



Análisis estratégico para la empresa Imbocar, seccional Valledupar – Colombia

Strategic analysis for Imbocar enterprise, Valledupar branch - Colombia

Angie Michelle Acero Moreno¹  , Breyner Alexander Ordoñez Paredes¹  , Heydis Paola Toloza Guardias¹  , Baneudys Vega Palmera¹  

RESUMEN

El desafío crítico de la gerencia contemporánea es la toma de decisiones efectivas, eficientes y certeras que impulsen la efectividad de los procesos internos y, en consecuencia, permitan alcanzar las metas organizacionales. Dicha toma de decisiones debe tener en cuenta factores internos y externos para optimizar los resultados de la organización. En línea con esto, se llevó a cabo un análisis estratégico en la sucursal de Imbocar en Valledupar, con el propósito explícito de identificar estrategias que fomenten la mejora interna y el crecimiento en diversos sectores del mercado. El análisis se basó en una investigación fundamentada en una metodología interpretativista con un enfoque cualitativo y un diseño de caso de estudio. Incluyó una entrevista con el coordinador de la organización en estudio y la elaboración de matrices analíticas incluyendo las Cinco Fuerzas de Porter, EFE, EFI, IE, DOFA, PEYEA, MPCE y MIC MAC. Como resultado principal de este análisis estratégico, se identificaron diversas estrategias centradas en el crecimiento de mercados, desarrollo de productos/servicios y penetración de mercados. Estas estrategias se presentan como aportes significativos al mejoramiento interno y al crecimiento sostenido de la mencionada sucursal.

Palabras clave: administración de empresas, crecimiento económico, empresa, toma de decisiones.

Clasificación JEL: D24; O14

Recibido: 19-02-2025

Revisado: 27-04-2025

Aceptado: 15-06-2025

Publicado: 04-07-2025

Editor: Carlos Alberto Gómez Cano 

¹Universidad de Pamplona. Pamplona, Colombia.

Citar como: Acero, A., Ordoñez, B., Toloza, H. y Vega, B. (2025). Análisis estratégico para la empresa Imbocar, seccional Valledupar – Colombia. *Región Científica*, 2(2), 202595. <https://doi.org/10.58765/rc202595>

ABSTRACT

The critical challenge of contemporary management involves making effective, efficient, and accurate decisions that drive the effectiveness of internal processes and, consequently, achieve organizational goals. Such decision-making must consider internal and external factors to optimize organizational outcomes. In line with this, a strategic analysis was carried out at the Imbocar branch in Valledupar, with the explicit aim of identifying strategies that promote internal improvement and growth in various market sectors. The analysis was based on a study designed with an interpretivist methodology and a qualitative approach. It included an interview with the coordinator of the organization under study and the development of analytical matrices, including Porter's Five Forces, EFE, EFI, IE, SWOT, PESTEL, CPME, and MICMAC. As a primary outcome of this strategic analysis, various strategies were identified, focusing on market growth, product/service development, and market penetration. These strategies are presented as significant contributions to internal improvement and the sustained growth of the aforementioned branch.

Keywords: business administration, economic growth, enterprise, decision-making.

JEL Classification: D24; O14

INTRODUCCIÓN

A lo largo de los años, el sector del transporte se ha convertido en uno de los pilares elementales que contribuye al desarrollo económico en Colombia. El Ministerio de Transporte es el ente encargado de regular y establecer las políticas, planes y proyectos para este sector. En particular, el transporte de alimentos es crucial para conectar las poblaciones de la región y fomentar el crecimiento económico. En este contexto, la empresa de transporte Imbocar se dedica, principalmente y desde hace más de 20 años, al transporte terrestre de carga y servicios logísticos, ofreciendo procesos logísticos garantizados y un compromiso con la calidad en el servicio y el estado de los vehículos. A su vez, la empresa también



Atribución No Comercial Compartir Igual 4.0 Internacional.

presta servicios de transporte especial a entidades privadas en Valledupar (Cesar), y ha logrado una imagen de calidad en este ámbito. Sin embargo, se identifican oportunidades de mejora para ofrecer un sistema de transporte alternativo que garantice la puntualidad de los trabajadores y optimice su desempeño.

De esta manera, es necesario realizar un análisis organizacional para identificar herramientas y estrategias que permitan crear planes de acción para fortalecer todas las áreas de la empresa Imbocar, seccional Valledupar. Esto contribuirá a un mejor desarrollo de los procesos y al cumplimiento de las metas trazadas. Al respecto, Abejón *et al.* (2018), Álvarez *et al.* (2018), Benalcázar (2018) y Tomlinson y Robert (2018) señalan que el análisis estratégico es una labor previa que debe ser materializada con el objetivo de estructurar e implantar de manera eficiente las estrategias. Para ello, se deben analizar diferentes tácticas que permitan comprender el rendimiento empresarial. A su vez, Calabor *et al.* (2018), Manera y Valle (2018), Florido *et al.* (2019) y Pérez *et al.* (2020) manifiestan que el análisis estratégico hace alusión a la generación de flujos de información, los cuales están dirigidos a la toma de decisiones para la acción; además que requieren una planificación y un proceso continuo para decidir qué hacer, cómo hacerlo, cuándo hacerlo y quién lo llevará a cabo. De igual manera, Angulo *et al.* (2018) y Rodríguez *et al.* (2023), describen que, tanto los gestores como directivos en su rol de liderazgo, deben desempeñar papeles esenciales para que los procesos logren alcanzar los niveles deseados.

En el ámbito de la estrategia empresarial, Salas *et al.* (2018), Castro *et al.* (2019) y Brandon *et al.* (2021) señalan que el análisis estratégico reside en el entendimiento de la postura organizacional, tanto en su entorno externo, en las competencias propias y las expectativas, así como en las influencias de los stakeholders. Asimismo, Martín *et al.* (2019), Mañas *et al.* (2020), Mejía *et al.* (2020) y Sartori *et al.* (2021) coinciden en que el objetivo del análisis estratégico es definir la postura estratégica, tanto externa como interna de la organización, considerando diversos factores, como: las amenazas y oportunidades en el contexto externo, y las fortalezas o debilidades en el ámbito interno.

En el contexto del análisis estratégico, Ramírez *et al.* (2019) argumentan que el diamante de Porter es una representación gráfica que permite analizar y estudiar los diferentes señalizadores de categoría pequeña o micro, que impactan de manera contundente, buscando mejorar la competitividad de las naciones, sociedades y territorios, hasta las organizaciones empresariales. Cedeño y Benavides (2019) y Velásquez *et al.* (2020) afirman que esta teoría es un modelo donde se establecen los factores como determinantes en un país con una mayor competencia que otros, y a través de estos elementos se puede lograr la victoria corporativa.

En cuanto a la matriz DOFA, Pérez (2017) y Shum (2018) la han definido como una metodología de estudio empresarial que analiza, desde la parte externa, el funcionamiento de la sociedad y valora las circunstancias presentes de la institución; lo que brinda cierta ventaja al momento de interpretar y tomar cualquier tipo de decisión para favorecer la organización o compañía en determinado contexto. Núñez *et al.* (2019) proponen un análisis interno basado en la matriz DOFA, para evaluar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que tienen las empresas al realizar movimientos estratégicos de negocios.

Los precitados autores afirman que la matriz DOFA y la matriz PEST son herramientas útiles para medir el posible mercado de una empresa, considerando factores externos como los económicos, políticos y socio tecnológicos. De esta manera, se sugiere hacer el análisis PEST antes que el DOFA, debido a que el primero mide el mercado y el segundo la unidad de negocio ofertada o idea de emprendimiento. Por lo tanto, la matriz DOFA revisa y organiza datos en su propio formato, lo que permite una mejor comprensión, presentación y discusión al momento de tomar decisiones. En conclusión, el uso adecuado de estas herramientas de análisis estratégico puede contribuir a mejorar la posición competitiva de la organización en su medio empresarial.

Cabe señalar la importancia que poseen las matrices de evaluación en la planificación estratégica de las empresas. Por ejemplo, Rojas y Vargas (2018) y Pérez y Motis (2018) advierten que la matriz PEYEA es una herramienta que permite evaluar la posición estratégica de la empresa y su evaluación de la acción, tomando en cuenta cuatro partes: agresiva, conservadora, defensiva y competitiva. Esto resulta de utilidad para definir si la táctica utilizada por la empresa es la adecuada. Asimismo, Peñafiel *et al.* (2020) indican que la matriz PEYEA es importante para determinar si la estrategia utilizada es la más conveniente en un momento dado.

Por su parte, Martinus y Sigler (2018), Boisier y Cevallos (2019) y Wang *et al.* (2020) plantean que la matriz MPCE es una herramienta que posibilita la evaluación imparcial de las diferentes opciones estratégicas, considerando los factores internos y externos de la empresa. También, Gil *et al.* (2020) aluden a la importancia de esta matriz para la planeación cuantitativa, puesto que ayuda a comparar las alternativas propuestas en el análisis FODA para determinar cuál se ajusta mejor al contexto. Además, Wang *et al.* (2020) admiten que la MCPE emplea

la información recolectada de los estudios de la etapa 1 y los resultados del examen de los ajustes de la etapa 2, para resolver de manera ecuaníme cuáles son las estrategias alternativas más eficientes.

Asimismo, Shum (2018) define la matriz de evaluación del factor externo EFE como una herramienta que ayuda a resumir la información económica, política, sociocultural, ambiental, gubernamental, legal y tecnológica. Asimismo, señala que esta matriz es empleada para concretar la información recolectada del ambiente externo e interno de la compañía. Este autor coincide en que dicha matriz permite resumir y analizar información diversa y facilita la creación de estrategias para aprovechar las oportunidades y disminuir las amenazas; González *et al.* (2020) también destacan la importancia del análisis externo.

En este orden de ideas, según la literatura existente, la matriz EFI (Evaluación de Factores Internos) es una técnica ampliamente utilizada por las empresas para evaluar los factores internos que afectan positiva o negativamente su crecimiento y sostenibilidad en el mercado. En este sentido, se pueden identificar tanto las fortalezas como debilidades internas de la empresa, y pueden ser utilizadas para evaluar su posición competitiva en relación con otros actores del mercado. Es importante destacar que la herramienta de la matriz EFI se utiliza para resumir la información recopilada en el análisis del ambiente interno de la empresa (González *et al.*, 2020).

Otro método que se emplea para analizar los factores que influyen en un sistema es el software de análisis estructural MicMac (Matrice d'Impacts Croisés Multiplication Appliqués à un Classement). Esta herramienta ayuda a establecer una reflexión grupal al describir un sistema con una matriz que es capaz de vincular sus elementos constitutivos. El objetivo es determinar las variables influyentes y dependientes del sistema. De esta manera, el software MicMac permite una evaluación más detallada de los factores, tanto internos como externos, que pueden afectar el rendimiento de la empresa (Zhang *et al.*, 2021).

El análisis estructural es una herramienta reflexiva y, a su vez, grupal: que permite representar un sistema a través de una matriz que relaciona sus elementos constitutivos. La herramienta MICMAC, que se enmarca en el análisis estructural, busca realizar el análisis cualitativo de las relaciones existentes entre variables en una organización, sociedad o país determinado y, adicionalmente, se refuerza a través de los juicios de actores y expertos que integran el sistema. Desde los precitados autores sostienen que este método, también conocido como “análisis estructural”, es útil para estructurar ideas e identificar las variables fundamentales que afectan la evolución del sistema.

En cambio, Salas *et al.* (2018) y da Silva *et al.* (2021) sostienen que la matriz Interna Externa (IE) es una herramienta utilizada para evaluar una organización, considerando sus factores internos, como fortalezas y debilidades, y sus factores externos, como oportunidades y amenazas. De acuerdo con los mismos autores, la matriz IE también es conocida como “portafolio”, debido a que permite graficar los diferentes productos de la empresa en las divisiones correspondientes a cada uno de los cuadrantes de la matriz.

Para llevar a cabo el análisis estratégico de la empresa Imbocar, seccional Valledupar, fue necesario analizar las causas de las problemáticas que afectan el ambiente laboral y los procesos de la empresa. Para ello, se realizó una consultoría que se enfocó en la seccional de Valledupar y sus 14 colaboradores. Es importante destacar que las estrategias formuladas en este proyecto solo resolverán las situaciones presentadas en dicha sede. En resumen, el análisis estratégico se realizó a través de la aplicación de la matriz IE, que permitió identificar las fortalezas y debilidades propias de la entidad, así como las oportunidades y amenazas externas en su contexto. Esto, junto con la consultoría aplicada, permitió identificar acciones y estrategias de mejoras específicas para resolver las problemáticas reconocidas en esa seccional.

METODOLOGÍA

Según indican Finol y Vera (2020), el enfoque interpretativista es una alternativa que consiste en asumir la realidad a través de la relación sujeto-objeto y la lógica procedimental para generar conocimiento científico. Por consiguiente, el trabajo se estructuró a partir de este paradigma y se llevó a cabo un enfoque cualitativo en pro del diagnóstico e identificación de estrategias para la empresa Imbocar. A su vez, se implementó un diseño de investigación de estudio de caso, en el cual tomó como población al personal de la empresa (14 colaboradores) y como muestra a un trabajador (coordinador), al que se le aplicó una entrevista para la recolección de datos.

La entrevista aplicada tuvo un enfoque cualitativo y se realizó a través de un muestreo por conveniencia del coordinador. Con la información que proporcionó la población seleccionada, se abordaron a profundidad las temáticas principales seleccionadas y se identificaron las variables a tratar en la investigación. Este enfoque permitió obtener datos más detallados y contextualizados sobre las problemáticas que afectaban al ambiente laboral en Imbocar, lo

que facilitó la identificación de estrategias efectivas para abordarlas y enfrentarlas.

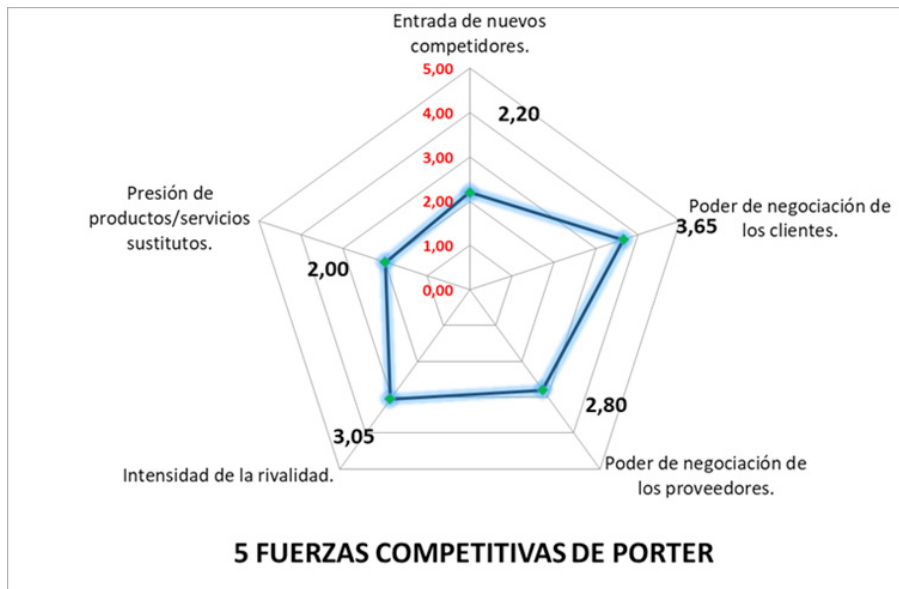
RESULTADOS

Se considera imprescindible realizar una investigación exhaustiva sobre el entorno que rodea a la compañía Imbocar. Para ello, fue crucial entender la situación económica del sector de empresas que se encarga de brindar soluciones de tipo logístico, prestando sus servicios de transporte y cargamento de forma efectiva y eficiente. Uno de los aspectos más relevantes de estas empresas son los envíos, caracterizados por ser de diferentes tipos, incluyendo aquellos que son de carácter indiscriminado y que no cumplen con especificaciones puntuales.

Consecuentemente con lo anterior, fue fundamental analizar cómo se puede posicionar la empresa Imbocar en un mercado altamente competitivo, donde existen empresas con mayor trayectoria en el segmento. No obstante, es posible que compañías jóvenes como Imbocar tengan la oportunidad de resaltar y satisfacer las necesidades insatisfechas que las empresas antiguas han dejado de atender; lo que puede generar un aumento de usuarios y consolidar la confiabilidad de la empresa. Para llevar a cabo un análisis más detallado sobre el atractivo y rentabilidad del sector en el que se encuentra la empresa, se aplicó el modelo de las cinco fuerzas de Porter, el cual permitió obtener información valiosa para la toma de decisiones (ver figura 1)

Figura 1.

Cinco fuerzas competitivas de Porter



Fuente: elaboración propia.

En el análisis realizado a través de la herramienta de las Cinco Fuerzas de Porter, se pudo observar que la entrada de nuevos competidores no ha significado una gran amenaza para Imbocar, debido a que la zona industrial en la ciudad de Valledupar cuenta, hasta la fecha, con pocas empresas organizadas que legalmente ofrezcan servicios similares. En cuanto al poder de negociación de los clientes, se evidenció una alta capacidad de negociación por parte de Nutressa, el principal cliente de la sucursal Valledupar. Sin embargo, Imbocar tiene la ventaja de poder elegir a los proveedores que le suministren una flota en óptimas condiciones y establecer acuerdos de precios. Por otro lado, la rivalidad en el mercado es evidenciada como alta, todo ello debido a la presencia de varias empresas a nivel nacional que ofrecen servicios similares, lo que podría afectar directamente a Imbocar y, en particular, a la sucursal de Valledupar, que no está abierta a nuevos clientes.

Al analizar internamente la empresa mediante la herramienta de MEFE, se pudo comprobar que la sucursal Imbocar enfrenta más amenazas externas que oportunidades, destacando factores como el incremento del combustible, las eventualidades relacionadas con el cambio climático y la inestabilidad del país en términos de bloqueos en vías e inseguridad, entre otros. De esta manera, es importante que la sucursal adopte medidas para minimizar el impacto de estas amenazas y aproveche las oportunidades existentes en el mercado. La actividad a la que se dedica una empresa puede ser un factor determinante para su desempeño, y aunque hay factores que no se pueden controlar, es fundamental que se identifiquen y adopten estrategias para potencializar las variables oportunas y minimizar los riesgos en la matriz, de manera que no afecten significativamente a la empresa dentro

del sector.

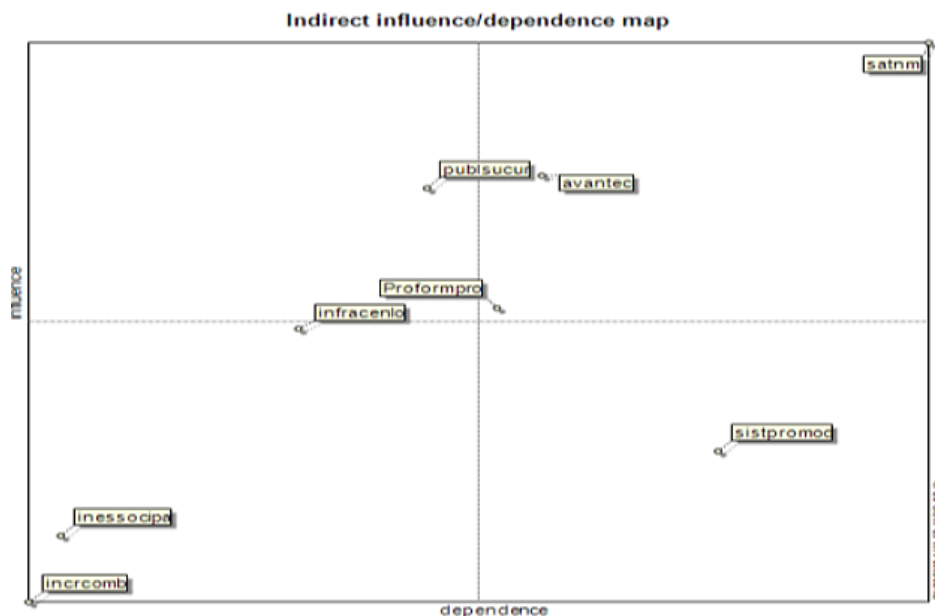
De otro lado, la matriz de evaluación de factores internos mostró que la empresa se encuentra en un punto de equilibrio y, en general, cuenta con mayores fortalezas que debilidades. No obstante, es crucial no descuidar las debilidades a largo plazo. En la matriz IE, la ponderación de las matrices anteriores ubicó a la empresa en el cuadrante V (selectividad); lo que implica la necesidad de generar estrategias que permitan introducirse en el mercado y atender a nuevos clientes.

En la matriz DOFA se identificaron estrategias de desarrollo de mercado, desarrollo interno y desarrollo de producto, que coincidieron con la matriz IE. La construcción de la matriz PEYEA evidenció que la empresa se ubica en el cuadrante I, lo que sugiere la implementación de estrategias agresivas que aprovechen las fortalezas internas y las oportunidades mercantiles, como la penetración de mercado y el desarrollo de mercado, con el objetivo de potencializar las ventas y enfocar los esfuerzos en nuevos nichos de mercado.

La MCPE arrojó un resultado de 1.99 para la estrategia de desarrollo de mercado, que se basó en una técnica de marketing para ampliar el mercado de la sucursal Imbocar en Valledupar y atraer posibles clientes, con el fin de crecer en el mercado. Para evaluar la estrategia más conveniente, se utilizó el instrumento Mic Mac y se identificaron los componentes y/o factores esenciales en el estudio estratégico de la empresa (ver figura 2)

Figura 2.

Plano de influencia indirectas



Fuente: elaboración propia.

Según el análisis realizado a través del mapa directo, se pudo evidenciar que la tecnología avanzada, la formación profesional y la satisfacción de nuevos mercados son las variables más fuertes que impulsarán el crecimiento de la empresa Imbocar. Empero, se han identificado ciertas variables como la infraestructura del centro logístico, la inestabilidad del país y el aumento del combustible, que se encuentran en el cuadrante de obstáculos y pueden afectar el crecimiento de la sucursal en Valledupar. Por lo tanto, para mitigarlos, es importante identificar y desarrollar estrategias que permitan minimizar su impacto y garantizar un crecimiento constante.

Además, se evidenció que la variable de publicidad en la sucursal se encontraba en el cuadrante de entrada, lo que sugiere que fortalecer e identificar estrategias para su potencialización contribuirá al crecimiento de la empresa en el mercado. Por último, en el cuadrante de salida, se identificó la variable de sistemas propios y modernos de la empresa Imbocar. Se evidenció que la sucursal en Valledupar no los utilizaba adecuadamente y, por ende, no influían en las demás variables. En cuanto al análisis estratégico, la construcción del Balance Scorecard permitió crear un mapa estratégico que ofreció una visión clara de los objetivos y acciones empresariales; cosa que posibilitó la traza de estrategias pertinentes para ser implementadas en el análisis.

De esta manera, se comprobó que el Balance Scorecard es una herramienta valiosa para cualquier empresa que

busque mejorar su rendimiento y alcanzar sus objetivos estratégicos.

Adicionalmente, se establecen similitudes con los estudios de investigadores tales como: de Pérez (2017), Benalcázar (2018) y Siltori *et al.* (2021). En general, estas investigaciones evidencian que el análisis estratégico es determinante para garantizar una orientación que sea ideal para ayudar en la toma de decisiones y, por consiguiente, al establecimiento de objetivos y metas en el sector empresarial. Igualmente, se evidencia que, realizar evaluaciones para medir la efectividad de las estrategias de negocios o empresas es fundamental para garantizar resultados favorables. A su vez, con la implementación del análisis estratégico puede conseguirse la medición de resultados y saber en qué líneas de trabajo debe enfocarse la organización, entidad o empresa.

Por lo anterior, durante el análisis a la empresa Imbocar, se evaluaron varios aspectos críticos, como la gerencia estratégica, el entorno económico, los parámetros organizacionales, el talento humano, la gerencia de mercado, la gerencia financiera y la implementación de diferentes estrategias. Este análisis permitió identificar las variables clave, así como estrategias, que podrían mejorar la posición de la empresa en el mercado y homogeneizar las prácticas en todas las sucursales, a nivel nacional.

CONCLUSIONES

En sentido general, la sucursal de Imbocar, Valledupar, debe considerar la consolidación de una planta física a largo plazo para prestar servicios a nuevos clientes. Sin embargo, deben tenerse en cuenta varios factores externos, como la inestabilidad del país, y otros, que pueden afectar directa e indirectamente la prestación de servicios. Por lo tanto, es necesario generar la identificación de estrategias que minimicen estos riesgos y considerar la implementación de un plan de reconocimiento que promueva un ambiente sinérgico y competitivo en la empresa.

Asimismo, es importante adoptar un manual de funciones para la sucursal de Valledupar que permita un óptimo desempeño en las diversas áreas de la empresa, así como reducir la posibilidad de una liquidación no prevista. La empresa consultora también sugiere al coordinador o encargado de la sucursal Valledupar, que supervise el manejo continuo de las redes sociales y considere la implementación de estrategias publicitarias para ampliar el alcance y reconocimiento de la marca en la ciudad.

De igual manera, se hace necesaria la realización de una investigación de mercado a mediano plazo, que proporcione información detallada sobre posibles futuros clientes y el crecimiento de la empresa en el sector. En conclusión, la implementación de estas sugerencias permitirá a la empresa Imbocar, sucursal Valledupar, fortalecer su presencia en el mercado, así como mejorar positivamente la satisfacción de sus clientes, al mismo tiempo que minimizar los riesgos externos y maximizar su crecimiento a mediano y largo plazo.

REFERENCIAS

- Abejón, R., Belleville, M., Sánchez, J., Garea, A. y Irabien, A. (2018). Optimal design of industrial scale continuous process for fractionation by membrane technologies of protein hydrolysate derived from fish wastes. *Separation and Purification Technology*, 197, 137-146. <https://doi.org/10.1016/j.seppur.2017.12.057>
- Álvarez, D., Sánchez, J., Corpas, F. y Gelves, J. (2018). Características de las materias primas usadas por las empresas del sector cerámico del área metropolitana de Cúcuta (Colombia). *Boletín de la Sociedad Española de Cerámica y Vidrio*, 57(6), 247-256. <https://doi.org/10.1016/j.bsevcv.2018.04.002>
- Angulo, L., Figueroa, A., Gambin, C. y Jiménez, A. (2018). Impacto del transporte internacional en el desarrollo económico de Colombia. *Liderazgo Estratégico*, 8(1), 3-17. <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/liderazgo/article/view/3326>
- Benalcázar, J. (2018). Revisión Crítica de la Importancia de la Innovación en el Cambiante Ambiente Empresarial. *Economía y Negocios*, 9(1), 120-133. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8489673>
- Boisier, M., y Cevallos, R. (2019). Instrumentos de fomento para la investigación en Chile: historia reciente, estado actual y desafíos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 30(1), 19-28. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2018.10.005>
- Brandon, P., Solbes, S. y Valdez, I. (2021). Introduction: Mobilising Resources for the Army and Navy in the Eighteenth-Century Spanish Empire: Comparative, Transnational and Imperial Dimensions. *War & Society*,

40(1), 1-8. <https://doi.org/10.1080/07292473.2021.1860318>

- Calabor, M., Mora, A. y Moya, S. (2018). Adquisición de competencias a través de juegos serios en el área contable: un análisis empírico. *Revista de contabilidad*, 21(1), 38-47. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.11.001>
- Castro, P., Vidoza, J. y Gallo, W. (2019). Analysis and projection of energy consumption in Ecuador: Energy efficiency policies in the transportation sector. *Energy Policy*, 134, 110948. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2019.110948>
- Cedeño, J. y Benavides, A. (2019). Estudio de caso: Diamante de la Competitividad de Porter y la ventaja competitiva del sector hotelero del Cantón Santa Elena-Provincia de Santa Elena. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 7(1), 44-50. <http://dx.doi.org/10.26423/rcpi.v7i1.276>
- da Silva, L. y Castañeda, J. (2021). Macro-environment analysis of the corn ethanol fuel development in Brazil. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 135, 110387. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2020.110387>
- Finol, M. y Vera, J. (2020). Paradigmas, enfoques y métodos de investigación: análisis teórico. *Mundo Recursivo*, 3(1), 1-24. <https://www.atlantic.edu.ec/ojs/index.php/mundor/article/view/38>
- Florido, C., Jiménez, J. y Navarro, Y. (2019). Students' continuity norms in the university and exam calendar: ¿do they affect university academic performance? *Cultura y Educación*, 31(1), 93-119. <https://doi.org/10.1080/11356405.2018.1564571>
- Gil, A., Amiguet, L., y Torres, A. (2020). Modelo de efectos olvidados en el análisis estratégico de medios de comunicación. *Inquietud Empresarial*, 20(1), 73-85. <https://doi.org/10.19053/01211048.9133>
- González, A., Cruz, M., y Sánchez, Y. (2020). Evaluación de resultados del sector agroexportador de México ante la pandemia COVID-19 en 2020. FACE: *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 20(35), 35-55. <https://ojs.unipamplona.edu.co/ojsviceinves/index.php/face/article/view/439>
- Manera, C., y Valle, E. (2018). Industria y servicios en Baleares, 1950-2015: la desindustrialización regional en una economía terciaria. *Investigaciones de Historia Económica*, 14(3), 210-219. <https://doi.org/10.1016/j.ihe.2017.03.007>
- Mañas, M., Díaz, P., Llopis, J., Nieto, F. y Salvador, C. (2020). Relationship between transformational leadership, affective commitment and turnover intention of workers in a multinational company. *International Journal of Social Psychology*, 35(1), 100-115. <https://doi.org/10.1080/02134748.2019.1682292>
- Martín, J., y Fernández, J. (2019). Propuesta para el fortalecimiento organizacional de la empresa Natur Kaffee del Municipio de Facatativá Cundinamarca. [Trabajo de grado, Universidad de Cundinamarca]. Repositorio Unicundinamarca. <https://acortar.link/Aue7SU>
- Martinus, K. y Sigler, T. (2018). Global city clusters: Theorizing spatial and non-spatial proximity in inter-urban firm networks. *Regional studies*, 52(8), 1041-1052. <https://doi.org/10.1080/00343404.2017.1314457>
- Mejía, C., Chacón, J., Garay, E., Torrealba, M., Delgado, S., Róballo, R., Pacheco, N. y Serrano, F. (2020). Capacitaciones e investigación realizados por los recursos humanos en salud, Latinoamérica. *Educación Médica*, 21(5), 292-298. <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2018.08.005>
- Peñañiel, G., Acurio, J., Manosalvas, L., y Burbano, B. (2020). Formulación de estrategias para el desarrollo empresarial de la constructora Emanuel en el cantón La Maná. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 45-55. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400045&script=sci_arttext&lng=en
- Pérez, M., Acosta, I. y Acurero, M. (2020). Categorías de análisis sobre la sostenibilidad una propuesta teórica y contextualizada para el sector empresarial. *Económicas CUC*, 41(2), 115-136. <https://doi.org/10.17981/econcuc.41.2.2020.Org.7>
- Pérez, O. (2017). Análisis de la Industria: La matriz de Evaluación de factores externos Matriz EFE. *Revista Interdisciplinaria de Gestión Empresarial*, 6(1), 91-106.

- Pérez, V. y Motis, M. (2018). Narrativa *transmedia* y turismo experiencial: relatos sobre el patrimonio y la herencia judía en Aragón *Sefarad. Church, Communication and Culture*, 3(3), 389-407. <https://doi.org/10.1080/23753234.2018.1535247>
- Ramírez, R., Espindola, C., Ruíz, G. y Hugueth, A. (2019). Gestión del talento humano: análisis desde el enfoque estratégico. *Información tecnológica*, 30(6), 167-176. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000600167>
- Rodríguez, E., Pérez, A. y Camejo, Y. (2023). Formación del liderazgo distribuido en los estudiantes de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo. *Atenas*, 61, e10942, 1-13. <http://atenas.umcc.cu/index.php/atenas/article/view/778>
- Rojas, D. y Vargas, J. (2018). Plan estratégico de la compañía Pintuflex SAS del municipio de Madrid-Cundinamarca 2019-2013. [Trabajo de grado, Universidad de Cundinamarca]. Repositorio Unicundinamarca. <https://acortar.link/zrHvBG>
- Sartori, F., Pacheco, D., Sellitto, y Wolf, M. (2021). Influence of modularity on delivery dependability: analysis in a bus manufacturer. *Production Planning & Control*, 32(8), 688-698. <https://doi.org/10.1080/095372872.020.1776411>
- Shum, Y. (18 de junio de 2018). Matriz de evaluación de factores externos (Matriz EFE–MEFE). Yi Min Shum Xie. <https://yiminshum.com/matriz-evaluacion-factores-externos-matriz-efe-mefe>
- Siltori, P., Anholon, R., Rampasso, I., Quelhas, O., Santa-Eulalia, L. y Leal, W. (2021). Industry 4.0 and corporate sustainability: An exploratory analysis of possible impacts in the Brazilian context. *Technological Forecasting and Social Change*, 167, 120741. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120741>
- Salas, S., Castro, L. y Salas, J. (2018). Determinación de Estrategias de Desarrollo Económico Mediante el Análisis Estratégico: Caso de la Comunidad de Azabí del Mortiñal. *Revista Científica Hallazgos*21, 3(2), 213-227. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7148204>
- Tomlinson, P., y Robert, J. (2018). Firms, governance and development in industrial districts. *Regional Studies*, 52(10), 1410-1422. <https://doi.org/10.1080/00343404.2017.1324199>
- Velásquez, S., Giraldo, D., y Botero, L. (2020). Análisis estratégico del entorno de la Mesa Sectorial de Diseño, Confección y Moda en Colombia empleando la metodología Delphi y análisis estructural. *Revista Espacios*, 41(22), 119-135. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p12.pdf>
- Wang, Y., Zhang, P., Yao, S., Zou, W., Zhang, Y., Adams, E. y Hu, C. (2020). Integrative strategy to determine residual proteins in cefaclor produced by immobilized penicillin G acylase. *Journal of Pharmaceutical and Biomedical Analysis*, 185, 113229. <https://doi.org/10.1016/j.jpba.2020.113229>
- Zhang, L., Rupnik, E. y Pierrot-Deseilligny, M. (2021). Feature matching for multi-epoch historical aerial images. *ISPRS Journal of Photogrammetry and Remote Sensing*, 182, 176-189. <https://doi.org/10.1016/j.isprsjprs.2021.10.008>

FINANCIACIÓN

Los autores no recibieron financiación para el desarrollo de la investigación.

DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERÉS

Los autores declaran no tener conflicto de interés.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA:

Conceptualización: Angie Michelle Acero Moreno, Breyner Alexander Ordoñez Paredes, Heydis Paola Toloza Guardias y Baneudys Vega Palmera.

Análisis formal: Angie Michelle Acero Moreno, Breyner Alexander Ordoñez Paredes, Heydis Paola Toloza Guardias y Baneudys Vega Palmera.

Investigación: Angie Michelle Acero Moreno, Breyner Alexander Ordoñez Paredes, Heydis Paola Toloza Guardias y Baneudys Vega Palmera.

Metodología: Angie Michelle Acero Moreno, Breyner Alexander Ordoñez Paredes, Heydis Paola Toloza Guardias y Baneudys Vega Palmera.

Redacción – borrador original: Angie Michelle Acero Moreno, Breyner Alexander Ordoñez Paredes, Heydis Paola Toloza Guardias y Baneudys Vega Palmera.

Redacción – revisión y edición: Angie Michelle Acero Moreno, Breyner Alexander Ordoñez Paredes, Heydis Paola Toloza Guardias y Baneudys Vega Palmera.