



Caso Empresarial PIMEX

Modalidad:
Emprendimiento

Xenia Milena López Gómez
37.546.074

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de ciencias socioeconómicas y empresariales
Tecnología Gestión Empresarial - Virtual
Bucaramanga -0-2022



Caso Empresarial PIMEX

Modalidad
Emprendimiento

Xenia Milena López Gómez
37.546.074

**Trabajo de Grado para optar al título de
Tecnólogo en Gestión Empresarial**

DIRECTOR

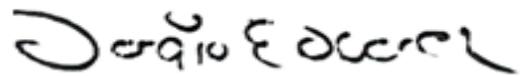
Javier Mauricio Mendoza Paredes, Mg.

Grupo de investigación – GICSE

UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER
Facultad de ciencias socioeconómicas y empresariales
Tecnología Gestión Empresarial - Virtual
Bucaramanga 28-11-2022

Nota de Aceptación

Aprobado
mediante acta 38 con fecha miércoles 30 de noviembre 2022
Para optar el título de tecnólogo en Gestión Empresarial
Evaluador. Sergio Suarez



Firma del Evaluador



Firma del Director

DEDICATORIA

Quiero empezar agradeciendo a Dios, por haberme dado la vida y porque sigue bendiciéndome cada día al permitirme dar un paso más en mi formación profesional. También está dedicado con mucho cariño, esfuerzo y entrega a mi familia y de manera especial a mis hijos, Mayra Lizeth y Fabián Alejandro que son la razón y el motor de mi vida, a mi querido amigo Javier estando cerca de mí, creyendo en mí y en mis capacidades me motivó a lograr este paso más en mi vida.

Ya las personas especiales que me acompañaron en este caminar estando a mi lado apoyándome y así aportando a mi formación profesional y como ser humano.

Xenia Milena López Gómez

AGRADECIMIENTOS

Al Doctor Omar Lengerke Pérez quien me brindó apoyo y ayuda, creyó en mis capacidades y me ayuda a forjar un camino hacia el éxito, también quiero agradecer a mi tutor Javier Mendoza Paredes que sin su ayuda y conocimiento no hubiese sido posible realizar este proyecto. Gracias a Dios por darme sabiduría y guía en el proceso para culminar mi carrera. Y gracias a las Unidades Tecnológicas de Santander por abrirme las puertas de la institución para lograr mis objetivos y a todos los docentes que me brindaron su ayuda y acompañamiento.

Xenia Milena López Gómez

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	10
INTRODUCCIÓN.....	11
1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	13
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.2. JUSTIFICACIÓN	14
1.3. OBJETIVOS	15
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	15
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
1.4. ESTADO DEL ARTE	15
2. MARCO REFERENCIAL	17
2.1. MARCO TEÓRICO.....	17
2.2. MARCO LEGAL	18
2.3. MARCO CONCEPTUAL	18
3. DISEÑO DE LA INVESTIGACION	20
3.1. METODOLOGÍA PROPUESTA.....	20
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	20
3.3. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	20
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	20
3.5. CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	21
3.6. ESTUDIO DE CASO, UN MÉTODO DE APRENDIZAJE.....	22
3.7. TIPOLOGÍAS DE CASOS, DOS PARADIGMAS	23
3.8. ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN	23
4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO.....	24
5. RESULTADOS.....	25
5.1. DESCRIPCIÓN DE LOS ASPECTOS PRINCIPALES.....	25
5.1.1. VARIABLE ACTITUD, EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR.....	27
5.1.2. ORIGEN DE LA CREACIÓN DE LA EMPRESA.....	29
5.2. DEFINICIÓN DE LOS ASPECTOS HISTÓRICOS.....	30

5.2.1.	ASPECTOS DE HECHOS HISTÓRICOS.....	33
5.2.2.	ASPECTOS ETAPAS DE DESARROLLO DE LA ORGANIZACIÓN.....	35
5.3.	ANÁLISIS DE LOS ASPECTOS DE SITUACIÓN PROBLEMA.....	36
5.3.1.	ASPECTOS DE DIFERENTES SITUACIONES PROBLEMÁTICAS.....	36
5.4.	DESCRIPCIÓN DE ASPECTOS CON DECISIONES ESTRATÉGICAS.....	37
5.4.1.	TRAYECTORIA ESTRATÉGICA.....	38
5.4.2.	ASPECTOS RELACIONADOS CON ESTRATÉGICAS.....	38
5.4.3.	REDES SOCIALES OPORTUNIDAD DE CONOCIMIENTO.....	40
5.4.4.	LA ORGANIZACIÓN EL CIFRAS.....	42
6.	<u>CONCLUSIONES.....</u>	<u>50</u>
7.	<u>RECOMENDACIONES.....</u>	<u>53</u>
8.	<u>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</u>	<u>54</u>
9.	<u>APENDICES.....</u>	<u>56</u>
10.	<u>ANEXOS.....</u>	<u>58</u>

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Foto de Plan Anual.....	39
Figura 2 Foto de Plan Mensual	40
Figura 3 Foto de Publicidad en Twitter	41
Figura 4 Foto de Publicidad en Facebook	42

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Variable Historia del Empresario y/o Propietario	25
Tabla 2. Variable Historia de la Organización	26
Tabla 3. Matriz DOFA	37
Tabla 4 Estado de situación financiera diciembre 2019.....	43
Tabla 5 Hoja de Balance (Estado de Resultados) diciembre 2019	44
Tabla 6 Estado de situación financiera diciembre 2020.....	45
Tabla 7 Hoja de Balance (Estado de resultados) diciembre 2020	46
Tabla 8 Estado de situación financiera diciembre 2021.....	47
Tabla 9 Hoja de Balance (Estado de resultados) diciembre 2021	48

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto de emprendimiento logra describir las variables relevantes como la historia empresarial, la trayectoria estratégica de la organización PIMEX, la cual es el objetivo principal de estudio, las respectivas variables operacionales a lo largo de la línea del tiempo en que existe la empresa.

Lo anterior logra ser importante como conocimiento explícito en temas administrativo, organizaciones, productivos y competitivos.

PALABRAS CLAVE. Caso, empresa, estudio, mercado, digital.

INTRODUCCIÓN

Las diferentes ideas que logran surgir por parte de los investigadores y de quienes trabajan en estas áreas, lo cual es necesario tener presente la forma de analizar las diferentes situaciones, empresariales y las sociales cada una con su influencia en el medio y así mismo en la sociedad.

En la actualidad se evidencian que las empresas buscan las alternativas con el fin de encontrar la información de los sectores económicos dentro de las Pymes. Por lo tanto, es afirmativo que la información y las estadísticas como las cifras y origen de las empresas registradas ante la cámara de comercio y así mismo informadas por el DANE y las DIAN, etc. Ninguna de estas logra ser relacionada con los aspectos estratégicos de las mismas empresas.

Desde la parte gubernamental se requiere determinar cómo está conformado el sector, de acuerdo a su conformación histórica, las estrategias usadas y las herramientas usadas para enfrentar los diferentes problemas para lograr mantener una empresa por años.

Sin duda implica que no se pueda obtener información de forma directa con el fin de establecer políticas para aportar mayores recursos a este sector por medio de las estrategias planteadas que pueden beneficiar a las organizaciones.

En diversas ocasiones en los procesos de emprendimiento e investigación las dificultades se generan alrededor de la falta de datos. Esto es precisamente con el caso del presente proyecto, el cual espera obtener información de diferentes formas

sobre la antigüedad de la empresa y sus estrategias, esto se basa para elaborar un diagnóstico sobre el sector por el que se desempeña Pimex.

Partiendo de datos que se precisan para entregar un aporte estadístico que no existe en la actualidad y en sociedad santandereana. La información que se espera obtener logra ser de orden cualitativo y parte cuantitativo por medio de un instrumento de recolección de medición que favorecerá la estandarización de la información y el análisis de los respectivos datos.

Finalmente, es importante resaltar que los grandes beneficiados con el presente proyecto son las Unidades Tecnológicas de Santander, ya que será pionera en estos casos empresariales, pues son relevantes a nivel nacional; de igual forma los estudiantes de la carrera tecnológica y empresarial, ya que, por medio de proyectos de este tipo, logran encontrar un apoyo educativo y profesional.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los currículos propios a los diferentes programas académicos de la Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales de las Unidades Tecnológicas de Santander, deben seguir criterios de mejoramiento continuo e innovación educativa para lograr horizontes de contextos de enseñanza y aprendizaje de manera pertinente y trascendente.

Es claro que las teorías y conocimientos relacionados a los programas académicos de Administración de Empresas, Contaduría Pública, Mercadeo, Banca e Instituciones Financieras, Gestión Agroindustrial y Deportiva, están enmarcados en las ciencias sociales, siendo el ser social y las organizaciones, los objetos de estudio por los cuales se generan las estrategias curriculares que en concordancia con el PEI, logran un marco académico para la formación de profesionales capaces de responder a las necesidades sociales, culturales y empresariales en los ámbitos locales, regionales, nacionales e internacionales.

De acuerdo con lo anterior, surge la idea de crear un Banco de Casos Empresariales orientados a las MIPYMES de Santander como una estrategia de fortalecimiento curricular de manera transversal a los programas académicos de la Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales de las UTS, con los siguientes propósitos:

- Fortalecer los procesos de enseñanza y aprendizaje con criterios de pertinencia disciplinaria y pedagógica, a partir del uso de casos de MIPYMES

en Santander elaborados por las sinergias generadas entre docentes y estudiantes a partir del desarrollo de trabajos de grado.

- Desarrollar espacios de formación en investigación interdisciplinarios y transversales en concordancia con los propósitos de investigación y de producción intelectual de los Grupos de Investigación avalados por la Institución.

Con el anterior panorama expuesto, este anteproyecto hace parte de dicha estrategia de fortalecimiento curricular y por ello a través de un proceso de investigación científica se pretende elaborar un caso empresarial referente a la organización llamada Pimex ubicada en la ciudad de Medellín.

La pregunta de investigación que se genera ante esta necesidad es la siguiente:
¿Cómo desarrollar un protocolo que posibilite la elaboración de un caso empresarial a partir de variables claves con el propósito de caracterizar la organización Pimex en un contexto con sentido?

1.2. JUSTIFICACIÓN

La elaboración de casos empresariales obedece a una estrategia que posibilita incrementar la curva de experiencia y la curva de aprendizaje en la enseñanza de la disciplina de la administración de empresas en los estudiantes del programa; por cuanto realiza un acercamiento de realidades empresariales, aspectos actitudinales y de contexto de empresarios que han surgido en Santander y tienen una narrativa organizacional y empresarial relevante para divulgar, de esta manera el conocimiento de la teoría de la organización y procesos de emprendimiento se vuelven conocimiento explícito para la comunidad académica..

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar el caso empresarial “Organización Pimex” a partir de variables históricas, de contexto, del empresario y de la empresa; con el propósito de lograr la caracterización de la organización en un contexto con sentido para la comunidad académica.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir los aspectos relacionados con la actitud, el espíritu emprendedor, el contexto social, político, cultural y económico del empresario.
- Definir los aspectos relacionados con los hechos históricos que han marcado la creación y desarrollo de la organización.
- Analizar los aspectos relacionados con las diferentes situaciones problemáticas que se han afrontado y que son caracterizadas por los diferentes contextos propios al empresario y a la organización: social, económico, ambiental, político, cultural, entre otros.
- Describir los aspectos relacionados con las decisiones estratégicas tomadas a lo largo de los diferentes contextos que han afrontado

1.4. ESTADO DEL ARTE

Haciendo una breve revisión de la literatura con relación a la elaboración de casos empresariales desde el que hacer de los Grupos de Investigación se describen brevemente los siguientes referentes:

- Guía para la elaboración de casos de Emprendedores de la Comunidad Andina de Fomento. Surgió de la necesidad de contar con un instrumento que posibilite la creación de un Banco de Casos de Emprendedores o Casos de Modelaje con el fin de acompañar los procesos del Servicio de Atención al Empresario. (Rave y Gonzalo, 2018)
- Casos Empresariales Colombianos de la Institución Universitaria CEIPA. Los docentes investigadores de tiempo completo del CEIPA publican el libro Casos Empresariales Colombianos “Decisiones gerenciales ante momentos de crisis” a partir de un ejercicio investigativo en las organizaciones como PANACA, Cultivos SAYONARA, Organización RAMO, y la Cooperativa Coogranada. Este libro responde a la necesidad de pertinencia que deben tener los programas académicos. (Pérez Sáenz, 2017)
- El Grupo de Investigación en Gestión y Estrategia Empresarial de la Universidad Tecnológica de Bolívar tiene como uno de sus propósitos desarrollar proyectos de investigación relacionados con la elaboración de casos empresariales en la región Caribe a fin de fortalecer el currículo en el campo las ciencias económicas y administrativas. (Vargas, Rodríguez, y Moreno, 2018)
- La publicación del libro Sostenibilidad en Colombia Casos Empresariales 2011 del Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Empresarial – CECODES, es un ejemplo del esfuerzo por generar casos empresariales de impacto nacional como Alpina, Argos, Bancolombia, Corona, Ecopetrol, Grupo Nutresa, Empresas Públicas de Medellín, Isagen, Pavco, y Telefónica, entre otros. (Guzmán Duque, 2020)
- El Departamento de Ingeniería de Sistemas y Computación de la Universidad de los Andes elabora casos relacionados con los sistemas y arquitecturas empresariales focalizadas en la cadena de valor, y los procesos de front-office y back-office. (Guzmán Duque y Mendoza Paredes, 2020)

2. MARCO REFERENCIAL

El siguiente marco referencial está conformado con la revisión de la literatura, la cual tiene relación a la elaboración del caso empresarial Pimex.

2.1. MARCO TEÓRICO

Estudio de caso, una aproximación teórica

La conceptualización del estudio de casos siempre ha sido abordada por diferentes autores a partir de enfoques educativos y empresariales. Por ejemplo, Puyol afirma que el estudio de casos hace referencia al análisis e investigación de situaciones problemáticas reales del mundo de los negocios y que son útiles para desarrollar competencias gerenciales en el estudiante. Por otra parte, Ogliastri lo define como una descripción de situaciones reales acordes a la percepción del entrevistador. Puchol lo conceptúa como un conjunto de situaciones bajo un contexto real. Igualmente, Ellet los define como representaciones de las realidades para ser apropiadas como unidades de análisis. (Gallego Ramos, 2018)

De acuerdo con lo anterior y para los propósitos de este proyecto de investigación, el estudio de caso se abordará como una narración histórica y descriptiva de contextos con sentido empresarial y organizacional, por medio de la cual, se pretende fortalecer los procesos de enseñanza y aprendizaje en la comunidad académica relacionada con la Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales.

2.2. MARCO LEGAL

Desde la construcción legal de la empresa se deben tener presente todos los requisitos necesarios los cuales son exigidos por la ley; estos requisitos son con el fin de presentar de forma legal y clara los datos en lugares públicos establecidos por la ley. Es por esto que la Empresa Pimex debe contar con un área jurídica quien se encargue de garantizar que los pagos de impuestos sean correctos. Informar de forma clara que los procedimientos sean justos para realizar negociaciones y finalmente estar al frente ante las demandas que la empresa podría llegar a tener. (Cifuentes Harris y Contreras Reyes, 2020)

Se conoce que el servicio de salud es un conjunto de recursos, de insumos, de procesos y de procedimientos organizados y con autorización, esto está relacionado con el fin de prevenir enfermedades, es por esto que en Colombia los prestadores de salud, logran ser constituidos por medio de la inscripción del registro especial de prestadores de servicios de salud (REPS). Esto con el fin de tener un servicio habilitado de cumplir con condiciones clasificadas en las categorías de capacidad técnico administrativa, la suficiencia patrimonial y financiera, y finalmente la capacidad tecnológica y científica. (Hernández y Martínez, 2019)

2.3. MARCO CONCEPTUAL

- **ACTITUD EMPRESARIAL:** es la postura importante que debe asumir el empresario actual, esto frente al elevado número de situaciones y de los retos que logre encontrar en el camino con el fin de llevar a la empresa al triunfo y conseguir el éxito. (Vega de la Cruz y Marrero Delgado, 2021)
- **ESPÍRITU EMPRENDEDOR:** sin duda es la motivación y la capacidad que tiene una persona ya sea independiente o internamente en una empresa u

organización de identificar una oportunidad y así mismo luchar por ella y mantenerla, llevándola a cambios tecnológicos. (Vasquez, 2017)

- **CONTEXTO SOCIAL:** logra ser identificado como el conjunto de circunstancias que se enmarcan en una situación que sin esperar afecta a uno o más individuos. Esto puede ocurrir en un entorno u otro y su análisis y la evaluación cambiara dependiendo de la situación. (Alaminos Fernández, 2021)
- **CONTEXTO POLÍTICO:** hace referencia a la influencia que ejerce el sistema de un gobierno, junto con su política pública e ideas políticas sobre un hecho que determina en una sociedad. (Oliva Abarca, 2018)
- **CONTEXTO CULTURAL:** se refiere a los valores, las costumbres y las creencias de un grupo social que logra ser influencia sobre un hecho determinado, muchos de estos logran ser afectados, mientras que otros solo lo asumen. (Bolados García y Babidge, 2017)
- **CONTEXTO ECONÓMICO:** son las condiciones que se orientan a la situación o en caso de las necesidades humanas-, pues comprenden las actividades productivas entre las que logran aparecer los medios, las formas y las relaciones de una producción. (Locatelli, 2018)
- **SITUACIONES PROBLEMÁTICAS:** se define en unas situaciones problemática como un espacio de los interrogantes que sea posible, ya sea de forma conceptualización como las simbolizaciones y las aplicaciones significativas de los conceptos planteados y así mismo resolver problemas de tipo situación. (Palomino Martínez, 2020)

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

3.1. METODOLOGÍA PROPUESTA

Actualmente, el proyecto de emprendimiento se logra sustentar dentro de los siguientes elementos de investigación:

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Esta investigación es de tipo descriptivo por cuanto especifica las propiedades, características y rasgos importantes de las MIPYMES en Santander a partir de la concepción para elaborar casos de estudio. La naturaleza de esta propuesta está orientada hacia el desarrollo del caso empresarial Pimex y, por lo tanto, se busca definir una metodología que se utilice para dicho propósito.

3.3. FUENTES DE INFORMACIÓN.

Primarias. Para el desarrollo del trabajo de campo se recopilará la información directamente del empresario y/o propietario de la Organización Pimex a través del diseño y aplicación de un instrumento de recolección de información. Este instrumento estándar tendrá como dinámica de ejecución la entrevista.

Secundarias. Para la complementación del caso empresarial, se requiere información del sector al que pertenece y, por lo tanto, se consultarán informes existentes y otras publicaciones relacionadas y que estén disponibles.

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Para los propósitos de la investigación se definen las siguientes variables que enmarcan el ejercicio de elaborar el caso empresarial para la organización Pimex.

- Historia del empresario y /o propietario: aspectos relacionados con la actitud, el espíritu emprendedor, el contexto social, político, cultural y económico.
- Historia de la organización: aspectos relacionados con los hechos históricos de su creación y desarrollo en una línea de tiempo definida.
- Contextos de la organización: aspectos relacionados con las diferentes situaciones problemáticas que se han afrontado y que son caracterizadas por los diferentes contextos propios al empresario y a la organización: social, económico, ambiental, político, cultural, entre otros.
- Trayectoria estratégica: aspectos relacionados con las decisiones estratégicas tomadas a lo largo de los diferentes contextos que han afrontado.
- La organización en cifras: aspectos relacionados con las diferentes situaciones organizacionales en términos de finanzas, mercadeo, gestión humana, y operaciones entre otros.

3.5. CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

- Antigüedad de la organización: Empresas que al menos tengan 5 años de existencia.

- Legalidad de la organización: Empresas debidamente registradas en Cámara de Comercio (con registro actualizado). El foco del trabajo debe ser MIPYMES
- Razón social: Empresas de cualquier sector económico del país: primario, secundario y terciario; así como empresas dedicadas a la comercialización, fabricación, tercerización, servicios y/o todas las anteriores.
- Empresario y/o propietario: La persona debe disponer de tiempo y tener la actitud de ser un libro abierto para los estudiantes tomando en cuenta las variables que se abordan para elaborar el caso empresarial y que fundamentan la elaboración del instrumento de recolección de información

3.6. ESTUDIO DE CASO, UN MÉTODO DE APRENDIZAJE

De acuerdo con Puchol el estudio de casos como método de aprendizaje se remonta al año de 1880 en la Escuela de Leyes de Harvard. Acorde con Espíndola, se logra conocer que en el año de 1908 el señor Edwin Gay introduce este método en el Harvard Business School.

El método de casos siempre ha sido una estrategia de aprendizaje dinámica y pertinente para teorías y conocimientos relacionados con la administración de empresas, mercadeo, medicina, y la ingeniería, entre otras. Tal y como lo afirma Easton, el estudio de casos permite al estudiante desarrollar habilidades como por ejemplo clasificar, ordenar y evaluar datos; aplicar principios, conceptos y técnicas propias a un campo del saber.

Para Triadó, la metodología de casos posibilita el desarrollo de dotes personales como la comunicación, el liderazgo, la dialéctica y la expresión, entre otros. De acuerdo con lo anterior, se puede afirmar que el estudio de casos permite al estudiante generar procesos propios al aprender a aprender. Schnarch afirma que es necesario siempre ser pertinentes con la educación, por cuanto en este mundo moderno donde la innovación y la complejidad de las sociedades y de las organizaciones hacen necesario aprender y vivir experiencias para lograr resolver problemas; y el método de casos es una herramienta útil para estos aspectos.

3.7. TIPOLOGÍAS DE CASOS, DOS PARADIGMAS

Existen dos corrientes para abordar el tema del estudio de casos, por una parte, se tiene la corriente del estudio de casos a partir de ejercicios investigativos y por otra parte se aborda a partir de ejercicios de enseñanza. Desde el paradigma de la investigación se establecen de manera descriptiva, exploratoria, ilustrativa, y explicativa. Y desde el paradigma de la enseñanza. Se tienen situaciones ficticias o reales de manera detallada, de manera narrativa, y de manera periodística.

3.8. ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN

La alternativa de solución aplica para las modalidades de proyecto de investigación, desarrollo tecnológico, práctica y emprendimiento. No aplica para la modalidad de monografía y seminario.

4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO

Para llevar a cabo el presente proyecto, logra ser importante identificar las respectivas necesidades y las expectativas que tiene el propietario de Pimex, es importante conocer intereses sobre el perfil del empresario y así mismo, datos de la empresa.

Para lograr cada uno de los presentes objetivos, se tiene presente la encuesta aplicada al propietario de Pimex, esta logra dar a conocer el espíritu emprendedor, el contexto social, político, cultural y económico del empresario.

Así mismo se logra definir los aspectos relacionados con los hechos históricos que han marcado la creación y desarrollo de la organización, con el fin de conocer más acerca de la situación anterior y que llevo a Pimex a la situación actual.

Con la información del tercer objetivo se logra analizar los aspectos relacionados con las diferentes situaciones problemáticas que se han afrontado y que son caracterizadas por los diferentes contextos propios al empresario y a la organización: social, económico, ambiental, político, cultural, entre otros.

Finalmente, por medio de una contextualización general se describen los aspectos relacionados con las decisiones estratégicas tomadas a lo largo de los diferentes contextos que han afrontado con directores y trabajadores de Pimex.

5. RESULTADOS

Dando cumplimiento a cada uno de los objetivos propuestos, se evidencian los resultados finales de esto, dando a conocer la viabilidad de la investigación realizada.

5.1. DESCRIPCIÓN DE LOS ASPECTOS PRINCIPALES

La descripción de los aspectos que se relacionan con la actitud del con la actitud, el espíritu emprendedor, el contexto social, político, cultural y económico del empresario, se evidencian en la siguiente información.

Tabla 1. **Variable Historia del Empresario y/o Propietario**

1. Aspectos relacionados con la nominación del empresario	
a) Nombre del Empresario y/o propietario	RICARDO ALFONSO LÓPEZ GÓMEZ
b) Edad	33 AÑOS
c) Estado civil: soltero, casado, viudo, separado	UNION LIBRE
d) Estudios realizados: Estudios de Primaria	COLEGIO SANTO ANGEL
e) Estudios de Secundaria	COLEGIO SANTO ANGEL
f) Estudios de Pregrado	UNIVERSIDAD DE PALERMO (ARGENTINA)
g) Estudios de Postgrado	LANZAMIENTO DE NEGOCIOS INNOVADORES (MERYLAND ESTADOS UNIDOS) Y LIDERAZGO DIGITAL (GOOGLE LONDRES).
h) Familiares que tiene a cargo	NO

i) Lugar de nacimiento:	BUCARAMANGA
j) Datos de contacto: teléfono fijo, teléfono móvil, correo electrónico.	3188152669, rlopez@pimex.co

Tabla 2. Variable Historia de la Organización

1. Aspectos relacionados con la nominación de la organización	
a) Nombre de la organización:	PIMEX
b) Imagen Corporativa de la Organización	
c) NIT de la organización	30-0946142
d) Razón social de la organización	PIMEX INC
e) Direcciones de domicilio en las que ha estado la organización a través de los años	Newark, Delaware, U.S. 2035 Sunset Lake Road, Suite B-2 zip code 19702 and county of New Castle, Medellín https://es.pimex.co/
f) Años de existencia de la empresa	6 AÑOS
g) Capital inicial utilizado para la creación de la organización	US 500 (\$1,196.000 millones).
h) Capital actual de la organización	US 30.000 (\$151.740.600 millones Anuales) aproximadamente.
i) Número de empleados en los momentos de inicio de la organización	Dos (2)
j) Número actual de empleados	Cinco (5)
k) Productos y/o servicios que dieron vida al origen de la organización	Software Inmobiliario

l) Productos y/o servicios actuales de la organización	Aceleración de Leads, Chats, Desarrollos personalizados (Núcleo de Pimex)
--	---

5.1.1. VARIABLE ACTITUD, EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR

Esta variable logra hacer referencia a la descripción principal, como lo es la familia, las cualidades y los momentos importantes del empresario.

Ricardo Alfonso López Gómez, es un hombre comprometido con sus responsabilidades familiares como empresariales. Proviene de una familia de origen emprendedor como lo fueron su abuelo paterno Silvestre López y su padre Alfonso López. Su abuelo silvestre, nacido en Lebrija, Santander el 16 de febrero de 1912. Su vida transcurre principalmente como campesino al quedar huérfano muy niño, se desempeñó como ordeñador en las zonas ganaderas de Provincia, Sabana de torres y Puerto wilches, donde hace pareja marital en el año 1940 con Gregoria Guevara quien se convertiría en la madre de sus 8 hijos (Jesús, Ebulia, Carmen, Rebeca, Mariela, Alfonso, Marina y Gloria) Después de haber laborado en una empresa petrolera como operador, mecánico y jefe de mantenimiento se traslada a la ciudad de Bucaramanga en los años 50's debido a la violencia.

En el año 1954 retorna a Sabana de torres donde se erige como creador de la "industria maderera" aserríos, camiones, cultivador de arroz, maíz y desgranadores, también probó como avicultor. Silvestre López Suarez fue considerado como emprendedor y pequeño empresario, no obstante, no habiendo tenido mucho bagaje intelectual y siendo un analfabeto logró por mérito propio crear su propio negocio maderero llegando a ser un hombre honesto y trabajador. Fallece el 21 de enero de 1987 a los 75 años por diabetes.

Fue el padre de Alfonso López Guevara, papá de Ricardo Alfonso, nacido y criado en el municipio de Sabana de Torres, su educación fue hasta quinto de primaria y un curso de alfabetización para adultos en el Gimnasio Moderno de Bogotá en el año 1965 patrocinado por el comité petrolero como estímulo por ser un estudiante destacado al culminar su primaria.

Desde muy joven se hace cargo de los negocios de su papá Silvestre López entre ellos la Industria Maderera. Posteriormente a esto incursiona en la radio creando la primera emisora AM en Sabana de torres, empieza a trabajar como presentador, maestro de ceremonias, locutor, animador y corresponsal periodístico durante veinticinco años hasta alcanzar que sea una emisora comunitaria en FM de forma oficial hoy en día ante el Ministerio de Comunicaciones. Alfonso López contrae matrimonio con Myriam Gómez Rueda quien había llegado con un grupo de normalistas recién egresadas de Barrancabermeja a ejercer como docentes en el municipio de Sabana de torres, en el año 1973 se casan y de allí nacen Marko Alexander, Magda Zareth, Xenia Milena y Ricardo Alfonso López Gómez hoy en día conocido como el emprendedor de la familia.

Ricardo Alfonso es una persona que desde muy joven (12 a 15 años) tuvo la vena emprendedora. El considera como su primer emprendimiento informal cuando en el colegio Santo Ángel vendía los resúmenes para estudiar para los exámenes finales, algo que empezó desde sexto de bachillerato y por algunos años.

Su segundo emprendimiento fue un negocio de juegos de play station con un compañero de colegio Daniel Arenas para el cual solicitaron un préstamo en un banco cuando cursaban el grado 11 que al final fracasó un año después porque cada uno de ellos se fue estudiar a la ciudad de Bucaramanga y por la mala administración. Además, fue un joven muy versátil que participó en obras de teatro, musicales y en danza.

Aun estudiando el grado 11 salió un concurso de colombiana para crear una idea de un comercial y quien ganara la idea le grababan el comercial y le daban un premio. A Ricardo le llamó la atención y se inventó la idea y la envió al concurso.

No ganó el concurso, pero unos meses más tarde, vio su idea realizada por Colcafé, por lo que obviamente le causó mucho enojo ya que lo que hoy en día piensa es que la agencia de publicidad leyó la idea enviada por el, les gustó la idea y fueron y se la vendieron a otro cliente, y este episodio fue lo que le dio la chispa para estudiar publicidad.

Ya en la etapa de su adolescencia se fue a estudiar a Argentina con tan solo 16 años de edad, a la ciudad de Buenos Aires. Estudió Publicidad en la Universidad de Palermo.

La experiencia de haberse ido a tan temprana edad a otro país a enfrentar retos solo como fue el cambio cultural, dado que venía de un pueblo pequeño Sabana de Torres a una ciudad grande y cosmopolita de América Latina como es Buenos Aires fue una experiencia muy beneficiosa en lo cultural, el conocer gente con distintas perspectivas de la vida, formas, idiomas, donde esto le ayudo entre otras cosas a dominar el idioma inglés. Allí solo se dedicó a estudiar.

5.1.2. ORIGEN DE LA CREACIÓN DE LA EMPRESA

Describir las razones que llevaron al empresario a crear la organización, logra ser referenciado por las fechas y las situaciones particulares a partir de los ámbitos económico, social, político y cultural.

El hecho que le marcó y que tiene relevancia al emprendimiento fue justamente el que considera su primer emprendimiento serio ya que fue su idea la de montar el negocio de play station dado que fueron los primeros en llevar ese tipo de negocio a Sabana de torres y el que haya quebrado sin pagar la deuda fue un hecho negativo que le marcó a razón que el préstamo estaba a nombre de su mamá.

Este fracaso le dejó mucho aprendizaje ya que le enseñó varias cosas como fueron: el tener más cuidado, elegir muy bien quien va a ser su socio en términos de negocios y otro aspecto fue que para que un negocio funcione tiene que ser administrado por uno mismo, estar al frente, ponerle foco al negocio, entre otros.

5.2. DEFINICIÓN DE LOS ASPECTOS HISTÓRICOS

En el objetivo dos se logra definir los aspectos relacionados con los hechos históricos que han marcado la creación y desarrollo de la organización.

Durante el periodo de adolescencia su vena emprendedora estuvo dormida, no fue hasta que volvió a Colombia, más exactamente Medellín, dónde el emprendimiento se encuentra “everywhere” y estando trabajando con unos compañeros en la agencia donde trabajaban un día sus compañeros le comentaron que tenían un proyecto y fue cuando le preguntaron que, si quería participar con ellos, por fuera del trabajo, respondiendo que sí, y aunque no sabían en realidad qué hacer, la idea era emprender y así fue como se juntaron los 3 amigos: un programador, un diseñador y un publicista.

Así estuvieron por un periodo de tiempo, hasta que por fin crearon 2 emprendimientos, de los cuales uno de ellos fue “**Tambienkiero**” que era una

plataforma de dropshipping: *“es un método de envío y entrega de pedidos minoristas en el cual no es necesario que la tienda tenga los productos que vende en el almacén. En cambio, cuando la tienda vende un producto, lo compra de un tercero y lo hace enviar directamente al cliente”* traían gadgets tecnológicos desde China haciendo un modelo de negocio en el cual ellos tenían aquí la tienda online, pero todos los productos expuestos en la tienda no se tenían sino las tiendas en china.

El problema que se les presentó fue que no sabían nada de logística por lo que fue otro aprendizaje para Ricardo Alfonso ya que se dio cuenta que para emprender en algo lo que se debería hacer es tener algo de experiencia en la vertical, en la categoría del negocio que se está haciendo; en eso fallaron ya que ninguno contaba con dicho conocimiento y fue el primer fracaso y aprendizaje al mismo tiempo.

Sin embargo, con TambienKiero participaron en varios concursos como el Open Talent del BBVA donde quedaron en el 2do puesto y en varios programas de emprendimiento y aceleración que los llevo también a conocer mucha gente y a ingresar más en el mundo del emprendimiento y la tecnología.

Luego surgió la segunda idea llamada “Conjunto Abierto” un modelo de negocio dónde básicamente querían crear una red social como un Facebook para conjuntos residenciales porque la premisa era que en las ciudades muchas veces usted no conoce a sus vecinos y algunas veces puede llegar a necesitarlos, ya que puede haber desde cerrajeros, médicos, veterinarios o simplemente quiere hacer amigos dentro del lugar donde usted vive y la idea era la de permitir el relacionamiento social entre los vecinos de una misma unidad.

Y así cada emprendimiento hecho los llevaba a un fracaso y también a un aprendizaje de entender que para emprender hay que darle e insistir hasta que uno lo logra.

Después de un tiempo cambio a otra empresa llamada Matices y estando en esa empresa se le ocurrió otro emprendimiento que se llamó “El Goterero” creado en la ciudad de Piedecuesta y que lo llevo a entender que no debe hacerse emprendimiento sin el conocimiento, financiamiento y conocimiento del mercado.

Una vez más Ricardo cambió a otra empresa llamada “Esquema Publicidad” que es una agencia de marketing enfocada en Empresas Constructoras donde realizaban campañas de marketing digital muy fuertes donde era el director de las campañas y del equipo y haciendo esas campañas se pudo dar cuenta al hablar con los clientes que se hacían muchas campañas, que se generaban muchos Leads “clientes potenciales” pero al final no vendían nada y los clientes sentían que no daba resultados las campañas.

Por tal motivo, se puso a investigar las salas de ventas, y se pudo dar cuenta que las campañas publicitarias si daban resultados, el problema radicaba en que, al llegar los datos a las salas de ventas, las personas encargadas no llamaban a esos clientes potenciales.

Estas empresas constructoras son gente mayor acostumbrada a que su publicidad fuera con vallas publicitarias, volantes, vías públicas, la publicidad más tradicional, por lo que no entendían que necesitaban toda una infraestructura para el tema.

Al darse cuenta de esto y a una anécdota donde estando en una sala de ventas y al fijarse que llegó un cliente para cotizar y para realizar dicho proceso la encargada

le hacía una serie de preguntas al cliente sobre sus datos que escribía en una hoja y al finalizar le entregó la original al cliente y ella se quedó con la copia, para luego la persona encargada pasaba a transcribir toda esa información de la hoja a una computadora. Eso lo hizo preguntarse ¿Cómo en el 2015 se seguía trabajando de una forma tan manual?

Ahí fue donde nació la idea de negocio que automatizara dicho proceso. Ahí nace la idea para Ricardo de iniciar automatizando una parte, pero al tener el otro problema, nació la idea de combinar ambas cosas, lo que llevo a realizar las campañas y que esos datos en vez que lleguen a los clientes directamente a los correos de sus salas de ventas donde se perdían porque nadie los revisaba, lleguen a su plataforma y la plataforma le envíe esa cotización automáticamente.

Así empezó el producto mínimo viable.

5.2.1. ASPECTOS DE HECHOS HISTÓRICOS.

Esta variable logra hacer referencia a la descripción de la organización y así mismo del contexto que ha incidido en la sostenibilidad de PIMEX, obteniendo el contexto de la información anterior, es importante resaltar el tema que han logrado formar historia en el crecimiento de la empresa.

PIMEX es un Software de administración de Leads especializado en acciones digital, marketing digital, para aumentar las ventas de las compañías para ayudarles a ver los resultados de sus acciones en digital ya que te permite organizar tus clientes de manera rápida y sencilla para que puedas monetizar tus esfuerzos marketing y ventas con resultados poderosos.

En su inicio Pimex tenía como objetivo automatizar el proceso de recolección de datos de los clientes el cual ha ido mejorando y combinándolo con las campañas publicitarias de los clientes.

Adquisición: Con Pimex se puede integrar diferentes formularios de contacto en un solo lugar. A veces el sitio web de las empresas no basta para atraer a los clientes potenciales, es por eso que Pimex sin importar dónde están los formularios, los integra y acelera el proceso.

No importa que tenga diferentes fuentes de adquisición, con Pimex siempre podrá el cliente identificar claramente el lugar donde fue visto por primera vez por el cliente potencial y el lugar exacto en el que dejó sus datos.

Seguimiento: También se puede organizar una compañía por tableros. Los tableros son la forma en cómo se organiza tu negocio, por lo que se puede segmentar los clientes por líneas de negocio, ubicaciones, tiendas, productos, equipos, o lo que sea que se ajuste mejor a la empresa.

Pimex se encarga de dar respuestas automáticas mientras la empresa se encuentra cerrada. Se pueden configurar respuestas automáticas por tablero para enviar mensajes personalizados directo al email de los clientes. Así se puede entregar información adicional mientras se encuentra el momento perfecto de contactarse con el cliente.

Resultados: Con Pimex las empresas podrán despedirse de crear informes en hojas de cálculo. Con Pimex Analytics tienen los datos que necesitan en gráficas que se actualizan en tiempo real mientras se generan reportes en periodos de tiempo específicos.

La reinención de sus productos es lo que ha logrado la sostenibilidad de la empresa a través de los años.

5.2.2. ASPECTOS ETAPAS DE DESARROLLO DE LA ORGANIZACIÓN

Está basado en la descripción de cada una de las etapas de desarrollo de la empresa, desde la conformación de la misma hasta la existencia hoy día, es importante expresar que tiene acorde que está compuesto por el contexto social, económico, político y cultural dentro de cada etapa del desarrollo, teniendo presente las características de las crisis afrontadas, la caracterización de los aciertos y el comportamiento de los empleados, los ingresos recibidos, los activos fijos y los productos y el servicio que se da.

En su inicio Pimex tenía como objetivo estimular y contribuir el fomento de la automatización de los procesos en las empresas constructoras, luego nació la idea de combinar ambas cosas, realizar las campañas para que los datos lleguen directamente a su plataforma y esta misma les envíe esa cotización automáticamente y así ser apoyo a la solución de los problemas que presentan las empresas.

Una vez finalizado el proceso y realizados diversos análisis internos, utilizando su propia página web y abriendo sus datos a las redes sociales más influyentes como twitter, linkedIn y facebook, pudo reducir significativamente costos y gastos de forma sencilla.

Los productos que ofrece Pimex son de alta calidad, adaptados a los requerimientos

de los compradores de todo el país, y logran enfatizar el servicio al cliente, ya que es muy importante para la empresa.

Así nació Pimex y comenzó a formar parte de la vida de Ricardo Alfonso López Gómez, convirtiéndose en una importante fuente de ingresos y crecimiento para su familia.

5.3. ANÁLISIS DE LOS ASPECTOS DE SITUACIÓN PROBLEMA

Esta variable hace referencia a los aspectos relacionados con las diferentes situaciones o problemas que se han logrado enfrentar que son de carácter diferente con un contexto propio al empresario y la organización, de forma social, económica, ambiental, política, cultural, entre otros.

Algunas de las situaciones que se deben afrontar es el cambio de mentalidad de los empresarios colombianos, puesto que la mayoría dueños de estas empresas constructoras es gente de mayor edad, por lo que al ser un servicio relativamente nuevo no lo consideran imprescindible para su vida comercial, sumado también a que existe la gran posibilidad y facilidad de que cada empresa realice su propio marketing a través de las redes sociales sin requerir asesoramiento.

5.3.1. ASPECTOS DE DIFERENTES SITUACIONES PROBLEMÁTICAS

A continuación, se logra desarrollar la matriz DOFA, la cual relaciona los aspectos o situaciones relevantes que se han planteado durante la vida de la empresa y como se logró enfrentar.

Tabla 3. **Matriz DOFA**

MATRIZ DOFA PIMEX	
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de financiación para competir con los principales autores del mercado. • Falta equipo comercial que lo pueda llevar al mercado • Falta de equipo de desarrollo más grande para poder desarrollar características con más rapidez 	<ul style="list-style-type: none"> • Encontrar nuevas características a desarrollar, como mensajería instantánea, agendamiento de citas, bots de whats app • Tratar de desarrollar nuevas características que les permitan a nuevos modelos de negocio.
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • El precio en comparación con los competidores tiene un precio promedio más bajos que los competidores • Versatilidad o personalización, ya que se puede adaptar a cualquier industria 	<ul style="list-style-type: none"> • Los competidores pueden ofertar soluciones específicas para industrias específicas. • Hay una gran cantidad importante de competidores a nivel específico y a nivel general.

Fuente. Autor

5.4. DESCRIPCIÓN DE ASPECTOS CON DECISIONES ESTRATÉGICAS

Cada contexto cuenta con las características principales sobre cómo se logró el tratamiento de datos estratégicos.

Pimex realiza estrategias, pero no utiliza estrategias comunes como son el 2x1 o regalar cosas ya que es promoción más básica para artículos o productos, debido a que en el caso de los servicios como maneja Pimex no es habitual ni normal. En su caso Pimex maneja el producto Freemium.

5.4.1. TRAYECTORIA ESTRATÉGICA

Hace referencia a los aspectos relacionado con las decisiones estratégicas tomadas durante los diferentes contextos que ha afrontado la empresa.

- Búsqueda de financiamiento a través de capital semilla y fondos de emprendimiento.
- Desarrollo de estrategias comerciales mediante alianzas y co branding (marca compartida)
- Patrocinio de eventos de industrias objetivo.

5.4.2. ASPECTOS RELACIONADOS CON ESTRATÉGICAS

Lograr la descripción de las estrategias ejecutadas a lo largo de la vida de la empresa logra contar con las características como las causas, las consecuencias, los costos; todo lo relacionado que apoya en la mejora de la empresa.

La estrategia ejecutada por Pimex es el Producto Freemium que promociona su negocio, dando el producto a conocer de forma gratuita para los usuarios, pero con características limitadas de tal manera que los usuarios puedan probar el producto, puedan verlo, puedan aplicarlo y ver el servicio y una vez ya convencidos puedan empezar a pagar.

Figura 1 Foto de Plan Anual

The image shows a pricing page for Pimex with a dark teal header. The main heading is "Elige el plan que funcione mejor para tu negocio". Below it, a sub-heading reads "Un plan pensado en cada etapa del progreso de tu negocio.". There are two toggle buttons for "Facturación": "Anual" (selected) and "Mensual". The page is divided into two columns. The left column is for the "Gratis" plan, which is "Forever" and costs "\$0/Mes". It includes features like 1 user, up to 100 leads, analytics, follow-up notes, and support via email. The right column is for the "Pimex Plus" plan, which is "Anual" and costs "\$29/Tablero/Mes". It includes a 14-day free trial, up to 10 users, up to 10,000 leads, analytics, follow-up notes, support via email and phone, automatic responses, app integrations, and unlimited exports. Both plans have a "REGÍSTRATE A HORAS" button.

Plan	Costo	Usuarios	Límites	Características
Gratis	\$0/Mes	1 usuario	Hasta 100 leads	Analytics, Notas de seguimiento, Soporte vía email
Pimex Plus	\$29/Tablero/Mes	Hasta 10 usuarios	Hasta 10.000 leads	Prueba de 14 días GRATIS, Analytics, Notas de seguimiento, Soporte vía email & teléfono, Respuestas automáticas, Integración con apps, Exportar reportes ilimitados

Fuente: <https://es.pimex.co/precio/>

Figura 2 Foto de Plan Mensual

The image shows a pricing page for Pimex with the heading "Elige el plan que funcione mejor para tu negocio". Below the heading is a sub-heading "Un plan pensado en cada etapa del progreso de tu negocio." and a billing selector for "Anual" and "Mensual". Two plans are displayed side-by-side:

Plan	Costo	Características
Gratis Forever 🤖	\$0/Mes	1 usuario Hasta 100 leads Analytics Notas de seguimiento Soporte vía email
Pimex Plus Mensual	\$35/Tablero/Mes	Prueba de 14 días GRATIS Hasta 10 usuarios Hasta 10.000 leads Analytics Notas de seguimiento Soporte vía email & teléfono Respuestas automáticas Integración con apps Exportar reportes ilimitados

Both plans have a "REGÍSTRATE A HORA" button at the bottom.

Fuente: <https://es.pimex.co/precio/>

5.4.3. REDES SOCIALES OPORTUNIDAD DE CONOCIMIENTO

Sin duda, el uso de las redes sociales como empresa es una gran oportunidad de mercado frente a todos los medios tradicionales, su excelente uso puede generar un gran impacto y mantener actualizada la información.

Las siguientes figuras, muestran algunos de las publicaciones de Pimex en las redes sociales como: Twitter y Facebook

Figura 3 Foto de Publicidad en Twitter



Fuente: <https://twitter.com/pimexco>

Figura 4 Foto de Publicidad en Facebook



Conecta con Pimex en Facebook

Fuente: <https://www.facebook.com/pimex.co/>

5.4.4. LA ORGANIZACIÓN EL CIFRAS

Los datos hacen referencia a las diversas situaciones o términos financieros, mercadeo, gestión humana, operaciones y servicios que lleva a la organización Pimex, en este caso se agregan las tablas con relación a los datos financieros del mes de diciembre del año 2019, 2020 y 2021.

Tabla 4 Estado de situación financiera diciembre 2019

HOJA DE BALANCE							
Pimex, INC							
A 31 Diciembre 2019							
	31 dic 2019						
ACTIVOS							
Efectivo y equivalentes de efectivo							
Cuenta Pimex	\$ 18.656.758,02						
Activos y equivalentes de efectivo	\$ 18.656.758,02						
TOTAL ACTIVOS	\$ 18.656.758,02						
PASIVO Y PATRIMONIO							
PASIVOS							
PASIVO CORRIENTE							
Ajuste histórico	\$ 1.553.364,36						
Impuesto de venta	-\$ 4.542.116,04						
Total pasivos corrientes	-\$ 2.988.751,68						
TOTAL PASIVOS	-\$ 2.988.751,68						
PATRIMONIO							
Ganancias del año actual	-\$ 3.392.888,58						
Ganancias retenidas	\$ 25.038.398,28						
TOTAL PATRIMONIO	\$ 21.645.509,70						
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 18.656.758,02						
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 60%;">Representante Legal</td> <td style="width: 40%;">Contador Público</td> </tr> <tr> <td>Ricardo Alfonso López Gómez</td> <td>T.P.N°</td> </tr> <tr> <td>C.C. 1.125.228.334</td> <td></td> </tr> </table>		Representante Legal	Contador Público	Ricardo Alfonso López Gómez	T.P.N°	C.C. 1.125.228.334	
Representante Legal	Contador Público						
Ricardo Alfonso López Gómez	T.P.N°						
C.C. 1.125.228.334							

Tabla 5 Hoja de Balance (Estado de Resultados) diciembre 2019

ESTADO DE RESULTADOS	
Pimex, INC	
A Diciembre 31, 2019	
	2019
Ingreso	
Gastos reembolsables	\$ 2.490,62
Ventas	\$ 49.038.139,81
Ingresos totales	\$ 49.040.630,44
Costo de los bienes vendidos	
Costo de los bienes vendidos	\$ 98.248,65
Costo total de bienes vendidos	\$ 98.248,65
Beneficio bruto	\$ 48.942.381,78
Gastos operativos	
Publicidad	\$ 5.279.472,54
Gastos de automóvil	\$ 712.450,23
Cargos por servicios bancarios	\$ 671.813,70
Licencia comercial y tarifas	\$ 2.392.312,20
Cuotas y suscripciones	\$ 2.923.077,79
Comidas y Entretenimiento	\$ 759.346,10
Otro gasto	\$ 2.644.553,66
Honorarios profesionales	\$ 36.949.753,50
Gasto Reembolsable	\$ 2.490,62
Gastos totales de operación	\$ 52.335.270,37
Ingresos de operación	-\$ 3.392.888,58
Ingresos netos	-\$ 3.392.888,58
<hr/>	
Representante Legal Ricardo Alfonso López Gómez C.C. 1.125.228.334	Contador Público T.P.Nº

Tabla 6 Estado de situación financiera diciembre 2020

Balance de Situación	
Pimex, INC A 31 Diciembre 2020	31 Dic 2020
ACTIVOS	
Efectivo y equivalentes de efectivo	
Cuenta Pimex	\$ 6.391.315,00
Activos y equivalentes de efectivo	\$ 6.391.315,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 6.391.315,00
PASIVO Y PATRIMONIO	
PASIVOS	
PASIVO CORRIENTE	
Ajuste histórico	\$ 1.627.005,00
Línea de crédito	\$ 6.865.000,00
Impuesto de venta	-\$ 7.160.195,00
Total pasivos corrientes	\$ 1.331.810,00
TOTAL PASIVOS	\$ 1.331.810,00
PATRIMONIO	
Ganancias del año actual	-\$ 17.612.569,40
Ganancias retenidas	\$ 22.672.074,60
TOTAL PATRIMONIO	\$ 5.059.505,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 6.391.315,00
<hr/>	
Representante Legal Ricardo Alfonso López Gómez C.C. 1.125.228.334	<hr/> Contador Público T.P.N°

Tabla 7 Hoja de Balance (Estado de resultados) diciembre 2020

Estado de resultados (Ganancia y perdida)	
Pimex, INC	
A Diciembre 31, 2020	
	2020
Ingreso	
Ventas	\$ 105.472.281,05
Ingresos totales	\$ 105.472.281,05
Costo de los bienes vendidos	
Costo de los bienes vendidos	\$ 9.832.293,27
Costo total de bienes vendidos	\$ 9.832.293,27
Beneficio bruto	\$ 95.639.987,77
Gastos operativos	
Gastos de automóvil	\$ 49.565,30
Cargos por servicios bancarios	\$ 1.647.600,00
Licencia comercial y tarifas	\$ 10.063.163,22
Cuotas y suscripciones	\$ 1.692.291,15
Honorarios profesionales	\$ 99.799.937,50
Gastos totales de operación	\$ 113.252.557,17
Ingresos de operación	-\$ 17.612.569,40
Ingresos netos	-\$ 17.612.569,40
_____ Representante Legal Ricardo Alfonso López Gómez C.C. 1.125.228.334	_____ Contador Público T.P.N°

Tabla 8 Estado de situación financiera diciembre 2021

HOJA DE BALANCE	
Pimex, INC	31-dic-21
A 31 Diciembre 2021	
ACTIVOS	
Efectivo y equivalentes de efectivo	
Cuenta Pimex	\$ 11.111.417,56
Activos y equivalentes de efectivo	\$ 11.111.417,56
TOTAL ACTIVOS	\$ 11.111.417,56
PASIVO Y PATRIMONIO	
PASIVOS	
PASIVO CORRIENTE	
Ajuste histórico	\$ 1.887.069,84
Línea de crédito	\$ 7.962.320,00
Impuesto de venta	-\$ 8.304.699,76
Responsabilidad de nómina estatal	-\$ 1.791.522,00
Total pasivos corrientes	-\$ 246.831,92
TOTAL PASIVOS	-\$ 246.831,92
PATRIMONIO	
Ganancias del año actual	\$ 5.488.785,48
Ganancias retenidas	\$ 5.869.464,00
TOTAL PATRIMONIO	\$ 11.358.249,48
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 11.111.417,56
<hr/>	
Representante Legal	Contador Público
Ricardo Alfonso López Gómez	T.P.N°
C.C. 1.125.228.334	

Tabla 9 Hoja de Balance (Estado de resultados) diciembre 2021

Estado de resultados (Ganancia y perdida)			
Pimex, INC			
A Diciembre 31, 2021 Base de acumulación			
	2021		
Ingreso			
Ventas	\$ 119.851.945,94		
Ingresos totales	\$ 119.851.945,94		
Costo de los bienes vendidos			
Costo de los bienes vendidos	\$ 4.104.974,07		
Costo total de bienes vendidos	\$ 4.104.974,07		
Beneficio bruto	\$ 115.746.971,86		
Gastos operativos			
Publicidad	\$ 1.477.010,36		
Cargos por servicios bancarios	\$ 1.297.659,80		
Licencia comercial y tarifas	\$ 15.647.989,19		
Cuotas y suscripciones	\$ 2.145.088,82		
Honorarios profesionales	\$ 88.381.752,00		
Gastos totales de operación	\$ 110.259.500,17		
Ingresos de operación	\$ 5.487.471,70		
Otros Ingresos / (Gastos)			
Otros Ingresos	\$ 1.313,78		
Total Otros Ingresos / (Gastos)	\$ 1.313,78		
Ingresos netos	\$ 5.488.785,48		
<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border-top: 1px solid black; padding-top: 5px;"> Representante Legal Ricardo Alfonso López Gómez C.C. 1.125.228.334 </td> <td style="width: 50%; border-top: 1px solid black; padding-top: 5px;"> Contador Público T.P.N° </td> </tr> </table>		Representante Legal Ricardo Alfonso López Gómez C.C. 1.125.228.334	Contador Público T.P.N°
Representante Legal Ricardo Alfonso López Gómez C.C. 1.125.228.334	Contador Público T.P.N°		

Al revisar los estados financieros de la empresa PIMEX se observa que los activos del año 2019 en relación al año 2021 han disminuido en un 40%, así mismo se observa que los pasivos han disminuido en un 92% respecto al 2019 siendo esto favorable. Igualmente, el estado de resultados presenta unos ingresos en el año 2019 de \$49.040.630.44 mostrando un crecimiento de un 144% en el 2021. El crecimiento de los ingresos permitió que en el año 2021 mostrara una utilidad favorable con respecto a los 2019 y 2020 donde se venía presentando pérdida. Esta pérdida se refleja en el gasto de honorarios profesionales que año tras año han venido creciendo especialmente en el año 2020 donde sobrepasa el beneficio bruto.

6. CONCLUSIONES

La educación por el cambio de mentalidad hacia la innovación al mundo digital es una estrategia que se ha de implementar en forma de enseñanza llevando a las personas profesionales a lograr un cambio de actitud y conducta, que aparte de su mejoramiento logra ser apoyo en las condiciones de mejora para sus negocios.

Sin duda la tecnología ha tenido una evolución histórica importante en las últimas décadas y es sin lugar a dudas una manera para ir de la mano de la innovación en los negocios. A medida que la tecnología evoluciona, tienes la oportunidad de innovar.

El desarrollo de este trabajo nos permite concluir que el negocio de generación de Leads el cual consiste en el proceso de adquisición de clientes y los pasos para generar un cliente potencial o generar interés en un producto o servicio trae algunas ventajas como las relacionadas a continuación:

Cuando se generan clientes potenciales, ya existen en forma de registros. Los registros para formularios web, boletines o seminarios web ya contienen clientes potenciales en un formato específico y se pueden guardar fácilmente. Cuantos más clientes potenciales genere una empresa, mayor será el alcance de futuras campañas y posiblemente mayores ingresos si los clientes potenciales se convierten en ventas.

Posibilidad para informar sobre productos nuevos.

Reunir información concreta sobre el grupo objetivo.

Es una forma de captación de los clientes y de comunicación porque ayuda a la bidireccionalidad entre empresa y cliente.

Este es un factor importante para las empresas, ya que el proceso les ayuda a segmentar mejor y personalizar los tipos de objetivos que visitan su marca.

Cuanta más información tengan, más fácil será adaptar el contenido y llegar a las audiencias según el tipo de contenido.

El hecho de que la empresa resuelva tu problema o necesidad concreta genera confianza y facilita la decisión de compra. Toda la información que buscas puede resolver mejor la elección entre una marca u otra.

A largo plazo, la conversión de clientes potenciales proporciona contenido nuevo y una base de datos de nuevos clientes potenciales para seguir vendiendo y sirviendo a los clientes de la manera más personalizada.

Como toda idea de negocio también encontramos desventajas como son algunas de ellas:

Requiere recursos adicionales

La generación de leads puede tener sus limitaciones. Por ejemplo, los sorteos y concursos pueden generar muchos clientes potenciales, pero muchos usuarios simplemente ingresan porque quieren ganar un premio atractivo y, de lo contrario, no tienen interés en la empresa, sus productos o servicios. Por esta razón, los obsequios para las recompensas de generación de leads deben ser lo más relevantes posible para lo que ofrece la empresa.

En un mundo donde la tecnología va tomando más auge cada día, se debe buscar estar al día e innovar en este aspecto puesto que hoy en día podemos darnos cuenta la gran importancia de la tecnología en la vida de cualquier persona o negocio.

En la actual crisis mundial provocada por el Covid-19 que paralizó en gran medida los sistemas de salud y la economía. Fue durante esta crisis, que el marketing digital fue un alivio para empresas como Pimex.

Una de las razones por las que el marketing digital fue en parte un antídoto contra la crisis que el coronavirus creó para la mayoría de las empresas es que la mayoría de las personas usaron las redes sociales como una red de seguridad (voluntaria u ordenada por el gobierno) y pasaron la mayor parte de su tiempo en ellas. Por lo tanto, las estrategias de marketing en redes sociales deben ir un paso más allá.

Por tal motivo, para Pimex primero, fue importante comprender quién es su público objetivo y su contexto.

Saber estas dos cosas los ayudó a comunicarse de manera adecuada y contextualizada (esto último fue muy importante durante el COVID-19).

Esta clase de emprendimiento nos permite analizar que para las Unidades Tecnológicas de Santander quien también debe ir innovando a través de los años podría aplicar la generación de Leads y obtener gran beneficio de ellas en varias de sus oficinas tales como la oficina de Atención al Ciudadano, ya que podría facilitar con el tiempo de respuesta que se les da a las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS) que entran diariamente a la institución. Otras oficinas que podrían beneficiarse de esta clase de emprendimiento son las coordinaciones académicas para la obtención de nuevos estudiantes interesados en los programas que ofrecen.

7. RECOMENDACIONES

Estabilizar nuevamente la economía global y restaurar el consumo masivo será un desafío para los gobiernos de todo el mundo. Sin embargo, es nuestra responsabilidad dar los pasos estratégicos adecuados y necesarios si queremos que nuestro negocio se mantenga y sobreviva en la nueva normalidad.

Por tal motivo, se recomienda el marketing digital por las siguientes razones:

Más rentable y económico que los medios tradicionales.

Facilita la generación de inteligencia de contacto, posibilitando la personalización de la comunicación. Esto permite que las Pymes crezcan y se desarrollen.

Obtienes resultados en tiempo real y toma de decisiones rápidamente.

Internet tiene todos los clientes potenciales, solo hay que encontrarlos.

Se puede renovar y aumentar las ventas a través de las tiendas online.

Financieramente se concluye que se debe realizar constantemente revisión a cada una de las cuentas para evitar que ciertos gastos manipulen totalmente la empresa financieramente, esto lo podemos lograr estableciendo una política para conciliación de cada una de las cuentas que conforman el balance de situación de la empresa y no dejando atrás realizar un presupuesto que permita el control de los ingresos y los gastos donde se obtendrá mejor resultado financiero.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] Vargas Anafina, Rodríguez Francisco y Moreno Jonathan. Guía Metodológica para la Elaboración de Casos Emprendedores. Corporación Andina de Fomento.
- [2] Rave Elkin, Gonzalo Juan. Casos Empresariales Colombianos. Decisiones Gerenciales ante Momentos de Crisis. Serie 1. Institución Universitaria CEIPA. Año 2011. ISBN 978-958-99767-7-7
- [3] Grupo de Investigación Estrategia y Gestión Empresarial. Proyectos de Investigación del Grupo. Universidad Tecnológica de Bolívar.
- [4] Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible – CECODES. Sostenibilidad en Colombia. Casos Empresariales. Año 2011. ISBN 978-958-99020-4-2
- [5] Departamento de Ingeniería de Sistemas y Computación de la Universidad de los Andes. Casos relacionados con los sistemas y arquitecturas empresariales focalizados en la cadena de valor, y los procesos de front- office y back- office.
- [6] Puchol, L., Ongallo, C., Puchol, I., Berlinches, A., Martín, M. J., Nuñez A., & et al. NUEVOS CASOS EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS. 25 casos de Recursos Humanos acompañados de las soluciones propuestas por sus autores. Madrid, España.: Ediciones Díaz de Santos. Año 2005.
- [7] Ogliastrri, E. El método de casos. Recuperado el 13 de marzo de 2014, del sitio Web de Universidad ICESI: http://www.icesi.edu.co/contenido/pdfs/cartilla_el_metodo_de_casos.pdf. Año 1991
- [8] Puchol, L., Ongallo, C., Puchol, I., Berlinches, A., Martín, M. J., Nuñez A., & et al. NUEVOS CASOS EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS. 25 casos de Recursos Humanos acompañados de las soluciones propuestas por sus autores. Madrid, España.: Ediciones Díaz de Santos. Año 2005.
- [9] Ellet, W. The Case Study Handbook .How to Read, Discuss, and Write Persuasively About Cases. Harvard Business School Press. Boston, Massachusetts. p. 658. Año 2007.

- [10] Puchol, L., Ongallo, C., Puchol, I., Berlinches, A., Martín, M. J., Nuñez A., & et al. NUEVOS CASOS EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS. 25 casos de Recursos Humanos acompañados de las soluciones propuestas por sus autores. Madrid, España.: Ediciones Díaz de Santos. Año 2005.
- [11] Espíndola, J. Reingeniería Educativa el pensamiento crítico: como fomentarlo en los alumnos. México: Pax. Año 2000.
- [12] Easton, G. Learning from case studies. Gran Bretaña: Prentice Hall. Año 1992.
- [13] Triadó, Ivern, X. La metodología dl caso: Utilización de medios audiovisuales en el estudio de las disciplinas del área de organización de empresas. Recuperado el 17 de mayo de 2009, del sitio Web de dialnet: www.dialnet.unirioja.es. Año 2004.
- [14] Schnarch, A. Desarrollo de nuevos productos y empresas: creatividad innovación y marketing. (5th Ed.). Bogotá, Colombia. Mc Graw Hill. Año 2009.
- [15] Rave Elkin, Gonzalo Juan. Casos Empresariales Colombianos. Decisiones Gerenciales ante Momentos de Crisis. Serie 1. Institución Universitaria CEIPA. Año 2011. ISBN 978-958-99767-7-7
- [16] Pujol, J. & Fons,. Los métodos en la enseñanza universitaria. Pamplona: Eunsa. Año 1981.
- [17] Yin, R. E. Case Study Research and Methods. Thousand Oaks: Sage. Año 1994.

9. APENDICES

Apéndice A. Aspectos del empresario



Instructivo

Actividad de recolección de información para la elaboración del Caso Empresarial

Señor Estudiante, Este instrumento de recolección es la guía orientadora para que realicen la captura de información relacionada a su empresa objeto de estudio. Es primordial que se tomen en cuenta todos los aspectos que se expresan para que de esta manera, cada ítem sea resuelto y/o descrito acorde a la entrevista que se realice con el empresario.

La entrevista debe ser realizada únicamente al empresario (creador/fundador y/o propietario de la organización) y debe ser grabada en audio y/o video.

- A. Variable Historia del Empresario y/o Propietario. Esta variable hace referencia a la descripción de la familia, cualidades y momentos importantes del empresario como ser humano.
1. Aspectos relacionados con la nominación del empresario
 - a. Nombre del Empresario y/o propietario **Rikardo Alfonso López Gómez**
 - b. Edad **33**
 - c. Estado civil: soltero, casado, viudo, separado. **Unión Libre**
 - d. Estudios realizados: Estudios de Primaria **Colegio Santo Ángel**
 - e. Estudios de Secundaria **Colegio Santo Ángel**
 - f. Estudios de Pregrado **Universidad de Palermo**
 - g. Estudios de Especialización
 - h. Familiares que tiene a cargo **Una (1)**
 - i. Lugar de nacimiento **Bucaramanga**
 - j. Datos de contacto: **3188152609, rlopez@pimex.co**

Fuente. Autor

Apéndice B. Aspectos nominación de la organización

1. Aspectos relacionados con la nominación de la organización

- a. Nombre de la organización **PIMEX**
- b. Imagen Corporativa de la Organización (condición mínima: Logotipo)



- c. NIT de la organización **30-0946142**
- d. Razón social de la organización **PIMEX INC**
- e. Direcciones de domicilio en las que ha estado la organización a través de los años
**Newark, Delaware, U.S. 2035 Sunset Lake Road, Suite B-2 zip code 19702 and county of
New Castle, Medellín**
- f. Años de existencia de la empresa **6 años**
- g. Capital inicial utilizado para la creación de la organización. **US 500 (\$1,196.000 millones).**
- h. Capital actual de la organización. **US 30.000 (\$151.740.600 millones Anuales) aproximadamente.**
- i. Número de empleados en los momentos de inicio de la organización. **Dos (2)**
- j. Número actual de empleados. **Cinco (5)**
- k. Productos y/o servicios que dieron vida al origen de la organización. **Software Inmobiliario**
- l. Productos y/o servicios actuales de la organización. **Aceleración de Leads, Desarrollos personalizados (Núcleo de Pimex)**

Fuente. Autor

10. ANEXOS

No Aplica