura actual de la organización, como son las dificultades en la actualidad.

El diagnóstico organizacional orienta la organización hacia el logro de la eficiencia empresarial, para lo cual se ha identificado la necesidad de incluir tres clases de herramientas:



Para realizar una intervención en la empresa a través del diagnóstico organizacional, se hace necesario que el consultor realice una entrevista con la persona interesada o gerente de la organización, quien expondrá su interés de contar con esta implementación y definirá la situación, para dimensionar el problema y conocer sus alcances, así como cuáles son sus habilidades, fortalezas, dificultades, debilidades y áreas de oportunidad, dejando claro que, al someter a una empresa a un proceso de diagnóstico se direcciona a que los actores que hacen parte de esta se dispongan a nuevos retos que deben ser desarrollados por ellos como parte de la organización y nunca por alguien externo.

Para implementar el diagnóstico organizacional, se hace necesario construir un proyecto que lleve su nombre, requiriendo, en primera instancia, desarrollar la primera entrevista y develar las pretensiones de los intervinientes, así como sus perspectivas y los diferentes inconvenientes que deben ser identificados en la inversión a realizar. El plan de trabajo deberá llevar los siguientes elementos y un proceso determinado, de acuerdo con Bravo (2019).

**Figura 5**

*Proceso y elementos de un diagnóstico*



**1.4 Matrices diagnósticas**

Las matrices diagnósticas han sido diseñadas con el fin de condensar diferentes factores claves de éxito de una organización, para medirlos o evaluarlos desde la realidad de su desempeño y operación empresarial. Ellas son instrumentos poderosos para la gestión empresarial, que permiten recoger información sobre diferentes aspectos de la empresa, para que luego, a través de la aplicación de otras estrategias o simplemente del análisis del conjunto de información, se pueda construir una conclusión. A continuación, se desarrollan las más relevantes:



Se puede concluir que existen diferentes herramientas para evaluar el contexto interno y externo de una organización, siendo de gran importancia la suma de ellas, pues cada una con sus complementarios permite esclarecer el panorama de la organización, encontrando estrategias que aporten a potencializar fortalezas, así como a convertir debilidades en fortalezas, a redituar las oportunidades que brinda el entorno y especialmente a preparase para evitar los impactos de la ocurrencia de amenazas.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | |
| El direccionamiento estratégico ha sido de gran aporte al desarrollo científico de la administración y, por tanto, de las organizaciones. Este conglomerado es el resultado de ese avance estratégico, dando a las organizaciones la oportunidad de convertirse en líderes en el mercado al que pertenecen. | |

**2. Instrumentos de recolección de información**

Para abordar este tema, es necesario mencionar que en todo diagnóstico el fin es identificar y reconocer un problema específico, luego de definir las áreas vinculadas y de recopilar la información pertinente y relacionada con el aspecto a tratar, considerándose el diagnóstico una investigación. Todo plan de trabajo contiene tres elementos esenciales, de acuerdo con Gallardo (1999): método, técnica e instrumentos.

**Figura 6**

*Elementos de un plan de trabajo*



La recolección de la información debe realizarse haciendo uso de un proceso planeado paso a paso, para que de manera estructurada y coherente se obtengan resultados que coadyuven favorablemente al logro de los objetivos planteados. La búsqueda de la información se realiza basada en elementos del punto focal o situación objeto de estudio, el planteamiento de preguntas relevantes, las variables intervinientes en el proceso y los indicadores que permiten operacionalizarlas.

|  |  |
| --- | --- |
| Manos de doctora irreconocible rellenando el formulario en el portapapeles Foto gratis | Al diseñar los instrumentos de recolección de información, es recomendable realizar su aplicación con el fin de evaluar su pertinencia a través de una prueba piloto, la cual es fundamental, porque allí se califica el personal en esta labor, se evalúa el desarrollo de actividades ya en campo, y posteriormente, sugerir algunas modificaciones antes de realizar el estudio en su totalidad.  Simultáneamente, es recomendable diseñar y estructurar el manejo de la información a partir de la elaboración de un diagrama del procesamiento de esta, ya que el cúmulo de información que se espera obtener es bastante. Este debe incluir un esquema de control de calidad para validar la correlación entre los datos procesados y los datos recolectados, que contemple el proceso a llevar a cabo para definir la veracidad de los mismos por el encuestador, observador o entrevistador. |

La información recolectada debe cumplir con dos características: ***confiabilidad,*** considerada como la capacidad del instrumento para arrojar datos o mediciones que correspondan a la realidad que se pretende conocer; y ***validez***, definida como la propiedad del instrumento para medir u observar lo que se pretende de la investigación. Esta condición es fundamental para obtener la confiabilidad. La validez se relaciona con la verosimilitud, o más precisamente, con la correspondencia entre el modelo teórico construido en la investigación y la realidad empírica. Se habla de validez interna o credibilidad para referirse a la congruencia entre las observaciones realizadas en el trabajo de campo y la realidad tal como la perciben los sujetos.

En los últimos tiempos, varias disciplinas científicas han incorporado la triangulación como uno de los procedimientos para asegurar la validez y la confiabilidad de la información que utilizan. Esto se ha hecho creciente en las ciencias sociales, las ciencias biológicas, en las disciplinas tecnológicas y en algunas de las ciencias naturales. La triangulación no se reduce a lo metodológico y, según la conocida clasificación de Denzin, habría cuatro tipos de triangulación.

**Figura 7**

*Tipos de triangulación*



**2.1. Tipos**

Existen diferentes instrumentos para recopilar información que son usados según su propósito y de acuerdo con el diseño que se realice, el cual debe ser validado y puesto a prueba para comprobar su pertinencia y eficiencia en cuanto al logro del objetivo propuesto. Se considera que la clasificación de los instrumentos para recolectar información es determinada según el tipo de información a recolectar, es decir, si es cuantitativa o cualitativa.



**2.2 Técnicas**

Las técnicas de recolección de información corresponden a los procedimientos elegidos para adelantar una investigación de cualquier orden, con el fin de garantizar que la técnica elegida aporta al cumplimiento del objetivo de la investigación. Las técnicas más conocidas son:

* Encuesta.
* Observación.
* Entrevista.
* Recopilación documental, revisión documental o análisis documental.
* Autorreportaje.
* Categorización. Triangulación y teoría fundamentada.
* Comunidades *online.*

Ahora bien, de acuerdo con la técnica a implementar, se determina el instrumento de recolección de información a usar. Estos son diseñados de acuerdo con el objetivo a estudiar, el cual parte del problema que origina la investigación; por esta razón, en este apartado, se incluyen los instrumentos en cada tipología, con la claridad de que su diseño y aplicación deben ser acordes con la información que se espera obtener. A continuación, se presentan cada uno de ellos.



Las comunidades *online* son una inversión productiva para las empresas porque generan un espacio adecuado para recolectar información al instante y generar relaciones más estrechas que logran llegar a la fidelidad. Existen diferentes tipos de comunidades *online:*



|  |  |
| --- | --- |
| Técnica e instrumentos de recolección de información  El siguiente gráfico ejemplifica de forma genérica cómo seleccionar el instrumento de acuerdo con la técnica a implementar. |  |

**2.3 Grupos de interés**

Corresponden a grupos de personas dentro de una organización que tienen objetivos propios, ellos son los accionistas o inversionistas, directivos y empleados, que mantienen un vínculo con la empresa como resultado del planteamiento de objetivos estratégicos, los cuales inciden en la labor que cada uno desempeña y en los objetivos que deben alcanzar desde su puesto de trabajo; de ahí la importancia de gestionarlos de manera estratégica y proactiva.

En estos grupos de interés, además de llegar a consensos, se delegan funciones, se asignan responsabilidades individuales y colectivas cuyo resultado va a incidir en el desempeño organizacional y en el logro de los objetivos empresariales.

|  |  |
| --- | --- |
| Grupo de personas trabajando en un plan de negocios en una oficina Foto gratis | Sin desconocer que cada individuo tiene una formación, experiencia, habilidades, destrezas, así como debilidades, se deben tratar de manera adecuada para aportar a la consolidación del equipo de trabajo y de la organización; pero si ellos se esconden o se ignoran, pueden causar daños irreparables a la misma en todos sus ámbitos, siendo la negociación el elemento que brinda el equilibrio requerido en la organización. |

Los grupos de interés se clasifican de acuerdo con su relevancia y el posible impacto que tienen dentro de la organización. De acuerdo con este criterio, tienen las siguientes características:

**Figura 9**

*Características de los grupos de interés o stakeholders*



Los grupos de interés son identificados de acuerdo con la prioridad que tienen los objetivos asociados a los grupos más importantes. Es una misión de la dirección buscar el equilibrio entre los objetivos de los diferentes grupos presentes en la empresa, lo cual solo puede alcanzarse mediante la negociación, al fijar objetivos que integren los de todos, con el fin de otorgar la capacidad de tomar decisiones y especialmente de participar. Los criterios para reconocer grupos de interés son:

* Si el grupo tiene poder, es legítimo y además influye en el logro de objetivos. Su función en la organización es crucial y determinante.
* Se deben considerar grupos de interés aquellos que aparecen de manera latente, aunque su relevancia sea escasa, con el fin de promover la participación como parte de la motivación grupal e individual de sus participantes.
* Nacen de forma colectiva porque se identifican en sus intereses y comparten una misma motivación. Este tipo de grupo de interés permanecerá hasta lograr su objetivo.

Los grupos de interés también se definen de acuerdo con los siguientes aspectos:

**Figura 10**

*Aspectos que definen los grupos de interés*



A través del análisis estratégico de los grupos de interés, es posible identificar los tipos de participantes que lo integran, lo cual es fundamental para que la organización potencialice su existencia para su beneficio, de acuerdo con los objetivos que estos hayan trazado. Los participantes pueden pertenecer a diferentes grupos de interés dependiendo de sus objetivos, los cuales son momentáneos, por lo que se hace necesario realizar la valoración de los mismos para reconocerlos en función de su importancia y valorar los posibles impactos sobre los objetivos de la empresa. Esta valoración es posible realizarla gracias al mapeo de *stakeholders* o grupos de interés.

Es una representación gráfica del tipo de relación existente entre los grupos de interés y el proyecto u organización. Se elabora con el fin de comprender los diversos niveles de influencia y su relevancia en la empresa. Asimismo, permite realizar monitoreo de la evolución de todas las relaciones a largo plazo y evidencia la influencia que los grupos de interés ejercen sobre la organización o que la empresa ejerce sobre ellos, tal como se presenta en la figura.

**Figura 11**

*Mapa de stakeholders*



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | |
| Esta herramienta aparece gracias a que el nivel directivo de las organizaciones ha reconocido la importancia y tomado conciencia de administrar estratégica y proactivamente los grupos de interés. | |

1. **Síntesis**

La empresa, como unidad de progreso económico y social, requiere constantemente de un análisis o diagnóstico organizacional que permita, a través de sus factores internos y externos, gestionar y dinamizar procesos administrativos coherentes, pertinentes y eficientes. A continuación, se presentan gráficamente las temáticas desarrolladas en el componente.

**Figura 12**

*Síntesis*



1. **Actividad didáctica**

|  |  |
| --- | --- |
| DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD DIDÁCTICA | |
| Nombre de la Actividad | Relacionar conceptos |
| Objetivo de la actividad | Reconocer, apropiar y relacionar conceptos claves del componente. |
| Tipo de actividad sugerida |  |
| Archivo de la actividad  (Anexo donde se describe la actividad propuesta) | Formatos DI: CF01\_Actividad Didáctica.docx |

1. **MATERIAL COMPLEMENTARIO**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del Material | Tipo de material  (Video, capítulo de libro, artículo, otro) | Enlace del Recurso o  Archivo del documento o material |
| 1.1. Clasificación | Decreto 957 de 2019. [Ministerio de Industria, Comercio y Turismo]. Por el cual se adiciona el capítulo 13 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamenta el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011. Junio 5 de 2019. | Documento legal - Decreto | <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20957%20DEL%2005%20DE%20JUNIO%20DE%202019.pdf> |
| 1.3. Diagnóstico organizacional | Urbina, C. (2018). *Modelo de las 5 fuerzas de Porter, aplicación empresas Toks México y Frisby Colombia*. <https://bdigital.uniquindio.edu.co/bitstreams/646d1956-fcc5-4a8b-b4c8-10a032913d16/download> | *Artículo* | <https://bdigital.uniquindio.edu.co/bitstreams/646d1956-fcc5-4a8b-b4c8-10a032913d16/download> |
| 2. Instrumentos de recolección de la información. | Gallardo, Y. y Moreno, A. (1999). *Aprender a Investigar. Módulo 3. Recolección de la Información*. ICFES. <https://www.unilibrebaq.edu.co/unilibrebaq/images/CEUL/mod3recoleccioninform.pdf> | Libro | <https://www.unilibrebaq.edu.co/unilibrebaq/images/CEUL/mod3recoleccioninform.pdf> |

1. **Glosario**

|  |  |
| --- | --- |
| TÉRMINO | SIGNIFICADO |
| Administración | Ciencia que coordina recursos mediante procesos, procedimientos y métodos que permiten el logro de los objetivos organizacionales. |
| Diagnóstico | Análisis o investigación que se realiza con el fin de determinar una situación, tendencia o causa de un problema, reconocer su entorno y proponer posibles soluciones que probablemente causarán cambios en la organización. |
| Matriz | Instrumento de gestión en la organización que permite recoger información acerca de un proceso, actividad o estrategia implementada en la organización, con el fin de consolidar la información, posteriormente analizarla, y finalmente, utilizarla para la toma de decisiones. |
| Método | Modelos y procedimientos metodológicos y sistemáticos que aportan al estudio de un problema u objeto de una situación, para la construcción de conocimiento válido y comprobable de un fenómeno particular por medio de una observación, tesis, hipótesis, entre otros elementos. |
| *Stakeholders* | Grupos de interés o partes interesadas de la organización que influyen de manera directa e impactan a la organización en el logro de sus objetivos. |
| Técnica | Conjunto de procedimientos cuyo objetivo es garantizar la operatividad del proceso investigativo con el fin de obtener suficiente información y conocimiento para resolver los interrogantes planteados orientados a la solución del problema u objeto de la investigación. |

1. **Referencias bibliográficas**

Amador, A. y Oviedo G. (2006). *Análisis de competitividad del biodiesel colombiano*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. <https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/1973/2006_Tesis_Amador_Andrea.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bravo, L., Ramos, P., Tejada, A. y Valenzuela, A**.** (2019). Perspectiva teórica del diagnóstico organizacional. *Revista Venezolana de Gerencia, 24*(88), p. 1316 – 1328. <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051021/html/>

Cardoso, M. y Poveda, N. (2021). *Diagnóstico Organizacional y Plan de Mejoramiento para la Microempresa Modas Milenio del municipio de La Mesa, Cundinamarca* [Trabajo de grado]. Universidad de Cundinamarca.<https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/3761/Diagn%c3%b3stico%20organizacional%20y%20plan%20de%20mejoramiento%20para%20la%20microempresa%20modas%20milenio%20del%20municipio%20de%20La%20Mesa-%20Cundinamarca.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Celaya, R., González, N., Ramírez, R. y Valenzuela, C. (2010). *Diagnóstico organizacional: una mirada hacia el futuro.* Instituto Tecnológico de Sonora [ITSON]. <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no70/43b-diagnostico_organizacional_una_mirada_hacia_el_futuro_noviembre_2010_corregido.pdf>

Código de Comercio. (2020). *Artículo 461. Definición de la sociedad de economía mixta*. <http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio_pr014.html#:~:text=ART%C3%8DCULO%20461.,salvo%20disposici%C3%B3n%20legal%20en%20contrario>

Decreto 957 de 2019. [Ministerio de Industria, Comercio y Turismo]. Por el cual se adiciona el capítulo 13 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamenta el artículo 2° de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011. Junio 5 de 2019. <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20957%20DEL%2005%20DE%20JUNIO%20DE%202019.pdf>

Gallardo, Y. y Moreno, A. (1999). *Aprender a Investigar. Módulo 3. Recolección de la Información*. ICFES. <https://www.unilibrebaq.edu.co/unilibrebaq/images/CEUL/mod3recoleccioninform.pdf>

Gerencie.com. (2022). *Sociedad Unipersonal*. <https://www.gerencie.com/las-sociedades-unipersonales-no-existen-en-colombia.html>

Matiz, F. y Pérez, A. (2009). *Planeando la Empresa I*. Editorial Universidad EAN.

Münch, L. (2004). *Fundamentos de Administración. Casos y Prácticas*. Editorial Trillas.

Pedraza, M., Sastoque, J., Serrano, L. y Tarazona, D. (2015). *Diagnóstico organizacional a 100 Mipymes de Fusagasugá* [Trabajo de investigación]. Universidad de Cundinamarca.

Ramírez, C. y Ramírez, M. (2009). *Fundamentos de Administración*. Ecoe Ediciones. <https://www.ecoeediciones.com/wp-content/uploads/2016/08/Fundamentos-de-administraci%C3%B3n-4ed.pdf>

Robichaud, F. (2018). *Mapeo de grupos de interés: Cuándo, por qué y cómo mapear los grupos de interés.*. <https://www.boreal-is.com/es/blog/mapeo-partes-interesadas-grupos-interes/>

1. **Control del documento**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
| Autor(es) | Norma Constanza Morales Cruz | Experta Técnica | Regional Tolima- Centro de Comercio y Servicios | Abril de 2022 |
| Miroslava González Hernández | Diseñadora y Evaluadora Instruccional | Regional Norte de Santander - Centro de la Industria, la Empresa y los Servicios | Abril de 2022 |
| Carolina Coca Salazar | Asesora Metodológica | Regional Distrito Capital- Centro de Diseño y Metrología | Abril de 2022 |
| Darío González | Corrector de Estilo | Regional Distrito Capital- Centro de Diseño y Metrología | Mayo de 2022 |

1. **Control de cambios**

**(Diligenciar únicamente si realiza ajustes a la Unidad Temática)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del cambio |
| Autor(es) |  |  |  |  |  |