

ESTRATEGIAS INNOVADORAS PARA UNA GESTION COMERCIAL Y  
ADMINISTRATIVA SOSTENIBLE



IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS INNOVADORAS PARA UNA GESTIÓN  
COMERCIAL Y ADMINISTRATIVA SOSTENIBLE EN LA EMPRESA OPERTRANS RDS  
SAS DE SANTA MARTA

Fabian David Gamboa Ramírez  
Jania Carolina Diaz Ochoa

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

enero de 2025

ESTRATEGIAS INNOVADORAS PARA UNA GESTION COMERCIAL Y  
ADMINISTRATIVA SOSTENIBLE

IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS INNOVADORAS PARA UNA GESTIÓN  
COMERCIAL Y ADMINISTRATIVA SOSTENIBLE EN LA EMPRESA OPERTRANS RDS  
SAS DE SANTA MARTA

Fabian David Gamboa Ramírez

Jania Carolina Diaz Ochoa

Monografía presentada como requisito para optar al título de  
Especialista en Gerencia de Proyectos

Asesor(a)

Hugo Alejandro Muñoz Bonilla

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

NRC 349

enero de 2025

## Contenido

### Tabla de contenido

Lista de tablas.....	7
Lista de Figuras .....	8
Lista de anexos.....	9
Resumen.....	10
Abstract .....	11
Introducción .....	12
1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	13
1.1 Descripción del problema.....	13
1.1.1 Generalidades de la empresa .....	15
1.1.2 Actividad de la Empresa.....	18
1.2 La pregunta de investigación.....	22
1.3 Los objetivos de investigación .....	22
1.3.1 Objetivo general.....	23
1.3.2 Objetivos específicos .....	24
1.4 Justificación de la investigación .....	24
2. MARCO DE REFERENCIA .....	26
2.1.Marco de Antecedentes.....	26

# ESTRATEGIAS INNOVADORAS PARA UNA GESTION COMERCIAL Y ADMINISTRATIVA SOSTENIBLE

2.2. Marco Teórico.....	29
2.3. Gestión Sostenible.....	29
2.3.1. Gestión comercial .....	31
2.3.3. Gestión Administrativa.....	34
2.3.4. Marketing.....	36
2.3.5. Ventas .....	37
2.3.6. Innovación empresarial.....	37
2.4. Marco Normativo.....	38
2.4.1. Normativas ambientales.....	39
2.4.2 Normativas Laborales y de Seguridad en el trabajo .....	39
2.4.4 Normativas Internacionales y de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) .....	41
2.4.5 Normativas sobre Innovación Tecnología y Digitalización.....	42
3. METODOLOGÍA .....	42
3.1. Enfoque y alcance de la investigación .....	43
3.2. Población y muestra .....	43
3.2.1. Definición de la población .....	43
3.2.2. Cálculo y selección de la muestra .....	44
3.3. Instrumento(s) .....	44
3.3.1. Entrevistas .....	45
3.3.1.1 Resultado de la entrevista.....	45

# ESTRATEGIAS INNOVADORAS PARA UNA GESTION COMERCIAL Y ADMINISTRATIVA SOSTENIBLE

3.3.2. Encuestas.....	46
3.4. Descripción de procedimientos .....	48
3.4.1. Codificación de datos.....	49
3.5. Análisis de información .....	51
3.5.1. Análisis de Gráficos Circulares.....	57
3.6. Consideraciones éticas .....	59
3.6.1. Análisis de consideraciones éticas .....	59
3.6.2. Instrumentos de aceptación y autorización .....	60
4. HIPÓTESIS.....	61
4.1. Las variables.....	61
4.1.1. Variable(s) independiente(s).....	62
4.1.2. Variable(s) dependiente(s) .....	62
4.2. Planteamiento de hipótesis.....	63
5. RESULTADOS.....	63
5.1.Resultados de la Entrevista .....	64
5.1.1. Competitividad de la Empresa .....	64
5.1.2. Optimización de los Procesos Internos .....	64
5.1.3 Proyección a Futuro y Sostenibilidad a Largo Plazo .....	65
6 CONCLUSIONES .....	66

ESTRATEGIAS INNOVADORAS PARA UNA GESTION COMERCIAL Y ADMINISTRATIVA SOSTENIBLE

7. RECOMENDACIONES.....	70
Referencias.....	71
Anexos .....	75

ESTRATEGIAS INNOVADORAS PARA UNA GESTION COMERCIAL Y  
ADMINISTRATIVA SOSTENIBLE

**Lista de tablas**

Matriz FADO .....	21
Escala de datos recolectados .....	49
Resultado de Codificación .....	50
Contraste Binomial .....	51
Estadísticos Descriptivos .....	54

ESTRATEGIAS INNOVADORAS PARA UNA GESTION COMERCIAL Y  
ADMINISTRATIVA SOSTENIBLE

**Lista de Figuras**

Encuesta Opertrans RDS SAS .....	47
Encuesta Opertrans 2.....	48
Flexplot .....	57
Satisfacción Laboral.....	57
Ambiente Trabajo.....	58
Oportunidades Desarrollo .....	58
Métodos de Supervisión.....	59

ESTRATEGIAS INNOVADORAS PARA UNA GESTION COMERCIAL Y  
ADMINISTRATIVA SOSTENIBLE

**Lista de anexos**

Consentimiento Informado de Entrevista..... 75

# ESTRATEGIAS INNOVADORAS PARA UNA GESTION COMERCIAL Y ADMINISTRATIVA SOSTENIBLE

## Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo analizar e identificar estrategias innovadoras para la gestión comercial y administrativa sostenible de la empresa OPERTRANS RDS SAS de Santa Marta. La empresa, dedicada a la prestación de servicios en el sector de transporte y logística, enfrenta el reto de adaptarse a un entorno empresarial dinámico y cada vez más competitivo, al mismo tiempo que debe promover la sostenibilidad en sus operaciones. Para ello, se propone una serie de estrategias que combinan la innovación tecnológica, la optimización de procesos administrativos y la implementación de prácticas responsables con el medio ambiente y la comunidad.

Las estrategias innovadoras para la gestión comercial y administrativa sostenible de la empresa OPERTRANS RDS SAS deben estar orientadas hacia la implementación de tecnologías que mejoren la eficiencia, la personalización y la competitividad en el mercado, mientras que también deben garantizar prácticas sostenibles que respeten tanto al medio ambiente como a las comunidades. La combinación de innovación tecnológica, gestión eficiente de recursos humanos y la sostenibilidad de los procesos permitirá a la empresa no solo crecer de manera económica, sino también mantener un impacto positivo en su entorno social y ambiental.

# ESTRATEGIAS INNOVADORAS PARA UNA GESTION COMERCIAL Y ADMINISTRATIVA SOSTENIBLE

## **Abstract**

**Keyword** The objective of this work is to analyze and identify innovative strategies for the sustainable commercial and administrative management of the company OPERTRANS RDS SAS of Santa Marta. The company, dedicated to providing services in the transportation and logistics sector, faces the challenge of adapting to a dynamic and increasingly competitive business environment, while at the same time it must promote sustainability in its operations. To this end, a series of strategies are proposed that combine technological innovation, the optimization of administrative processes and the implementation of responsible practices with the environment and the community.

The innovative strategies for the sustainable commercial and administrative management of the company OPERTRANS RDS SAS must be oriented towards the implementation of technologies that improve efficiency, customization and competitiveness in the market, while they must also guarantee sustainable practices that respect both the environment as well as communities. The combination of technological innovation, efficient human resource management and the sustainability of processes will allow the company not only to grow economically, but also to maintain a positive impact on its social and environmental

## **Introducción**

En un mundo empresarial cada vez más dinámico y competitivo, las organizaciones enfrentan desafíos constantes relacionados con la necesidad de innovar y adaptarse a las tendencias globales de sostenibilidad y responsabilidad social. La gestión comercial y administrativa sostenible no solo contribuye al crecimiento económico de las empresas, sino que también promueve un equilibrio entre el desarrollo económico, el bienestar social y la protección del medio ambiente (Monge y Allamand, 2016). Bajo esta perspectiva, el presente proyecto tiene como objetivo desarrollar e implementar estrategias innovadoras de gestión comercial y administrativa que permitan a la empresa OPERTRANS RDS SAS, ubicada en Santa Marta, mejorar su competitividad, optimizar sus procesos internos y generar valor compartido para sus grupos de interés.

OPERTRANS RDS SAS es una empresa dedicada a la prestación de servicios de transporte y logística, desempeñando un papel clave en la economía regional. Sin embargo, como muchas organizaciones del sector, enfrenta desafíos significativos en términos de eficiencia operativa, sostenibilidad ambiental y compromiso con sus clientes y la comunidad. La adopción de estrategias de innovación y sostenibilidad puede ser la clave para transformar estos retos en oportunidades de crecimiento sostenible (Porter & Kramer, 2014).

Este proyecto aborda la necesidad de incorporar prácticas innovadoras en la gestión comercial, como el uso de tecnologías emergentes para mejorar la experiencia del cliente, y en la administración, mediante la optimización de recursos y la reducción del impacto ambiental de las operaciones. Además, se busca fomentar un enfoque de valor compartido que permita a

OPERTRANS RDS SAS contribuir positivamente al desarrollo económico de Santa Marta mientras crea beneficios tangibles para la sociedad y el medio ambiente. Finalmente, este documento servirá como una guía estratégica para la implementación de un modelo de negocio sostenible que garantice el éxito a largo plazo, alineándose con las tendencias globales de sostenibilidad e innovación y fortaleciendo la posición competitiva de la empresa en el mercado local y nacional.

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En este capítulo se expone la problemática relacionada con la insuficiente incorporación de estrategias innovadoras sostenibles en la gestión comercial y administrativa de OPERTRANS RDS SAS. Partiendo de un análisis del contexto internacional y nacional, se formula la pregunta de investigación y se presentan los objetivos y la justificación del estudio (Martínez y Pérez, 2020).

### **1.1 Descripción del problema**

OPERTRANS RDS S.A.S, según entrevistas que se hicieron a algunos empleados y como funcionaria de esta se pudo evidenciar una serie de problema que la empresa tiene, los cuales se describen continuación. Actualmente presenta varios inconvenientes en la parte comercial financiera, debido a la falta de control y supervisión en sus procesos que limitan el potencial de la empresa en su actividad diaria.

La empresa desarrolla procesos que no están establecidos formalmente para cada uno de los empleados involucrados en el desarrollo de la operación de la empresa, por ello cada uno asume su rol y ejecuta los procesos pertinentes según indicaciones verbales por su superior, lo cual dificulta un óptimo desarrollo porque de esta manera los procesos están sujetos diariamente a muchos cambios.

En la actualidad, las empresas del sector de transporte y logística enfrentan una creciente presión para adoptar modelos de gestión sostenibles que permitan un equilibrio entre la eficiencia operativa, la innovación tecnológica y la responsabilidad social Castillo, y Gómez (2021).

OPERTRANS RDS SAS, una empresa ubicada en Santa Marta dedicada a la prestación de servicios de transporte, se ha consolidado como un actor relevante en la economía local. Sin embargo, al igual que muchas empresas en su sector, enfrenta diversos desafíos que limitan su capacidad para mantenerse competitiva y sostenible en el largo plazo.

Entre los principales problemas identificados, destacan la falta de estrategias comerciales innovadoras que maximicen el valor agregado para los clientes, la subutilización de tecnologías para optimizar procesos administrativos, y una gestión limitada de las prácticas sostenibles en sus operaciones. Estos factores no solo afectan la rentabilidad de la empresa, sino que también comprometen su impacto ambiental y su contribución al desarrollo económico de la comunidad. Adicionalmente, la creciente demanda de clientes por soluciones más responsables y el entorno regulatorio cada vez más exigente en materia de sostenibilidad generan la necesidad de adaptarse a nuevas tendencias de mercado.

OPERTRANS RDS SAS carece de un enfoque integral que integre innovación, sostenibilidad y valor compartido en sus procesos de gestión. La ausencia de estrategias para mejorar la eficiencia en la toma de decisiones, reducir costos mediante prácticas sostenibles, y fortalecer las relaciones con clientes y proveedores, dificulta la creación de ventajas competitivas duraderas. Esto plantea interrogantes sobre cómo implementar un modelo de gestión comercial y administrativa capaz de abordar estos desafíos y promover un crecimiento sostenible alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Por tanto, surge la necesidad de diseñar e implementar estrategias innovadoras que permitan a OPERTRANS RDS SAS mejorar su desempeño, optimizar recursos y generar valor para sus partes interesadas. Este proyecto se centrará en identificar las oportunidades de innovación y sostenibilidad más adecuadas para la empresa, formular soluciones prácticas y sostenibles, y proporcionar un marco estratégico que impulse su transformación hacia un modelo de negocio responsable y competitivo.

### **1.1.1 Generalidades de la empresa**

**OPERTRANS RDS S.A.S** es una empresa con una vasta experiencia en el manejo de transporte, atendemos a pasajeros individuales o grupos en planes vacaciones, incentivos, turismo de cruceros y circuitos dentro Colombia.

Además, puede realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita, en especial diseñar promover, vender y operar todo tipo de planes ecoturístico de acuerdo con la ley 300 de 1998,

reglamentada por la ley 1102 de 2006, tales como turismo de naturaleza, ecoturismo y aventura entre otras:

- Prestar servicio especial de transporte turístico y empresarial, vender planes turísticos organizados por otras agencias de viajes nacionales e internacionales.
- La promoción, asesoría de viajes nacionales e internacionales.
- Adquirir, comercializar y disponer a través de cualquier figura jurídica requerida, de toda clase de bienes y servicio.
- Asesoría y consultoría en adquisición e implementación de planes turísticos tanto a nivel nacional como internacional.
- Realización de inversiones de industria presente o futura, especialmente en el turismo
- Representación de personas, naturales o jurídicas, sean nacionales o extranjeras para la compra, venta, arrendamientos y todo tipo de transacción comercial de bienes, productos y servicios, afines y/o complementarios.

### Principios

- Compromiso
- Honestidad
- Responsabilidad
- Ética profesional
- Puntualidad
- Trabajo en equipo

#### ***1.1.1.1 Misión***

Operaciones de Transportes Ruta del Sol S.A.S. (OPERTRANS) es una empresa dedicada al transporte empresarial, envío de encomiendas y giros manteniendo los más altos

estándares de calidad buscando el desarrollo del país, aportando a las empresas de transporte desarrollo y la propensión de los niveles de vida de todos nuestros clientes, proveedores, socios y empleados

#### ***1.1.1.2 Visión***

La empresa OPERTRANS RDS SA.S. Se concibe para el 2025 como una empresa de servicio de transporte empresarial y de carga, reconocida a nivel regional, nacional e internacional, por su seriedad, buen trato, cumpliendo con las exigencias y expectativas de nuestros clientes; también posicionarse en la industria petrolera colombiana al ser una de las empresas líderes en la prestación de servicios

#### ***1.1.1.3 Políticas de calidad***

OPERTRANS RDS S.A.S empresa dedicada al servicio de transporte de personal, envío de encomiendas y giros, se compromete a la búsqueda de la completa satisfacción del cliente y la mejora continua de sus procesos, proveedores y suministros, sustentando en la alta capacidad financiera, el recurso humano idóneo y cumpliendo con los requisitos pactados por el cliente.

#### ***1.1.1.4 Políticas de Alcohol y drogas***

OPERTRANS RDS S.A.S. de conformidad con la legislación colombiana y consciente de sus responsabilidades frente a sus empleados, personal de las compañías contratistas y comunidades del entorno:

Prohíbe transportar o traficar con drogas ilegales y bebidas alcohólicas dentro de los vehículos contratados por la empresa, su incumplimiento dará por terminado el contrato de servicio de transporte.

### 1.1.2 Actividad de la Empresa

- Servicio de transporte terrestre de toda clase de material y carga.
- Servicio de transporte de pasajeros a nivel nacional.
- Servicio de transporte de Tours y City Tours

*Líneas de negocio que maneja la empresa.*

- Transporte de pasajeros: 100%
- Transporte empresarial: 100%
- Transporte especial: 100%
- Transported de tours y city tours: 100%

*Servicios:*

- Transporte Especial de pasajeros en todo el territorio nacional.
- Transporte terrestre de toda clase de material de carga.
- Envío de giros y encomiendas a nivel nacional

**Método DOFA.** Es un análisis de vulnerabilidad que se utiliza para determinar el desempeño de la organización ante una situación crítica específica que está afectando la empresa.

La matriz DOFA, nos permite relacionar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas,

conduciéndonos a la elaboración de estrategias que mitiguen el impacto de las amenazas y reduzcan las debilidades, haciendo uso de nuestras fortalezas y aprovechando oportunidades.

Esta herramienta permitió identificar al interior de la organización las fortalezas y debilidades, y observar desde el entorno las oportunidades y amenazas, Se determinó escoger esta herramienta, porque me condujo a obtener de manera sencilla y útil, el conocimiento de la empresa., me permitió centrarme a desarrollar elementos diferenciadores que hacen parte de la empresa, para enfrentar con más fuerza la competencia.

### ***1.1.2.1 Análisis DOFA de OPERTRANS RDS S.A.S***

#### **Debilidades**

- Dificultades y deudas financieras
- Alta cartera
- Los servicios que se ofrecen son tradicionales no manejan un valor agregado
- No tiene buena capacidad para una gran producción
- No maneja proyecciones ni administración estratégica
- Incumplimiento que se le está dando al proveedor en cuanto a los tiempos de pagos estipulados, que por lo general debe ser de máximo 30 días
- Un mejor desempeño por parte de la empresa con respecto al manejo que se le da al seguimiento de los acreedores
- Falta de compromiso del personal de la empresa

### **Fortalezas**

- Servicios de buena calidad
- La rapidez de su personal
- Algunos de sus servicios son únicos
- Variedad de sus servicios
- Personal con el que cuenta la empresa tienen la actitud y el servicio hacia público en general,
- Puntualidad a la hora en la entrega de los envíos
- Calidad en la atención en el servicio
- Atención al cliente-

### **Amenazas**

- Demandas que se pueden presentar al momento del incumplimiento de alguna cláusula de un contrato.
- Crecimiento de la mala imagen de la empresa de parte de los proveedores frente a un problema de pago de facturas, culminando con posibles futuros clientes potenciales
- Demanda con los proveedores, cuando se requiere de nuevo de sus productos, se niegan a prestarlo.
- Problemas tecnológicos
- Aumentos de precios
- Saturación del mercado

### **Oportunidades**

- Diversificación en el mercado de nuevos servicios
- Mejor posición financiera
- Mejores relaciones comerciales, disminución de costos, por pólizas y beneficios de las aseguradoras
- Mejoramiento de la utilización de los medios electrónicos de pago, ya que actualmente, la gran mayoría de los proveedores se les paga con cheque, y ahora, los bancos tienen grandes herramientas que permiten agilizar procesos manuales

El análisis FADO en conjunto con otros estudios complementarios como son el perfil de amenazas y oportunidades en el medio (DAFO), es decir se identifica en las fortalezas, las FO con la FA y en las debilidades se identifica las DO con la DA, esta herramienta que se describe a continuación permite tener de manera clara un mejor diagnóstico de la empresa.

*Tabla 1 Matriz FADO*

MATRIZ FADO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FADO	Demanda de productos diferenciados	Saturación en el mercado
	Variedad de proveedores	Variación en los precios de las materias primas
	Poder adquisitivo de los clientes	Competidores entrantes con productos a bajo costo
	Desarrollo tecnológico en equipos	Integración vertical hacia atrás,
FORTALEZAS	<b>ESTRATEGIA FO</b>	<b>ESTRATEGIA FA</b>
<b>Servicio de buena calidad</b>	Desarrollo de nuevas líneas de servicio acorde con las necesidades del cliente	Realizar estrategias publicitarias destacando las mejoras realizadas a los servicios
<b>Personal capacitado y competente</b>	Diseñar un plan de ventas y ampliación de clientes	Efectuar alianzas con proveedores.
<b>Aliados estratégicos</b>	Aprovechar las relaciones comerciales para incrementar las ventas mediante la apertura de nuevos mercados	Establecer relaciones con otros clientes mostrando la variedad y calidad de los servicios
DEBILIDADES	<b>ESTRATEGIA DO</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
<b>Dificultades y deudas financieras</b>	Realizar estrategias publicitarias para aumentar ventas y así obtener mejores ganancias	Aumentar las ventas a través de promociones y publicidad y así mejorar los indicadores financieros de la empresa.
<b>La empresa no tiene una clara dirección estratégica</b>	Diseñar la planeación estratégica de la empresa con el fin de ejecutar estrategias tendientes a fortalecer las relaciones con sus grupos de interés.	Realizar estrategias para fortalecer los grupos de interés
<b>Innovación de la empresa es limitada y procesos empíricos</b>	Invertir en innovación de nuevos servicios	Realizar estrategias publicitarias destacando la trayectoria de la empresa en el mercado.
	Realizar estrategias publicitarias para aumentar ventas y así obtener mejores ganancias	Aumentar las ventas a través de promociones y publicidad y así mejorar los indicadores financieros de la empresa.

Fuente: elaboración propia 2024

## **1.2 La pregunta de investigación**

Teniendo en cuenta el contexto y la descripción del problema, esta investigación busca abordar la insuficiencia de estrategias innovadoras sostenibles en la gestión comercial y administrativa de OPERTRANS RDS SAS., se pretende responder la pregunta central:

¿Cómo pueden las estrategias innovadoras de gestión comercial y administrativa sostenible mejorar la competitividad, optimizar los procesos internos y generar valor compartido en la empresa OPERTRANS RDS SAS de Santa Marta, contribuyendo al desarrollo económico, social y ambiental de la región?

## **1.3 Los objetivos de investigación**

En un contexto empresarial marcado por la necesidad de sostenibilidad e innovación, las organizaciones enfrentan desafíos significativos para equilibrar el crecimiento económico con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social. De acuerdo con Rodríguez, M. C; & Pacheco, L. E (2022). Este proyecto se justifica por la importancia de diseñar e implementar estrategias innovadoras que permitan a OPERTRANS RDS SAS mejorar su gestión comercial y administrativa, optimizando sus procesos internos y generando valor compartido para sus stakeholders.

La relevancia del proyecto radica en su alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), promoviendo la adopción de prácticas responsables que contribuyan a la protección del medio ambiente, la inclusión social y el fortalecimiento de la competitividad regional. La industria del transporte, clave para la economía de Santa Marta, enfrenta desafíos

relacionados con la eficiencia energética, la optimización de rutas y la reducción de emisiones contaminantes (Ministerio de Transporte de Colombia, 2021). Por lo tanto, adoptar estrategias sostenibles no solo beneficia a la empresa, sino también al entorno en el que opera, mejorando la calidad de vida de la comunidad.

Según autores como Sánchez, J. F., (2023), desde una perspectiva económica, el uso de tecnologías innovadoras puede reducir costos operativos y aumentar la productividad, generando ventajas competitivas sostenibles. Este enfoque también responde a la creciente demanda de consumidores y socios comerciales por soluciones respetuosas con el medio ambiente, lo que fortalece la reputación corporativa y la lealtad del cliente.

En conclusión, el desarrollo de este proyecto proporciona una guía práctica para la transformación de OPERTRANS RDS SAS hacia un modelo de negocio sostenible, competitivo y orientado al valor compartido, con impacto positivo tanto a nivel organizacional como en la sociedad. Esto establece las bases para una gestión empresarial moderna y alineada con los desafíos globales actuales.

### **1.3.1 Objetivo general**

Analizar estrategias innovadoras de gestión comercial y administrativas sostenible para OPERTRANS RDS SAS, con el propósito de comprender los fundamentos teóricos y su impacto en la competitividad, optimización de procesos internos, y la creación de valor compartido que contribuya al desarrollo económico, social y ambiental de la región de Santa Marta.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Identificar los procesos en cuanto a su gestión comercial y administrativa, identificando las áreas de oportunidad relacionadas con la innovación y la sostenibilidad.
- Analizar la situación de OPERTRANS RDS SAS por medio de la información obtenida.
- Formular recomendaciones basadas en el análisis de las estrategias de innovación tecnológica y operativa para reducir los errores en los procesos comerciales y administrativos, impulsando la experiencia del cliente y la productividad de la empresa.

### **1.4 Justificación de la investigación**

Se espera que los resultados puedan contribuir al mejoramiento del área administrativa., por medio de objetivos de beneficios y crecimiento, fijando metas y control sobre los procesos de la empresa y contribuir de esta forma a la competitividad de unas de las tantas PYMES que existen en nuestro país y que requieren de planes de mejoramiento para la supervivencia en un mundo cada vez más competitivo y globalizado.

La investigación debe contribuir también en otras áreas como financiera, comercial y de talento humano permitiendo así la planeación, dirección, ejecución y control en las diferentes decisiones gerenciales que la empresa deba tomar, con el fin de que haya un mejoramiento continuo en todos sus procesos, permitiendo de esta forma el crecimiento empresarial por medio de innovación y creatividad en la gama de los servicios que presta la empresa, logrando una posición competitiva en el mercado, aumentando sus índices de eficiencia y una aplicación rentable en los recursos físicos y financieros

Esta propuesta se justifica por la necesidad de presentar a la gerencia de la empresa un documento que sirva de herramienta de análisis en la toma de decisiones para generar ingresos a partir de la de la elaboración de un plan de mejoramiento que facilite el acceso a los servicios diferentes son: los beneficios, en gestión administrativa y financiera, apoyo en la en los otros servicios que lidera la empresa.

Esta investigación es importante porque me permite demostrar habilidad y dar aplicabilidad a los conocimientos obtenidos en el desarrollo de mi carrera profesional. La forma como se puede replicar esta investigación con los resultados que de ella se deriven, con el objeto de entregar a la gerencia de la empresa una herramienta que sirva de directriz para fortalecer sus objetivos misionales.

Este trabajo aporta a la empresa unos parámetros que permiten dar a conocer una manera más eficaz y eficiente en cuanto a los procedimientos que se desarrollan en gestión comercial aportando un conocimiento más puntual y preciso al momento de la toma de decisiones en materia administrativa y comercial desde su ejecución presupuestal de una u otra forma también contribuye a mejorar la imagen y nivel de satisfacción de las necesidades que tienen nuestros clientes.

Se espera que, con este plan de mejoramiento en el área administrativa, la empresa aumente sus márgenes de utilidad y rentabilidad a partir de sus finanzas y de las estrategias comerciales que incrementaran sus ventas y generaran un mayor beneficio.

## **2. MARCO DE REFERENCIA**

El marco referencial de esta investigación aborda estudios y teorías relevantes que fundamentan la propuesta de estrategias sostenibles e innovadoras para Opertrans RDS SAS. Se parte del análisis de enfoques previos sobre sostenibilidad empresarial, digitalización de procesos administrativos y su impacto en la gestión comercial, lo que permite contextualizar las tendencias actuales del sector. La relación entre innovación y sostenibilidad se ha consolidado como un elemento estratégico esencial para empresas que buscan ser competitivas en mercados dinámicos (Martínez y Pérez, 2020). Este enfoque será clave para proponer soluciones adaptadas a las necesidades de la empresa, impulsando un crecimiento responsable y eficiente.

### **2.1. Marco de Antecedentes**

La implementación de estrategias innovadoras para una gestión comercial y administrativa sostenible ha sido un campo de estudio recurrente debido a los retos que enfrentan las empresas en un entorno cada vez más competitivo y marcado por la necesidad de sostenibilidad. La innovación y la sostenibilidad han evolucionado de ser conceptos aislados a convertirse en pilares fundamentales para el éxito empresarial a largo plazo.

En el plano internacional, Porter y Kramer, (2011) introdujeron el concepto de “valor compartido”, que plantea que las empresas pueden mejorar su rentabilidad al generar beneficios para la sociedad. Este enfoque se basa en la integración de estrategias sostenibles en los procesos comerciales y administrativos, promoviendo la eficiencia operativa, la responsabilidad social y el respeto por el medio ambiente. Los autores argumentan que las empresas que adoptan este

modelo no solo aumentan su competitividad, sino que también mejoran su reputación corporativa y fortalecen sus relaciones con los stakeholders.

Un estudio más reciente realizado por Smith y Taylor, (2020) destaca la importancia de la digitalización como un factor clave para integrar la sostenibilidad en la gestión administrativa y comercial. Los autores afirman que la automatización de procesos, la inteligencia artificial y la gestión basada en datos permiten reducir los costos operativos y mejorar la eficiencia en la toma de decisiones sostenibles. En empresas medianas, estas herramientas también fomentan un uso más eficiente de los recursos naturales, contribuyendo a la reducción del impacto ambiental.

En otro contexto, Wang et al ., (2021) analizaron cómo la innovación sostenible influye en el rendimiento financiero de las empresas tecnológicas de Asia. Su estudio concluye que la adopción de energías renovables, el reciclaje de materiales y la implementación de modelos de economía circular generan un incremento significativo en la productividad y la satisfacción de los clientes. Adicionalmente, resaltan la necesidad de un liderazgo fuerte que impulse la cultura de la sostenibilidad dentro de las organizaciones.

A nivel regional, investigaciones realizadas por Gómez, Pérez y Rodríguez , (2018) sobre la aplicación de tecnologías de información y comunicación (TIC) en pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Colombia concluyen que la falta de innovación en los procesos administrativos constituye una barrera significativa para la sostenibilidad. Su estudio resalta que el uso de software especializado y la automatización de procesos permiten optimizar la gestión de recursos y mejorar la toma de decisiones, elementos clave para una gestión eficiente. Además, los autores sugieren que la formación continua de los empleados en nuevas tecnologías es fundamental para asegurar la adaptación a los cambios del mercado.

De manera más específica, (Rodríguez, 2019) autores como analiza cómo las empresas del Caribe colombiano, incluidas las ubicadas en Santa Marta, han adoptado modelos de gestión empresarial orientados hacia la sostenibilidad. Menciona casos de empresas que implementan prácticas sostenibles en la logística y el turismo, sectores clave en la región. Destaca la importancia de la responsabilidad social empresarial (RSE) en el Caribe colombiano como motor de innovación y competitividad. En su estudio, se menciona el proyecto "Turismo Sostenible en el Caribe", que fue implementado por varias empresas locales para reducir la huella ecológica del sector turístico y mejorar la eficiencia energética en las operaciones hoteleras.

Del mismo modo Gómez (2021) presenta un análisis de la implementación de tecnologías innovadoras en el sector empresarial de Santa Marta. En particular, se enfoca en las empresas de transporte, como Opertrans RDS SAS, y cómo están incorporando sistemas de gestión administrativa basados en ERP (Enterprise Resource Planning) y software de optimización de rutas logísticas. El proyecto "Transporte Inteligente para la Sostenibilidad" de varias empresas de transporte en Santa Marta ha implementado soluciones basadas en big data y geolocalización para reducir costos operativos y mejorar el impacto ambiental. Este proyecto también integra sistemas de monitoreo en tiempo real para optimizar el uso de combustibles y gestionar la flota de vehículos de manera eficiente.

Finalmente, el trabajo de Martínez,R., (2022) sobre la gestión sostenible en empresas de transporte en Santa Marta destaca la necesidad de implementar prácticas innovadoras que minimicen los costos operativos y reduzcan el impacto ambiental. Según su estudio, muchas empresas locales carecen de estrategias administrativas integradas que faciliten una planificación a largo plazo, limitando su capacidad para competir en mercados más amplios. Martínez enfatiza

que la introducción de sistemas de gestión basados en datos puede transformar la eficiencia de las operaciones.

Pese a la relevancia de estas investigaciones, no se ha encontrado evidencia específica sobre la implementación de estrategias innovadoras en la empresa Opertrans RDS SAS de Santa Marta. Esta organización enfrenta desafíos significativos relacionados con la gestión de sus recursos comerciales y administrativos en un entorno donde la sostenibilidad es una demanda creciente. La presente investigación busca llenar este vacío mediante el análisis de las prácticas actuales de la empresa y la propuesta de un modelo de gestión sostenible adaptado a sus necesidades.

## **2.2. Marco Teórico**

Este marco teórico aborda los principales conceptos y enfoques de la gestión sostenible, comercial y administrativa aplicados a una empresa de transporte, destacando la importancia de la eficiencia operativa, y el compromiso social.

## **2.3. Gestión Sostenible**

La gestión sostenible ha adquirido una gran relevancia en el contexto empresarial actual, especialmente en sectores como el transporte, que tienen un impacto significativo tanto en la economía como en el medio ambiente. Para las empresas de transporte, implementar estrategias sostenibles no solo mejora la competitividad, sino que también responde a las exigencias

globales de reducción de la huella de carbono, optimización de recursos y responsabilidad social, según Sorrell, (2009).

La gestión sostenible se entiende como un modelo de gestión empresarial que busca equilibrar el rendimiento económico con la preservación ambiental y el bienestar social De acuerdo con Dyllick y Hockerts (2002). En este sentido, se considera que las empresas no deben centrarse únicamente en la maximización de sus beneficios económicos, sino que también deben asumir una responsabilidad en la protección del medio ambiente y contribuir al bienestar de las comunidades en las que operan. Este concepto se alinea con el modelo de Triple Bottom Line propuesto por Elkington, (1997) que subraya la importancia de las tres dimensiones de la sostenibilidad:

**económica, ambiental y social.**

El sector del transporte es uno de los principales contribuyentes a las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), especialmente el transporte por carretera, que representa una parte significativa de las emisiones globales (International Transport Forum, 2020). La sostenibilidad en este sector implica la implementación de tecnologías y estrategias que no solo optimicen el rendimiento económico, sino que también minimicen el impacto ambiental asociado con la movilidad y el transporte de mercancías.

Actualmente existen varios modelos y herramientas que las empresas de transporte pueden adoptar para implementar prácticas sostenibles. Uno de los modelos más relevantes es el *Modelo de Gestión Ambiental ISO 14001*, que proporciona un marco para que las empresas identifiquen, gestionen y reduzcan su impacto ambiental. Otro modelo ampliamente utilizado es el *Sistema de Gestión de la Seguridad y la Salud en el Trabajo (OHSAS 18001)*, que ayuda a las

empresas a garantizar un entorno laboral seguro y saludable para sus empleados, aspecto crucial en el sector del transporte.

### **2.3.1. Gestión comercial**

La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado, dado esto, es necesario desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad.

De acuerdo con Herrera(2020), la gestión comercial es la que lleva a cabo la relación de intercambio de la empresa con el mercado. Si analizamos esto desde el punto de vista del proceso productivo, la función o gestión comercial constituiría la última etapa de dicho proceso, pues a través de la misma se suministran al mercado los productos de la empresa y a cambio aporta recursos económicos a la misma. Ahora bien, la gestión comercial no sólo es la última etapa de proceso empresarial, ya que contemplada así cumpliría únicamente una función exclusiva de venta y, sin embargo la gestión comercial comprende desde el estudio de mercado hasta llegar a la venta o colocación del producto a disposición del consumidor o cliente, incluyendo las estrategias de venta, y la política de ventas en el ámbito empresarial (todo lo referente a fijación de objetivos, sistema de incentivos para el caso de que sean alcanzados tales objetivos y, en su caso, el control del incumplimiento así como el grado y las causas del mismo (p. 151.).

Explica de (Borja , A. M., 2018), que la gestión comercial forma parte esencial del funcionamiento de las organizaciones: decisiones relativas a qué mercados acceder; con qué productos; qué política de precios aplicar; cómo desarrollar una sistemática comercial eficaz, forman parte del día a día de las organizaciones, además de ser aspectos que emanan directamente de las decisiones derivadas. En este aspecto podríamos decir que es toda aquella actividad que se hace cargo de “administrar” y de ejercer “influencia” sobre un resultado o variable comercial. Definición que no es para nada completa, pero que nos da una noción básica de lo que deseamos comprender. Porque la palabra “Influencia” es clave a la hora de determinar los movimientos necesarios para lograr un resultado comercial. Pero... ¿qué queremos lograr?, ¿cómo lo podemos hacer?, ¿con quién es?, ¿de qué forma? Son preguntas que sólo nosotros podemos responder en el contexto comercial que manejamos (Senge, P. M., 2006).

Por lo tanto, la gestión es tan personal como nuestro cepillo de dientes y dependerá de una serie de variables personales tales como el criterio, el conocimiento, la intuición, la inteligencia emocional e incluso ¿por qué no decirlo?... la suerte, entre muchos otros factores. En este contexto, la palabra “administrar” también es importante y va estrechamente ligada a la palabra “influencia”, porque una se hace cargo del aspecto cuantitativo y racional y la otra del cualitativo, en función de las variables que no son medibles, pero de obvia importancia. En general, por esta misma razón las personas que son buenas gestoras son aquellas que dominan muchas variables y por lo general se involucran a fondo en los temas que les atañen como gestores (Kotler, P., & Keller, K. L., 2016). Ello les permite generar más campos de influencia sobre otros y administrar una serie de temas importantes y vinculados entre sí.

Pero la gestión como tal va mucho más allá de lo mencionado. Hacemos gestión cuando ponemos en acción personas y cosas y cuando direccionamos una idea dándole sentido

comercial. De aquí nacen los conceptos, las planificaciones, las sinergias y muchas otras cosas que no son cien por ciento cuantificables (Hitt, M. A., 2017). Hacer gestión es construir algo en función de un objetivo, para lo cual se necesitan recursos de todo tipo; sin embargo, mejor gestor será aquel que optimice al máximo esos recursos logrando los mejores resultados posibles.

### **2.3.2. Ámbito de la gestión comercial**

El cambio como punto de partida La gestión comercial en los tiempos presentes se lleva a cabo en medio de una constante de cambios enorme, lo que involucra un entorno técnico, económico, social, político y medioambiental en el que se mueven las organizaciones. Sobre esto Peter Drucker, ha dicho:

“Desde mediados de los años sesenta, lo que conocíamos como administración ya no sirve. En el futuro inmediato, los gerentes tendrán que ser capaces de olvidar lo que hacían, tan rápido como las cosas nuevas que tienen que hacer.” De esta forma, lo que en un minuto pudo haber sido una ventaja competitiva audaz y efectiva, ahora debemos renovarla para poder seguir conquistando y fidelizando a nuestro grupo objetivo según (Muñoz 2020, págs. 50-69).

Por lo tanto y en un plano más general, las tendencias sobre direccionamiento comercial han cambiado en forma exponencial y en los tiempos actuales su evolución se resume de la siguiente forma: Desde operar en un medio definido y de cierta estabilidad (hasta los años 70- 80); a operar en un medio poco definido y en constante cambio y movimiento.

### 2.3.3. Gestión Administrativa.

El Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua explica que administración es la acción de administrar (del latín Administrativo – ONIS). Esta es una definición genérica que no dice mucho, un poco restringida, de carácter idiomático, realizada atendiendo a su significado etimológico, por lo que para tener una concepción más amplia del término debemos buscarla en la diversidad de definiciones hechas por un considerable número de tratadistas, por ejemplo Henri Fayol un autor muy trascendente, definió operativamente la administración diciendo que la misma consiste en "prever, organizar, mandar, coordinar y controlar, además consideró que era el arte de manejar a los hombres (RAE, 2023).

George Terry explica que la administración es un proceso distintivo que consiste en planear, organizar, ejecutar y controlar, desempeñada para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos. (Terry, 2011).

Henry Fayol (1841 - 1925). Define el acto de administrar como planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Las funciones administrativas engloban los elementos de la administración; Estos mismos elementos constituyen el proceso administrativo que pueden ser encontrados en cualquier área de la empresa, es decir, que cada cual desempeña actividades de planeación, organización, etc. Como actividades administrativas esenciales. (Chiavennato, 2006).

Planeación: para lo cual es necesario desarrollar un esquema general de las actividades para lograr así el propósito que se ha fijado.

- Organización: para establecer la estructura de autoridad formal atraes de la cual se disponen la subdivisión del trabajo definida y coordinada para el objetivo de la empresa.

- Dirección: Como tarea continua de tomar decisiones, incorporar las órdenes e instrucciones específicas y generales y de servir como líder de la empresa.
- Coordinación: Para establecer la correlación de las distintas entidades y procesos.
- Controlar: Controlar la ejecución del trabajo, para mantenerlos en niveles deseados, perfeccionarlo, corregirlo y premiarlo.

Dentro de los procesos administrativos plantea seis grupos básicos de operaciones que existen en toda empresa para mejorar sus procesos:

- **Función técnica:** está relacionada con la producción de bienes o de servicios, no puede subsistir sin materias primas y sin mercados para sus productos, sin capitales, sin garantía y sin previsión. No siempre es la más importante de todas.
- **Función comercial:** relacionadas con la compraventa y permutas, para Fayol la prosperidad de una empresa depende tanto de la función comercial como de la técnica. Saber comprar y vender es tan importante como saber fabricar bien.
- **Función financiera:** nada se hace sin la intervención de la función financiera; el capital es necesario para pago de salarios, para la adquisición de inmuebles, utensilios y materias primas, para el pago de dividendos, para la realización de mejoras, para la construcción de reservas etc.

Proceso administrativo. Fayol<sup>1</sup> planteó que el proceso administrativo y sus elementos constitutivos son: la previsión o planeación la cual es el cálculo del porvenir o pronóstico y la preparación del porvenir. La función organización consiste en proveerla de todo lo que es útil para su funcionamiento (materias primas, herramientas, capitales y personal), en donde estos elementos pueden dividirse en organismo material y el organismo social. Para tratarlas se refiere

---

inicialmente a la forma que crece el cuerpo social, que forma toma en diversos niveles de desarrollo, como se ramifican las diversas unidades componentes y que numero de niveles jerárquicos está asociado a este crecimiento (Fayol, 2012).

Una vez constituido el cuerpo social, se trata de hacerle funcionar: tal es la misión de la dirección, que consiste en sacar el mejor partido posible de los agentes que componen su unidad, en aras del beneficio de la empresa. Considera que el arte de dirigir se basa tanto en cualidades personales como en el conocimiento de los principios generales de la administración.

La coordinación consiste en dar a las cosas y a los hechos las proporciones que convienen; es adaptar los medios al objeto. El control consiste en comprobar si todo ocurre conforme al programa adoptado, a las órdenes dadas y a los principios admitidos. Tiene por objeto señalar las faltas y los errores a fin de que se puedan reparar y evita su repetición.

#### **2.3.4. Marketing**

Es muy importante en el contexto del presente documento el concepto de marketing y para esto, se ha tomado como referencia a Philip Kotler quien se considera uno de los autores más idóneos para el presente tema. Según Kotler, el marketing es “la técnica de administración empresarial que permite anticipar la estructura de la demanda del mercado elegido, para concebir, promocionar y distribuir los productos y/o servicios que la satisfagan y/o estimulen, maximizando al mismo tiempo las utilidades de la empresa” (Kotler & Keller, 2016).

### 2.3.5. Ventas

Siguiendo al mismo autor, Philip Kotler (2006), sostiene que los consumidores y los negocios, si se dejan solos, normalmente no adquirirán una cantidad suficiente de los productos, de la organización; por ello, ésta debe emprender una labor agresiva de ventas y promoción. Tal como lo menciona en el libro en su concepto de venta supone que es preciso estimular a los consumidores para que compren. Para ello, las empresas que ponen en práctica este concepto utilizan todo un arsenal de herramientas de venta y promoción para estimular más compras.

### 2.3.6. Innovación empresarial

Se define como la capacidad de una organización para desarrollar nuevos productos, servicios, procesos o modelos de negocio que aporten valor agregado a los consumidores y mejoren la competitividad de la empresa (Schumpeter, 1942). En términos generales, la innovación puede clasificarse en innovación de productos, innovación de procesos y innovación organizacional.

- **Innovación de productos:** Se refiere a la introducción de nuevos bienes o servicios en el mercado.
- **Innovación de procesos:** Implica la mejora o creación de métodos de producción o distribución que incrementen la eficiencia y reduzcan costos.
- **Innovación organizacional:** Hace referencia a los cambios en las prácticas organizacionales, estructuras y estrategias de gestión que buscan mejorar el desempeño.

Los modelos de innovación han evolucionado con el tiempo, adaptándose a las nuevas exigencias del mercado y la tecnología. Entre los más destacados se encuentran:

Modelo de innovación abierta (Chesbrough,2003): Este modelo sostiene que las empresas deben utilizar tanto ideas internas como externas para impulsar la innovación. La colaboración con otras empresas, universidades o startups es clave para el proceso de innovación.

Modelo de innovación cerrada: En este enfoque, la innovación se basa principalmente en los recursos internos de la empresa. La empresa es responsable de generar ideas, investigar y desarrollar productos por sí misma.

Modelo de innovación disruptiva (Christensen,1997): Este modelo se enfoca en cómo las empresas emergentes introducen innovaciones que alteran el mercado y desplazan a las empresas establecidas. Las innovaciones disruptivas suelen ser más accesibles y de bajo costo, lo que las hace atractivas para nuevos segmentos de consumidores.

#### **2.4. Marco Normativo**

La implementación de estrategias innovadoras para una gestión comercial y administrativa sostenible requiere que las empresas, como Opertrans RDS SAS, cumplan con un marco normativo que regula y guía tanto las prácticas comerciales como las ambientales y laborales. A nivel nacional e internacional, existen diversas leyes y regulaciones que promueven la sostenibilidad empresarial, la responsabilidad social corporativa y la innovación tecnológica en los procesos de gestión administrativa. Este marco normativo aborda las normativas relevantes para la adopción de prácticas sostenibles en el ámbito comercial y administrativo en Colombia, con un enfoque particular en el sector del transporte y la logística.

### **2.4.1. Normativas ambientales**

La sostenibilidad ambiental es un aspecto fundamental en la gestión empresarial moderna. En Colombia, las empresas deben cumplir con una serie de normativas que buscan mitigar el impacto ambiental de sus actividades, promoviendo la adopción de tecnologías limpias y la eficiencia energética.

*Ley 99 de 1993 - Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial:* Establece las bases para la protección del medio ambiente en Colombia. Crea el Sistema Nacional Ambiental (SINA) y establece la responsabilidad de las empresas en la gestión de sus impactos ambientales. La ley impulsa el desarrollo de proyectos de sostenibilidad que buscan mitigar la contaminación y el consumo de recursos naturales.

*Ley 1715 de 2014 - Promoción de la Energía Renovable:* Fomenta el uso de energías renovables y la transición energética en Colombia. Establece incentivos fiscales y financieros para las empresas que inviertan en fuentes de energía renovable, como la solar y la eólica, promoviendo la sostenibilidad en los sectores productivos.

*Resolución 1447 de 2018 - Ministerio de Ambiente:* Regula el cumplimiento de las empresas con respecto a la gestión de emisiones contaminantes. Exige que las empresas del sector de transporte implementen programas de control de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)

### **2.4.2 Normativas Laborales y de Seguridad en el trabajo**

El bienestar de los empleados y la seguridad laboral son pilares fundamentales para una gestión administrativa sostenible. Las normativas colombianas sobre seguridad y salud en el trabajo son estrictas y buscan garantizar condiciones laborales óptimas.

*Ley 1562 de 2012 - Reforma al Sistema de Riesgos Laborales:* Reforma el Sistema General de Riesgos Laborales, estableciendo nuevas medidas para la protección de los trabajadores en todos los sectores productivos, incluyendo el transporte. La ley establece la obligación de las empresas de prevenir los accidentes de trabajo y las enfermedades laborales.

*Decreto 1072 de 2015 - Reglamento del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo:* Este decreto reglamenta la Ley 1562 de 2012 y establece las directrices para la implementación de un Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) en las empresas.

### **2.4.3 Normativa Comercial y Administrativa**

Las empresas también deben cumplir con una serie de regulaciones comerciales y administrativas que aseguren prácticas de gestión empresarial éticas y transparentes. La gestión administrativa debe alinearse con principios de eficiencia, responsabilidad y cumplimiento de la normatividad fiscal y tributaria.

*Ley 1474 de 2011 - Ley Anticorrupción:* Esta ley establece medidas para prevenir, investigar y sancionar actos de corrupción dentro del sector público y privado. Promueve la transparencia y la ética en la gestión pública y empresarial.

*Código de Comercio de Colombia (Ley 410 de 1971):* Regula la actividad mercantil en Colombia, incluyendo la constitución de empresas, la responsabilidad de los administradores y los derechos de los comerciantes.

*Ley 1581 de 2012 - Protección de Datos Personales:* Regula el tratamiento de datos personales en Colombia, asegurando la privacidad de la información personal de los clientes y empleados. Esta ley exige que las empresas implementen políticas de seguridad de la información y protejan los datos personales.

#### **2.4.4 Normativas Internacionales y de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**

Además de las normativas locales, las empresas en Colombia pueden adoptar principios internacionales que guían la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa. Estas normativas proporcionan marcos más amplios para la adopción de estrategias sostenibles.

*ISO 14001 - Sistema de Gestión Ambiental:* La norma ISO 14001 proporciona un marco para que las empresas gestionen sus responsabilidades ambientales. Permite identificar, evaluar y controlar el impacto ambiental de las actividades empresariales.

*ISO 26000 - Responsabilidad Social:* La ISO 26000 ofrece directrices sobre cómo las empresas pueden ser socialmente responsables. Cubre áreas como la gestión ambiental, el trato justo a los empleados, las prácticas laborales, el compromiso con la comunidad y la transparencia.

#### **2.4.5 Normativas sobre Innovación Tecnología y Digitalización**

La adopción de innovaciones tecnológicas es fundamental para mejorar la eficiencia operativa y comercial. En Colombia, el gobierno ha implementado diversas políticas que fomentan la digitalización y la adopción de tecnologías en las empresas.

*Ley 1753 de 2015 - Plan Nacional de Desarrollo:* Esta ley establece políticas para impulsar la innovación y el desarrollo tecnológico en las empresas colombianas. Promueve el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para mejorar la productividad y competitividad

### **3. METODOLOGÍA**

Este trabajo se realizó mediante un modelo de estudio descriptivo y directo que se desarrollará en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio, se trabajara sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta de los datos descriptivos arrojados, buscando desarrollar una imagen o crear fiel representación del fenómeno estudiado, que para nuestro caso consiste la propuesta de plan de mejoramiento para mejorar gestión comercial del área Méndez(2007)

Según Méndez, (2007) los estudios descriptivos acuden a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. También pueden utilizarse informes y documentos elaborados por otros investigadores. La mayoría de las veces se utiliza el muestreo para la recolección de información, y la información obtenida es sometida a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadísticos. La investigación

desarrollada es descriptiva y exploratoria, ya que describe las estrategias actuales de gestión comercial y administrativa que emplea la empresa en relación con la sostenibilidad e innovación, con el fin de explorar nuevas oportunidades y enfoques innovadores en la gestión empresarial que podrían ser útiles para la sostenibilidad de Opertrans RDS SAS.

### **3.1. Enfoque y alcance de la investigación**

De acuerdo con el tipo de investigación se enmarcó en el enfoque cualitativo analítico al explicarse los fenómenos sociales a través de teorías establecidas, como eje principal para el estudio y análisis de los sujetos en su medio. La identificación y la descripción de las variables facilitan el análisis e interpretación de una realidad representativa en un grupo específico con características determinadas (Hernández Sampieri , 2014). Por lo tanto, dicho enfoque permitirá realizar un estudio exploratorio descriptivo a partir de situaciones reales para confrontar la relación entre las diferentes, objetivos y variables planteadas en la presente investigación al analizar e interpretar las implicaciones administrativas que debemos tener en cuenta para optimizar los servicios y mejorar los ingresos de la empresa.

### **3.2. Población y muestra**

#### **3.2.1. Definición de la población**

La población estudiada corresponde a los operarios y administrativos de la empresa OPERTRANS RDS SAS de Santa Marta Distrito turístico y cultural histórico. Esta población

incluye a todos los empleados que participan en las actividades comerciales y administrativas de la empresa.

### 3.2.2. Cálculo y selección de la muestra

Tamaño población 35 incluye operarios y administrativos.

Nivel de confianza: 95% corresponde a 1.96

Margen de error 5%

Proporción estimada población (p) y (q)

$P = (0.5)$   $q = (0.5)$

$N = (z^2 * p * q) / E^2 + z^2 * p * q / N$

$N = (1.96^2 * 0.5 * 0.5) / 0.05^2 + (1.96^2 * 0.5 * 0.5) / 35$

$N = 32.4$

### 3.3. Instrumento(s)

Los instrumentos utilizados tienen como objetivo detallar las herramientas y métodos empleados en la investigación para recolectar y analizar información relevante acerca de la implementación de estrategias innovadoras para una gestión comercial y administrativa sostenible en OPERTRANS RDS SAS. Dado que la sostenibilidad abarca diversos aspectos, tanto sociales, económicos como ambientales, se emplearon una variedad de instrumentos de recolección de datos que permitieron obtener una visión integral del contexto de la empresa y las prácticas actuales en sus operaciones.

### 3.3.1. Entrevistas

En el marco de esta investigación, se realizaron entrevistas semiestructuradas con el propósito de obtener información cualitativa sobre las prácticas sostenibles implementadas en Opertrans RDS SAS y las percepciones de los empleados y directivos sobre las estrategias de gestión comercial y administrativa (Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. , 2011). Las entrevistas fueron clave para entender las experiencias y puntos de vista de los participantes acerca de los procesos actuales y las posibles áreas de mejora en relación con la sostenibilidad. Este tipo de entrevista permitió, además, un enfoque flexible, que permitió profundizar en los temas que surgieron durante la conversación.

#### 3.3.1.1 Resultado de la entrevista

La adopción de **estrategias sostenibles** ha permitido a **Opertrans RDS SAS** diferenciarse en el mercado local y aumentar su competitividad frente a otros competidores en el sector del transporte. Los resultados indican que las siguientes iniciativas fueron clave:

- ***Optimización de la flota de vehículos:*** La implementación de vehículos más eficientes y la transición hacia tecnologías menos contaminantes (como vehículos híbridos o eléctricos) no solo ha reducido los costos operativos, sino que también ha mejorado la imagen de la empresa ante los consumidores, quienes valoran cada vez más las prácticas sostenibles.
- ***Certificación y cumplimiento normativo:*** La obtención de certificaciones como ISO 14001 (gestión ambiental) y la mejora en el cumplimiento de normativas ambientales locales han reforzado la confianza de los clientes y socios comerciales, otorgando a la empresa una ventaja competitiva.

- ***Promoción de la sostenibilidad como valor de marca:*** La implementación de estrategias de marketing verde, destacando los esfuerzos sostenibles de la empresa, ha permitido captar clientes conscientes del impacto ambiental de sus decisiones de compra, fortaleciendo la lealtad a la marca.


### **3.3.2. Encuestas**


La encuesta estructurada fue otro de los instrumentos clave en esta investigación, ya que permitió obtener datos cuantitativos sobre la percepción y el conocimiento de los empleados y directivos de Opertrans RDS SAS acerca de las prácticas sostenibles en la empresa. A diferencia de las entrevistas, las encuestas estructuradas ofrecen la ventaja de ser estandarizadas, lo que facilita la recolección y el análisis de datos de un número mayor de personas en un corto período de tiempo. Este instrumento se diseñó con el fin de obtener una visión clara y directa sobre la percepción interna en relación con la sostenibilidad igual que gestión comercial y administrativa (Creswell, J. W. , 2014).

**Figura 1**  
*Encuesta Opertrans RDS SAS*

# ENCUESTA OPERTRANS RDS SAS

Esta encuesta es con el fin de conocer más a fondo la empresa con sus fortalezas y debilidades

puppygamboa11@gmail.com [Cambiar cuenta](#) 

 No compartido

## GENERO

Masculino

Fenemino

No Responde

## Edad

Menor de 20

21 a 25

**Figura 2**  
*Encuesta Opertrans 2*

The image shows a survey form with two sections. The first section is titled 'Satisfaccion laboral' and contains four radio button options: 'Muy Satisfecho', 'Satisfecho', 'Insatisfecho', and 'Muy Insatisfecho'. The second section is titled 'Ambiente de trabajo' and contains five radio button options: 'Muy alto', 'Alto', 'Bueno', 'Aceptable', and 'Malo'.

### **3.4. Descripción de procedimientos**

Entrevistas: Se realizaron preguntas abiertas que nos permitieran explorar a profundidad experiencias y opiniones de empleados y directivos.

Encuestas: Se realizaron cuestionarios preguntas cerradas que nos permitieran obtener datos sobre la efectividad de las estrategias.

Observación directa: Se observaron las practicas diarias y tiempos en la implementación de estrategias y tareas.

Análisis documental: Se analizan los documentos de la empresa como reglamentos, políticas y obtener información secundaria que complemente los datos primarios obtenidos.

### 3.4.1. Codificación de datos

*Tabla 2 Escala de datos recolectados*

<b>Genero</b>	
Masculino	1
Femenino	2
<b>Edad</b>	
Menor de 20	1
21 a 25	2
26 a 30	3
31 a 36	4
Mayos a 37	5
<b>Satisfacción laboral</b>	
Muy Satisfecho	4
Satisfecho	3
Insatisfecho	2
Muy Insatisfecho	1
<b>Ambiente trabajo</b>	
Muy alto	5
Alto	4
Bueno	3
Aceptable	2
Malo	1
<b>Oportunidades de Desarrollo</b>	
Muy alta	5
Alta	4
Buena	3
Aceptable	2
Mala	1

Esta escala es fue la guía para codificar los datos obtenidos en las encuestas realizadas

**Tabla 3** Resultado de Codificación

<b>Perc epción del Producto pp</b>	<b>Percepción del Servicio PS</b>	<b>Perc epción Precio PP</b>	<b>Percep cion de la satisfacción Psat</b>
0,33	0,40	0,80	0,50
0,47	0,60	0,80	0,80
0,47	0,60	1,00	0,50
0,47	0,60	1,00	0,40
0,40	0,40	0,80	0,40
0,33	0,60	0,80	0,70
0,40	0,40	1,00	0,70
0,53	0,40	0,80	0,70
0,33	0,40	0,80	0,40
0,33	0,40	0,80	0,40
0,33	0,60	1,00	0,60
0,33	0,40	0,80	0,70
0,53	0,60	1,00	0,60
0,53	0,40	0,80	0,50
0,33	0,40	1,00	0,40
0,40	0,60	0,80	0,60
0,40	0,40	1,00	0,40
0,40	0,60	0,80	0,50
0,40	0,40	1,00	0,40
0,47	0,60	0,80	0,40
0,40	0,40	1,00	0,50
0,40	0,40	0,80	0,40
0,40	0,40	1,00	0,60
0,33	0,40	1,00	0,60
0,53	0,40	0,80	0,40
0,33	0,40	1,00	0,60
0,47	0,40	0,80	0,60
0,40	0,40	1,00	0,60
0,47	0,40	0,80	0,50

Fuente, elaboración Propia 2024

Según las encuestas realizadas la empresa cuenta con problemas en su producto y servicio

### 3.5. Análisis de información

El proceso de análisis de la información recolectada por medio de encuestas se realizó utilizando la herramienta JASP, que es un software de análisis estadístico. Para ingresar los datos a JASP primero se tuvieron que exportar desde el archivo de Excel donde salieron los resultados de las encuestas teniendo la codificación adecuada para asegurar la correcta interpretación. Gracias a esta herramienta se pudieron ejecutar análisis de una manera sencilla e intuitiva, generando resultados de fácil interpretación.

**Tabla 4** *Contraste Binomial*

*Contraste Binomial*

Variable	R		P		
	ivel	ecuentos	otal	roporción	
Satisfacción laboral			1	.182	.065
			1	.273	.227
			1	.273	.227
			1	.273	.227
Ambiente Trabajo			1	.091	.012

*Contraste Binomial*

Variable	R		P		
	ivel	ecuentos	otal	roporción	
			1	.273	.227
			1	.364	.549
			1	.273	.227
Oportunidades Desarrollo			1	.091	.012
			1	.273	.227
			1	.364	.549
			1	.273	.227
Que tan eficientes consideras que son los procesos administrativos actuales de la empresa en relación con la gestión de la cartera y el control de pagos			1	.545	.000
			1	.455	.000

*Contraste Binomial*

Variable	nivel	R ecuentos	total	P roporción
En qué nivel consideras esta OPERTRANS en el uso				
de herramientas tecnológicas			1	.273
			1	.227
			1	.455
Que tan adecuados consideras que son los métodos				
de supervisión y evaluación de desempeño del equipo de			1	.545
ventas			1	.455
Consideras que la empresa tiene conocimiento del				
mercado y de las necesidades actuales de los clientes			1	.182
			1	.455
			1	.364
Recomendarías la empresa		1	1	.000
				.001

*Contraste Binomial*

---

Variable	Nivel	R ecuentos	P otal	P roporción
----------	-------	---------------	-----------	----------------

---

*Nota.* Proporciones contrastadas con relación al valor: 0.5. tabla creación propia

De acuerdo con la encuesta realizada se evidencia que la mayoría de los empleados dan una calificación entre 3 y 5 puntos lo que equivale al 0,273 de proporción en el nivel de satisfacción laboral.

Según la tabla de contraste binomial se evidencia los procesos administrativos y los métodos de supervisión presentan problemas ya que su calificación esta entre 2 y 3 puntos que equivalen al 0,5 de nivel de proporción

**Tabla 5** *Estadísticos Descriptivos*

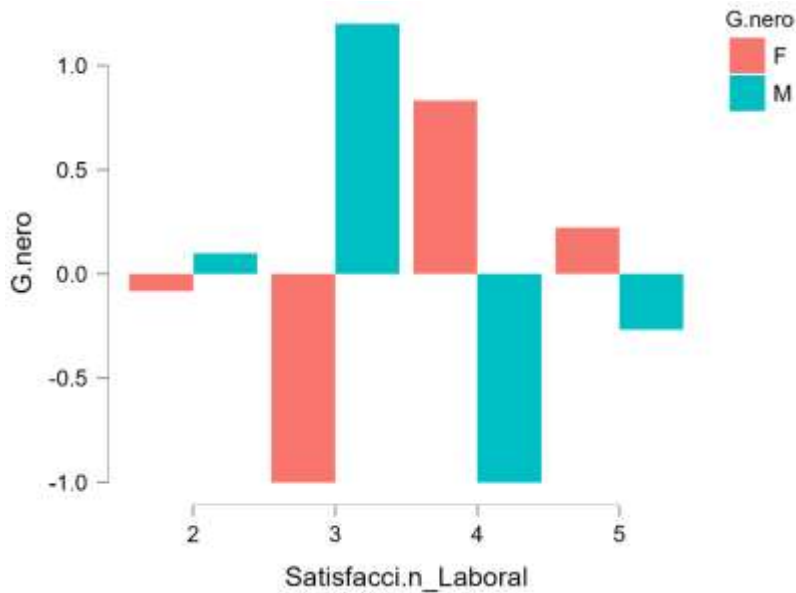
*Estadísticos Descriptivos*

---





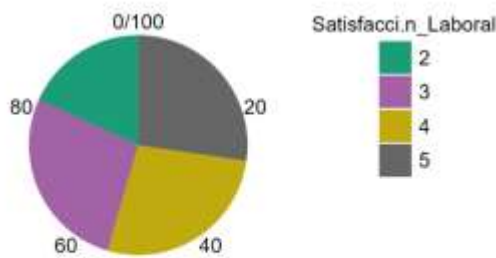
**Figura 3**  
*Análisis en Flexplot*



Según la gráfica flexplot podemos evidenciar que la satisfacción laboral entre hombres y mujeres presenta altos y bajos por lo cual se necesita continuar con más estudios para conocer a fondo dichos resultados.

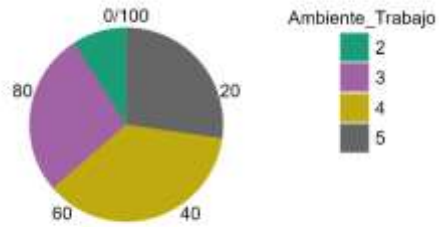
### 3.5.1. Análisis de Gráficos Circulares

**Figura 4**  
*Satisfacción Laboral*



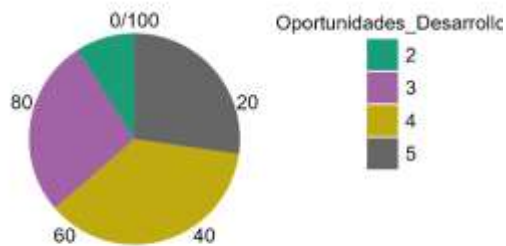
Según la gráfica podemos evidenciar que la satisfacción laboral es favorable en un 82%

**Figura 5**  
*Ambiente Trabajo*



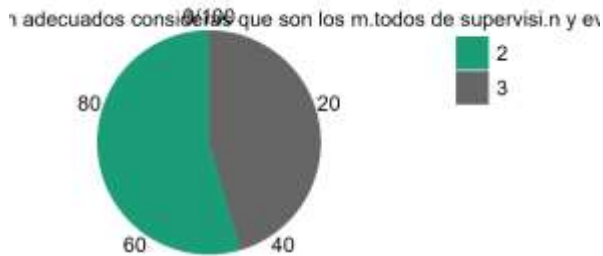
Logramos evidenciar que la OPERTRANS cuenta con un excelente ambiente de trabajo ya que la gráfica nos refleja un 95% de favorabilidad.

**Figura 6**  
*Oportunidades Desarrollo*



Se evidencia que la empresa presenta un 96% en oportunidades de desarrollo.

**Figura 7**  
*Métodos de Supervisión*



Según la gráfica observamos que los métodos de supervisión y evaluación del equipo de ventas presenta problemas ya que su porcentaje de favorabilidad es muy bajo

### 3.6. Consideraciones éticas

#### 3.6.1. Análisis de consideraciones éticas

Para la investigación sobre la implementación de estrategias innovadoras para una gestión comercial y administrativa sostenible en la empresa OPERTRANS RDS SAS, es fundamental profundizar en cómo estos principios éticos afectan tanto a los participantes como a la organización, así como en los efectos que pueden generar en la calidad de la investigación.

En el contexto de OPERTRANS RDS SAS, el consentimiento informado no solo debe garantizar que los participantes comprendan el propósito de la investigación, sino que también debe incluir el uso que se dará a la información obtenida, especialmente en el caso de datos sensibles, como los informes financieros o las políticas internas. Los participantes deben tener claro que su información no será utilizada para perjudicarles ni para otros fines ajenos a la investigación.

La transparencia sobre el manejo de los datos puede evitar malentendidos y asegurar que los participantes no se sientan manipulados ni explotados. Además, los participantes deben ser informados de su derecho a retirar el consentimiento en cualquier momento, lo que les da autonomía y control sobre su participación.

De esta forma es esencial para asegurar que la investigación se realice de manera responsable y respetuosa con todos los involucrados. En el contexto de Opertrans RDS SAS, las prácticas éticas no solo garantizan la validez de los resultados, sino que también fomentan la confianza de los empleados y directivos en el proceso. Cumplir con los principios de consentimiento informado, confidencialidad, transparencia, no maleficencia, responsabilidad social, justicia y evitar conflictos de interés son pasos fundamentales para llevar a cabo una investigación ética y eficaz.

### **3.6.2. Instrumentos de aceptación y autorización**

La aplicación de los instrumentos de aceptación y autorización en el trabajo de investigación sobre la implementación de estrategias innovadoras para una gestión comercial y administrativa sostenible en la empresa OPERTRANS RDS SAS es fundamental para garantizar

el cumplimiento de los principios éticos, la protección de los derechos de los participantes y el acceso adecuado a la información necesaria para el estudio.

#### **4. HIPÓTESIS**

En este apartado se evalúa el impacto de la implementación de estrategias innovadoras para una gestión comercial y administrativa sostenible en la empresa OPERTRANS RDS SAS. Para ello, se han formulado varias hipótesis que exploran cómo dichas estrategias pueden influir en diferentes aspectos clave de la empresa, como su eficiencia operativa, rentabilidad y sostenibilidad.

##### **4.1. Las variables**

La hipótesis surge como una suposición fundamentada acerca del impacto que las prácticas sostenibles pueden tener en la eficiencia operativa, la rentabilidad económica y el impacto social y ambiental de la empresa. Al definir la hipótesis, se establece una base sobre la cual se podrá medir y analizar el efecto de las estrategias adoptadas en diferentes áreas de la organización. Se plantea la siguiente hipótesis: La implementación de estrategias innovadoras para una gestión comercial y administrativa sostenible en la empresa OPERTRANS RDS SAS contribuye a la mejora en la eficiencia operativa y la rentabilidad económica.

#### 4.1.1. Variable(s) independiente(s)

Estrategias innovadoras de gestión comercial y administrativa: Incluye las tecnologías, políticas y procedimientos adoptados para mejorar la gestión empresarial de manera sostenible.

- Tecnologías sostenibles (como el uso de vehículos eléctricos, software de gestión de rutas, etc.)
- Capacitación ambiental (programas educativos dirigidos a los empleados para mejorar la sostenibilidad en el trabajo)

Estrategias innovadoras de gestión comercial y administrativa: Incluye las tecnologías, políticas y procedimientos adoptados para mejorar la gestión empresarial de manera sostenible.

- Implementación de políticas ambientales (reciclaje, gestión de residuos, reducción de huella de carbono)
- Relación con la comunidad local (iniciativas de apoyo social, programas de desarrollo comunitario)

#### 4.1.2. Variable(s) dependiente(s)

Eficiencia operativa: Medida de la mejora en los procesos internos de la empresa, como la reducción de costos, tiempos de operación, y mejor uso de los recursos.

- *Costos operativos (reducción de gastos asociados a logística, transporte, etc.)*
- *Tiempo de entrega de servicios (mejora en la rapidez de los procesos operativos)*

Rentabilidad económica: Medida del impacto positivo de las estrategias innovadoras en la generación de ingresos y reducción de costos.

- *Beneficio neto (incremento en las ganancias de la empresa)*
- *Margen de rentabilidad (relación entre ingresos y costos)*

#### 4.2. Planteamiento de hipótesis

La implementación de estrategias innovadoras para una gestión comercial y administrativa sostenible en la empresa OPERTRANS RDS SAS mejora su eficiencia operativa, aumenta la rentabilidad a largo plazo y fortalece su competitividad en el mercado local, contribuyendo al mismo tiempo a una mayor responsabilidad social y ambiental. Esta hipótesis se formula con base en la premisa de que las empresas que adoptan prácticas sostenibles tienden a experimentar beneficios no solo en términos de reducción de costos y mejora en la eficiencia operativa, sino también en su posicionamiento como líderes responsables dentro del mercado. Además, se espera que estas estrategias innovadoras generen un impacto positivo en la percepción de los consumidores y otras partes interesadas, lo que se traduce en un fortalecimiento de la competitividad y la rentabilidad.

### 5. RESULTADOS

El análisis de las **estrategias innovadoras de gestión comercial y administrativa sostenible** para **OPERTRANS RDS SAS** se centra en identificar cómo la implementación de prácticas sostenibles puede mejorar la competitividad de la empresa, optimizar sus procesos internos y generar valor compartido que beneficie tanto a la empresa como a la región de **Santa Marta** en términos económicos, sociales y ambientales. De esta manera se presentan los principales resultados obtenidos a partir de la entrevista.

## 5.1. Resultados de la Entrevista

### 5.1.1. Competitividad de la Empresa

La adopción de **estrategias sostenibles** ha permitido a **Opertrans RDS SAS** diferenciarse en el mercado local y aumentar su competitividad frente a otros competidores en el sector del transporte. Los resultados indican que las siguientes iniciativas fueron clave:

- **Optimización de la flota de vehículos:** La implementación de vehículos más eficientes y la transición hacia tecnologías menos contaminantes (como vehículos híbridos o eléctricos) no solo ha reducido los costos operativos, sino que también ha mejorado la imagen de la empresa ante los consumidores, quienes valoran cada vez más las prácticas sostenibles.
- **Certificación y cumplimiento normativo:** La obtención de certificaciones como ISO 14001 (gestión ambiental) y la mejora en el cumplimiento de normativas ambientales locales han reforzado la confianza de los clientes y socios comerciales, otorgando a la empresa una ventaja competitiva.
- **Promoción de la sostenibilidad como valor de marca:** La implementación de estrategias de marketing verde, destacando los esfuerzos sostenibles de la empresa, ha permitido captar clientes conscientes del impacto ambiental de sus decisiones de compra, fortaleciendo la lealtad a la marca.

### 5.1.2. Optimización de los Procesos Internos

La eficiencia interna de la empresa también se ha visto notablemente mejorada con la implementación de **estrategias sostenibles**. Algunos de los principales resultados incluyen:

- **Reducción de costos operativos:** A través de la optimización de rutas y el uso de tecnologías más eficientes, la empresa ha logrado reducir significativamente los costos de

combustible y mantenimiento de vehículos. Esto ha permitido una mayor rentabilidad a largo plazo.

- **Mejoras en la gestión de residuos:** La implementación de procesos internos para la reducción, reutilización y reciclaje de residuos ha optimizado la gestión de los materiales utilizados en las operaciones diarias, contribuyendo a una mayor eficiencia en la administración de recursos y reduciendo costos asociados a la disposición de residuos.
- **Automatización de procesos administrativos:** Se implementaron herramientas tecnológicas para la gestión administrativa, lo que ha agilizado los procesos internos como la facturación, la gestión de inventarios y la planificación de rutas. La digitalización de estos procesos ha reducido errores humanos, aumentado la eficiencia y mejorado la capacidad de respuesta de la empresa.
- **Capacitación continua:** La inversión en formación y desarrollo para los empleados sobre prácticas sostenibles y el uso de nuevas tecnologías ha mejorado la eficiencia y el compromiso del personal con los valores de sostenibilidad de la empresa.

### 5.1.3 Proyección a Futuro y Sostenibilidad a Largo Plazo

Los resultados también muestran una clara proyección a futuro para Opertrans RDS SAS en cuanto a su sostenibilidad y competitividad:

- **Adaptación continua a nuevas normativas:** La empresa está comprometida a seguir adaptándose a las nuevas normativas ambientales y de sostenibilidad, lo que le permitirá mantener su ventaja competitiva y continuar siendo líder en el sector de transporte en la región.
- **Diversificación de servicios sostenibles:** Se vislumbra una expansión de los servicios ofrecidos, incluyendo opciones de transporte público más sostenibles y colaboraciones con otras empresas en proyectos de movilidad sostenible, lo cual podría generar nuevas fuentes de ingresos.
- **Compromiso con el impacto social:** Opertrans RDS SAS continuará impulsando su responsabilidad social empresarial, enfocándose en el bienestar de las comunidades locales y el desarrollo de proyectos que contribuyan al bienestar de la región.

## 6. CONCLUSIONES

La implementación de estrategias innovadoras en la gestión comercial y administrativa es clave para que OPERTRANS RDS SAS pueda mantenerse competitiva en un mercado cambiante. Las prácticas sostenibles son esenciales para asegurar el éxito a largo plazo de la empresa. De esta manera la empresa desarrolla procesos que no están establecidos formalmente para cada uno de los empleados involucrados en el desarrollo de la operación de la empresa, por ello cada uno asume su rol y ejecuta los procesos pertinentes según indicaciones verbales por su superior, lo cual dificulta un óptimo desarrollo porque de esta manera los procesos están sujetos diariamente a muchos cambios. Por ello se desarrollan estrategias que permite entregar un plan mejoramiento para dar respuesta rápida a nuestros clientes y mantener una correcta fidelización de estos, para ofrecer un excelente servicio de transporte empresarial y de carga, a los usuarios con confiabilidad el tiempo contratado, respaldado por la empresa con seriedad y compromiso, garantizando seguridad a todo el personal.

El análisis de las estrategias innovadoras para una gestión comercial y administrativa sostenible en la empresa OPERTRANS RDS SAS, con el objetivo de mejorar su competitividad, optimizar los procesos internos y generar valor compartido en la región de Santa Marta, ha permitido identificar diversas áreas críticas que requieren intervenciones estratégicas inmediatas. Los resultados obtenidos mediante el uso de herramientas metodológicas como encuestas, entrevistas, observación directa y análisis documental han revelado las principales debilidades en los sistemas de gestión actuales de la empresa, destacando oportunidades clave para su transformación hacia la sostenibilidad.

Uno de los hallazgos más significativos se relaciona con la gestión comercial. La encuesta aplicada indica que la situación actual de esta área es percibida como insuficiente para satisfacer las demandas del mercado y mejorar la rentabilidad de la empresa. Esto se debe a la falta de innovación en las estrategias comerciales, las cuales no han logrado diferenciarse ni adaptarse a las tendencias cambiantes del entorno competitivo. Se recomienda una revisión exhaustiva de las políticas de mercadeo y ventas, enfocándose en el desarrollo de una propuesta de valor basada en la sostenibilidad, que atraiga a clientes cada vez más conscientes del impacto ambiental y social de sus decisiones de consumo.

En cuanto a los procesos administrativos, los participantes de la encuesta calificaron de manera crítica la eficiencia actual en la gestión de la cartera y el control de pagos. Las entrevistas con directivos también confirman que existen deficiencias significativas en la automatización de tareas y la integración de tecnologías de gestión financiera. La introducción de soluciones tecnológicas como software de planificación de recursos empresariales (ERP) o sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM) puede mejorar considerablemente estos procesos, permitiendo un control más preciso de los recursos y una mayor eficiencia operativa. Además, la digitalización de la gestión administrativa contribuirá a la reducción de errores y a una mejor toma de decisiones basada en datos.

Otro aspecto fundamental identificado es la comunicación interna. Los bajos niveles de coordinación entre los equipos comerciales, administrativos y financieros reflejan una barrera para el flujo de información eficiente y para el logro de objetivos comunes. La falta de cohesión organizacional afecta la capacidad de respuesta de la empresa ante los desafíos del mercado y limita su potencial para innovar. Es crucial implementar estrategias para mejorar la

comunicación, incluyendo reuniones regulares de retroalimentación, la creación de plataformas digitales de colaboración y capacitaciones que promuevan una cultura de trabajo en equipo.

La utilización de tecnología es otra área donde se observa una subutilización de herramientas modernas. La encuesta revela que los empleados y directivos consideran que las herramientas tecnológicas disponibles no están siendo aprovechadas al máximo. Esto limita la eficiencia operativa y la capacidad de la empresa para competir en un entorno cada vez más digitalizado. Se recomienda una inversión en tecnologías sostenibles que permitan una gestión más eficiente de los recursos, como sistemas de optimización de rutas de transporte para reducir costos y emisiones, así como soluciones de gestión de datos para mejorar la toma de decisiones.

El análisis de las dificultades en la recuperación de cartera también ha puesto de manifiesto la necesidad de implementar nuevas políticas y procesos. Las calificaciones altas en el nivel de dificultades relacionadas con este proceso indican que las estrategias actuales no son efectivas. Es necesario establecer un sistema más robusto de seguimiento de pagos, con recordatorios automáticos, políticas claras de crédito y un equipo dedicado a la gestión de cobros que pueda garantizar la liquidez de la empresa.

Por último, pero no menos importante, el análisis revela una falta de conocimiento profundo del mercado y de las necesidades actuales de los clientes. La capacidad de una empresa para responder a las demandas del mercado depende de su habilidad para comprender los patrones de comportamiento del consumidor y adaptarse a ellos. Se sugiere la implementación de estudios de mercado periódicos y encuestas de satisfacción del cliente, que permitan a la empresa ajustar sus estrategias comerciales y operativas de manera oportuna. En general, la evaluación de las estrategias sostenibles en OPERTRANS RDS SAS ha demostrado que existen importantes

carencias en la gestión actual, pero también oportunidades claras para la mejora y el crecimiento. Los planes de acción basados en estos resultados deben centrarse en la innovación tecnológica, la optimización de procesos, el fortalecimiento de la comunicación interna y el desarrollo de estrategias comerciales sostenibles. Al abordar estos desafíos de manera integral, la empresa podrá mejorar su competitividad, contribuir al desarrollo sostenible de la región de Santa Marta y crear valor compartido para todos sus stakeholders.

## RECOMENDACIONES

**Mejorar la Satisfacción Laboral:** Implementar programas de bienestar y reconocimiento para abordar las áreas de insatisfacción y elevar la satisfacción general.

**Optimizar el Ambiente de Trabajo:** Continuar fortaleciendo el ambiente laboral positivo y abordar las preocupaciones específicas para mejorar aún más.

**Ampliar Oportunidades de Desarrollo:** Ofrecer más programas de formación y desarrollo para satisfacer a los empleados que buscan mayores oportunidades de crecimiento.

**Revisar y Mejorar Procesos Administrativos:** Evaluar y optimizar los procesos administrativos, especialmente en la gestión de cartera y control de pagos.

**Incrementar el Uso Eficiente de Tecnologías:** Ofrecer capacitaciones regulares en el uso de herramientas tecnológicas para mejorar la competencia y eficiencia.

**Reformular Métodos de Supervisión y Evaluación:** Actualizar los métodos de supervisión y evaluación de desempeño para que sean más efectivos y bien recibidos por los empleados.

**Refinar el Conocimiento del Mercado:** Realizar estudios de mercado y encuestas periódicas para mejorar el conocimiento del mercado y las necesidades de los clientes.

**Mantener el Nivel de Recomendación:** Continuar las prácticas que han llevado a una alta recomendación de la empresa, asegurando mantener y mejorar la percepción positiva de los empleados.

## Referencias

- Borja , A. M. (2018). La gestión comercial en las organizaciones. págs. pp. 9-10.
- Castillo, L. M., & Gómez, J. P.I. (2021). *Innovación empresarial y sostenibilidad: Estrategias para el desarrollo competitivo en Colombia*. Bogotá: Ediciones Uniandes.
- Chesbrough, H. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Press.
- Chiavennato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. (7ª ed.). McGraw-Hill.
- Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business School Press.
- Creswell, J. W. . (2014). *Diseño de investigación: Enfoques cualitativo, cuantitativo y mixto* . 4ª ed.). Pearson.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. . (2011). *El manual SAGE de investigación cualitativa*. 4ª ed.). Sage Publications.
- Dyllick y Hockerts. (2002). Beyond the business case for corporate sustainability. *Business Strategy and the Environment*, 11(2), 130-141.
- Elkington. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone.

Fayol, H. (2012). *Administración industrial y general* . (6ª ed.). McGraw-Hill.

GESTINPOLIS. (2024). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>

Gómez, A. (2021). *Transformación digital de las empresas en Santa Marta: Un estudio de caso en la industria de transporte*. ERP (Enterprise Resource Planning) .

Gómez, Pérez y Rodríguez . (2018). Tecnologías de información y sostenibilidad en PYMES colombianas. *Revista de Economía y Gestión*, 15(3), 45-62.

Hernández Sampieri . (2014). *Metodología de la investigación* . (6a ed.). McGraw-Hill.

Herrera J. M. (2020). Gestión comercial y su impacto en las empresas. pág. (p.151). Obtenido de (p.151)

Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2017). *Administración estratégica: Conceptos y casos* . (11.ª ed.). Cengage Learning.

International Transport Forum. (2020). *Transport Outlook 2020*. OECD Publishing. Obtenido de <https://doi.org/10.1787/5b2bb5fd-en>

Kotler, P. (2006). *Marketing Management*. (12.ª ed.). Pearson Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* . (15.ª ed.). Pearson Educación.

Martínez y Pérez. (2020). *Innovación y sostenibilidad: Nuevos enfoques para la gestión empresarial moderna* . Editorial Gestión Global.

Martínez, R. (2022). *Estrategias de gestión sostenible en empresas de transporte en Santa Marta*. Santa Marta, Magdalena: Universidad del Magdalena.

Méndez, A. (2007). *Fundamentos de la gestión empresarial*. Editorial Alfaomega.

Ministerio de Transporte de Colombia. (2021). *Política Nacional de Transporte Sostenible*.

Obtenido de Recuperado de <https://www.mintransporte.gov.co>

Monge y Allamand. (2016). Innovación Social y valor compartido: el cambio de paradigma de la intervención social empresarial. *Innovación social en Latinoamérica*, 71-92.

Muñoz, L. D. C. (2020). Elementos clave de la innovación empresarial. Una revisión desde las tendencias contemporáneas. *Revista Innova ITFIP*, 6(1), 50-69.

Porter y Kramer. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1-2), 62-77.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2014). Valor compartido y sostenibilidad empresarial: Nuevos enfoques para la competitividad. *Harvard Business Review en español*, 93(1), 50-67.

RAE. (2023). *Administración*. En *Diccionario de la lengua española (23.ª ed.)*. (R. A. Española, Ed.) Obtenido de Recuperado de <https://dle.rae.es>

Rodríguez, C. (2019). El impacto del desarrollo sostenible en las empresas del Caribe colombiano.

Rodríguez, M. C., & Pacheco, L. E. . (2022). *Modelos de gestión administrativa sostenible para empresas de logística y transporte*. Santa Marta: Editorial Caribe.

Sánchez, J. F. (2023). *Transformación digital y sostenibilidad: Desafíos para la logística en Colombia*. Bogotá: Editorial Universitaria.

Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Harper & Row.

Senge, P. M. (2006). *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*.  
Doubleday.

Smith y Taylor . (2020). Digital Sustainability in Administrative Practices. *Journal of Business  
Innovation*, 25(4), 123-142.

Sorrell, S., et al. . (2009). *The Economics of Energy Efficiency: Barriers to Cost-Effective  
Investment*. Edward Elgar Publishing.

Terry, G. R. (2011). *Principios de administración*. (7ª ed.). McGraw-Hill. Obtenido de  
Recuperado de <http://marielgestadmonhond11.blogspot.com.co/p/contenidos.html>

Wang et al. (2021). Sustainable Innovation and Financial Performance in Asian Tech Firms .  
*Asia-Pacific Business Review*, 18(2), 67-89.

## Anexos

### Anexos A Consentimiento Informado de Entrevista



## Consentimiento Informado

Bogotá 11 octubre 2024

Apreciada  
NANCY VALLEJO

Mi nombre es FABIAN DAVID GAMBOA RAMIREZ y soy estudiante de Especialización en Gerencia de Proyectos de la Fundación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO. Como parte de mis estudios, estoy desarrollando un proyecto de investigación titulado "ESTRATEGIAS INNOVADORAS PARA LA GESTIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRATIVA SOSTENIBLE DE LA EMPRESA OPERTRANS RDS SAS DE SANTA MARTA". Quiero invitarla(o) a participar en este proyecto, proyecto que tiene una finalidad académica; no tiene una finalidad comercial.

Si usted acepta participar, le pediré que me permita entrevistarle, de pronto que me permita tomar unas fotos a su negocio y que sus respuestas sean lo más exactas posible. La entrevista tendrá una duración aproximada de 20 minutos y le haré preguntas sobre la empresa OPERTRANS. El grupo focal tendrá una duración aproximada de 15 minutos y nos reuniremos con la compañera Jania Diaz para conversar sobre temas relacionados con la empresa.

Su participación en esta investigación no tiene ninguna recompensa material o económica y usted es libre de no participar o de retirarse cuando lo desee. Sus opiniones y aportes a esta investigación se usarán exclusivamente para este proyecto y se archivarán de manera segura. Si usted me autoriza, grabaré y transcribiré la entrevista y, si lo desea, puedo hacerle llegar copia de la transcripción para que usted pueda revisarla y corregirla si lo considera necesario. Si usted lo prefiere, su nombre no aparecerá en mi trabajo de grado / publicación [borre según sea apropiado]. Mi trabajo de grado quedará a disposición del público en la biblioteca de la Universidad.

Estoy muy agradecido de que me haya permitido explicarle este proyecto. Si lo desea puede contactarme en el siguiente correo electrónico: [Fabian.gamboa@uniminuto.edu.co](mailto:Fabian.gamboa@uniminuto.edu.co)