

Proyecto Integrador Soluciones de Ingeniería Tesla

Autores: Maria del Pilar Cardenas Rodriguez

Juan Pablo Luna Hernandez

Leidy Johana Pérez Cabrera



Universidad del
Rosario

Profesor

Alexander Gregory Neita Guauque

Programa Gerencia de empresas

Escuela de Administración

Fecha completa de aprobación final 03 de mayo

Yopal, Colombia

2025

A partir de la segunda diapositiva continuar con el formato del escudo en la parte superior izquierda, tal cual se muestra aquí



Declaro(amos) bajo gravedad de juramento, que he(mos) escrito el presente proyecto integrador de especialización por mi(nuestra) propia cuenta, y que por lo tanto, su contenido es original. Declaro(amos) que he(mos) indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información, y que este proyecto integrador de especialización no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación”. (Nombre(s) de todos los integrantes del grupo/ Fecha de aprobación, en la que se realiza la presentación).

Maria del Pilar Cardenas Rodriguez

Juan Pablo Luna Hernandez

Leidy Johana Pérez Cabrera

03 de mayo 2025

Declaración de exoneración de responsabilidad: “Declaro(amos) que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su(s) autor(es). La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él”. (Nombre(s) de todos los integrantes del grupo/ Fecha de aprobación, en la que se realiza la aprobación).

Maria del Pilar Cardenas Rodriguez

Juan Pablo Luna Hernandez

Leidy Johana Pérez Cabrera

03 de mayo 2025

Desarrollo de la presentación de acuerdo al documento presentado por el o los estudiantes, incluir el número de diapositivas requeridas para este fin.

Tener en cuenta el formato y posición del escudo parte superior derecha.

Descripción

Fundada en el año 2021 en Yopal, esta empresa nace con el propósito de ofrecer servicios especializados en ingeniería electromecánica, mantenimiento a equipos industriales y adecuaciones locativas; enfocándonos en los sectores molineros e hidrocarburos.

Misión

Diseñar y ejecutar proyectos que provean a nuestros clientes con equipos e instalaciones industriales de los más altos estándares de calidad, mejorando continuamente nuestros procesos y cumpliendo con la normatividad y compromiso socioambiental con nuestros grupos de interés.

Visión

Ser reconocidos en el año 2030 como líderes en Casanare en la fabricación y mantenimiento de equipos e instalaciones industriales, brindando servicios innovadores, de alta calidad y que satisfacen a nuestros clientes, mejorando continuamente y siendo social y ambientalmente responsables en nuestros procesos.

Marketing

Situación actual

- Enfoque principal:
 - Posicionamiento mediante voz a voz y atención personalizada.
 - Participación en eventos sectoriales (ferias, networking).
- Limitaciones:
 - Sin políticas estructuradas ni equipo dedicado.
 - Falta de investigación de mercado y análisis competitivo.

Mercado Objetivo

Clientes clave:

- Empresas medianas de hidrocarburos y agroindustria.

Ventajas competitivas:

- ✓ Flexibilidad operativa.
- ✓ Experiencia técnica especializada.

Propuesta de valor

"Garantizar la continuidad operativa de equipos industriales con soluciones técnicas confiables y personalizadas."

Retos y Oportunidades

- Retos:
 - Estructura de marketing incipiente
 - Presupuesto limitado
 - Dependencia del boca a boca
- Oportunidades:
 - Formalizar estrategias basadas en datos
 - Optimizar canales digitales
 - crear contenido técnico para liderazgo de opinión

Gestión humana

Cumplimos con lo básico, pero la formalización de procesos es clave para retener talento y escalar operaciones.

Situación Actual:

1. Enfoque operativo:

- Contratación, asignación de tareas y cumplimiento de horarios.
- Decisiones centralizadas en el gerente (cargo de coordinador vacante).

1. Políticas básicas:

- Manual de funciones (requiere ajustes en competencias).
- Cumplimiento mínimo de SG-SST (coordinador HSEQ activo).

Desafíos y Oportunidades

- Fortalecer procesos:
 - ✦ Diseñar evaluación por competencias para ascensos.
 - ✦ Formalizar inducción técnica y cultural.
- Retener talento:
 - ✦ Implementar política salarial competitiva (bonos, beneficios no monetarios).
 - ✦ Crear plan de capacitación continua (técnica + liderazgo).
- Estructurar estrategia:
 - ✦ Nombrar coordinador de Gestión Humana.
 - ✦ Desarrollar evaluación de desempeño anual.

Procesos claves



Área	Estado Actual
Reclutamiento	Agencia Pública de Empleo + recomendaciones. Ascensos internos sin evaluación.
Inducción	Limitada a SST. Sin integración cultural o técnica.
Motivación	Actividades informales (reconocimientos, celebraciones). Sin estrategia formal.
Capacitación	Enfoque en SST (ARL/empresas certificadas). Sin programas integrales.
Política salarial	Sueldos según mercado. Sin bonos o salario emocional.

Gestión financiera

Gestión Actual

- Enfoque empírico:
 - Gerente asume todas las funciones (sin departamento financiero).
 - Decisiones centralizadas y a corto plazo (sin políticas documentadas).
- Objetivo clave:
 - Mantener liquidez y rentabilidad (margen operacional del 13%).

Riesgos y Oportunidades

- Riesgos:
 - Alta concentración en cuentas por cobrar.
 - Falta de optimización de costos (materiales, gastos administrativos).
- Oportunidades:
 - Reducir deuda y mejorar estructura de capital.
 - Implementar presupuestos formales y proyecciones a mediano plazo.



Indicadores Clave

Indicador	Valor	Interpretación
Razón corriente	1.38	Liquidez saludable (capacidad de pago).
Capital de trabajo	\$45.72 millones	Positivo, pero con margen de mejora.
Apalancamiento	70% deuda vs. activos	Alta dependencia de financiamiento.

Fortalezas en liquidez, pero se requiere estructuración estratégica para garantizar sostenibilidad.

Indicadores gestión financiera



Universidad del
Rosario

INDICADOR	2024	ANALISIS
LIQUIDEZ		
a. Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente	1.38	Vemos que durante 2024 la empresa tiene una proporción de 1.38 a 1 para cubrir sus pasivos. Vemos que el resultado es bueno pero demuestra que apenas tiene capacidad de pago sin vender sus activos.
b. Capital Neto de Trabajo = Activo Corriente – Pasivo Corriente	\$ 45,726,429	La empresa cuenta con \$45,72M para financiar operaciones diarias sin recurrir a deuda
c. Prueba Acida = (Activo Corriente – inventarios) / Pasivo Corriente	1.38	La empresa tiene 1,38 veces más activos corrientes que deudas a corto plazo, indicando buena capacidad de pago inmediato.
ENDEUDAMIENTO		
a. Nivel de Endeudamiento = Pasivo Total / Activo Total	70%	El nivel de endeudamiento es del 70% lo cual es muy alto ya que indica que este es el porcentaje de los acreedores dentro de la empresa.
b. Financiación a Largo Plazo = Pasivo No Corriente / Pasivo Total	45%	El 45% de los activos, se están financiando con recursos de largo plazo.
c. Apalancamiento = Pasivo Total / Patrimonio Total	2.33	La deuda es 2,33 veces el patrimonio, lo que indica un apalancamiento alto.
EFICIENCIA		
a. Rotación de Cuentas por Cobrar = Ventas a crédito/ CXC promedio	7.2	Las cuentas por cobrar rotan 7.2 veces al año (aprox. cada 51 días).
b. Rotación de Activos Fijos = Ventas / Activos Fijos Brutos	22.6	Los activos fijos generan 22.6 veces su valor en ventas, mostrando alta eficiencia.
RENTABILIDAD		
a. Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas x 100	34.61%	Las ventas están generando un 34.61% de utilidades brutas
b. Margen Operacional = utilidad operacional/ Ventas	13%	El 13% de las ventas se convierte en utilidad operativa.

Logística



Situación actual

- 📌 Gestión empírica y reactiva
- 📌 Sin procesos documentados ni KPIs
- 📌 Centralizada en el Coordinador de Proyectos

Problemas Clave

Área	Situación
Cadena de Suministro	Depende de proveedores locales
Toma de Decisiones	Reactiva y urgente
Distribución de Roles	Sobrecarga de funciones

Acciones prioritarias

- Documentar procesos logísticos básicos
- Implementar indicadores de desempeño
- Designar responsable logístico dedicado

Diagnóstico estratégico



Diagnóstico Integral

- Fortalezas Internas:
 - Buena orientación al cliente (0.32 en MEFI) y clima organizacional (0.28).
 - Posición competitiva intermedia (1.99 en MPC), superando a un competidor directo.
- Debilidades Críticas:
 - Baja liquidez (14% de peso) y falta de planeación estratégica (12%), reflejadas en el bajo puntaje MEFI ($1.99 < 2.5$).
 - Gestión de talento humano deficiente (12%) y procesos de calidad débiles (0.11).
- Entorno Externo:
 - Oportunidades como ubicación geográfica (0.64) e industria en crecimiento (0.48), pero amenazas por fluctuaciones cambiarias (TRM: 0.24) y exigencias ISO (0.08).



Posicionamiento Estratégico (MIME)

La empresa se ubica en el cuadrante de desposeimiento, indicando que:

- Sus debilidades internas (escasez de liquidez, falta de estructura) limitan su capacidad para aprovechar las oportunidades del mercado.
- Prioridad inmediata: Estrategias defensivas para fortalecer la base operativa y financiera antes de buscar crecimiento.

Diagnóstico estratégico

Recomendaciones Estratégicas

Corto Plazo (Supervivencia/Consolidación):

- Optimizar liquidez: Renegociar deuda, controlar cuentas por cobrar.
- Formalizar procesos: Implementar planeación estratégica y KPIs logísticos/financieros.
- Mejorar gestión humana: Evaluación de desempeño y capacitación técnica.

Mediano Plazo (Competitividad):

- Desarrollo de mercado: Ampliar cartera de clientes con marketing B2B (ej: LinkedIn + ferias sectoriales).
- Desarrollo de producto: Obtener certificaciones ISO para cumplir exigencias regulatorias.

Riesgos si No Se Actúa

- Operativos: Sobrecarga del coordinador de proyectos (cuello de botella).
- Financieros: Dependencia de deuda (70% apalancamiento) y baja rentabilidad (13% margen operacional).
- Competitivos: Pérdida de participación de mercado frente a competidores mejor estructurados (ej: Soelca Ingeniería, con 2.19 en MPC).

"Soluciones de Ingeniería Tesla tiene una base técnica y relacional sólida, pero requiere urgente estructuración interna (finanzas, talento humano y procesos) para transformar sus debilidades en ventajas competitivas y capitalizar las oportunidades del sector."

Cuadro de mando



Objetivos financieros	Objetivos	Indicador	Metas	Acciones	Responsable	Plazo
1	Aumentar utilidad neta mediante mejora continua	Utilidad neta anual (en porcentaje y valor absoluto)	<ul style="list-style-type: none"> ● <10% ● 10–14% ● ≥15% 	Simplificar procesos con hoja de costos por proyecto, capacitar en uso eficiente de repuestos, control semanal de márgenes	Coordinador de proyectos	2 años
2	Disminuir costos mediante negociación y control	Costo total de adquisiciones vs. período anterior.	<ul style="list-style-type: none"> ● <5% ● 5–9% ● ≥10% 	Foco en top 5 proveedores, renegociación anual, compras conjuntas	Gerencia	2 años
3	Aumentar facturación con desarrollo comercial	Ventas totales en clientes de molinos y sector petrolero	<ul style="list-style-type: none"> ● <5% ● 5–9% ● ≥10% 	Promocionar servicios por WhatsApp + casos de éxito + fidelización directa	Gerencia/coordinador proyecto	1 año
4	Mejorar apalancamiento con proveedores	Plazo promedio de pago a proveedores	<ul style="list-style-type: none"> ● >45 días ● 31–45 días ● ≤30 días 	Propuestas de convenios a crédito	Gerencia	1 año
5	Invertir en tecnología y herramientas útiles	Porcentaje de utilidad neta invertida en tecnología	<ul style="list-style-type: none"> ● <1% ● 1–1.9% ● ≥2% 	Foco en QR, Google Forms, sensores económicos tipo piloto para mantenimiento predictivo.	Gerencia/coordinador proyecto	2 años

Cuadro de mando



Objetivos Clientes	Objetivos	Indicador	Metas	Acciones	Responsable	Plazo
1	Mejorar calidad percibida	% de satisfacción en encuestas post-servicio	<ul style="list-style-type: none"> ● <85% ● 85–89% ● ≥90% 	Checklist post-servicio, auditoría rotativa, capacitación en comunicación	Coordinador de proyectos	Trimestral
2	Fidelizar con servicios recurrentes	% de clientes con contratos de servicio recurrentes vs. Total clientes	<ul style="list-style-type: none"> ● <5% ● 5–9% ● ≥10% 	Diseñar contrato anual, beneficios exclusivos, atención prioritaria	Coordinador de proyectos	1 año
3	Atraer clientes con atención 24/7	Número de nuevos clientes captados por este servicio.	<ul style="list-style-type: none"> ● <3% ● 3–4.9% ● ≥5% 	WhatsApp Business + técnico rotativo con bono	Gerencia	1 año
4	Aumentar clientes del mercado tradicional	Número de clientes activos en estos sectores vs. año anterior	<ul style="list-style-type: none"> ● <5% ● 5–9.9% ● ≥10% 	Visitas a instalaciones de clientes + plan de referidos	Gerencia/coordinador proyecto	1 año
5	Mejorar calidad percibida	% de cumplimiento en auditorías internas y externas.	<ul style="list-style-type: none"> ● <80% / ● 80–89% ● ≥90% 	Manual de calidad básico, consultoría por horas, publicar avances visibles al cliente	Gerencia/ coordinador HSEQ	2 años

Cuadro de mando



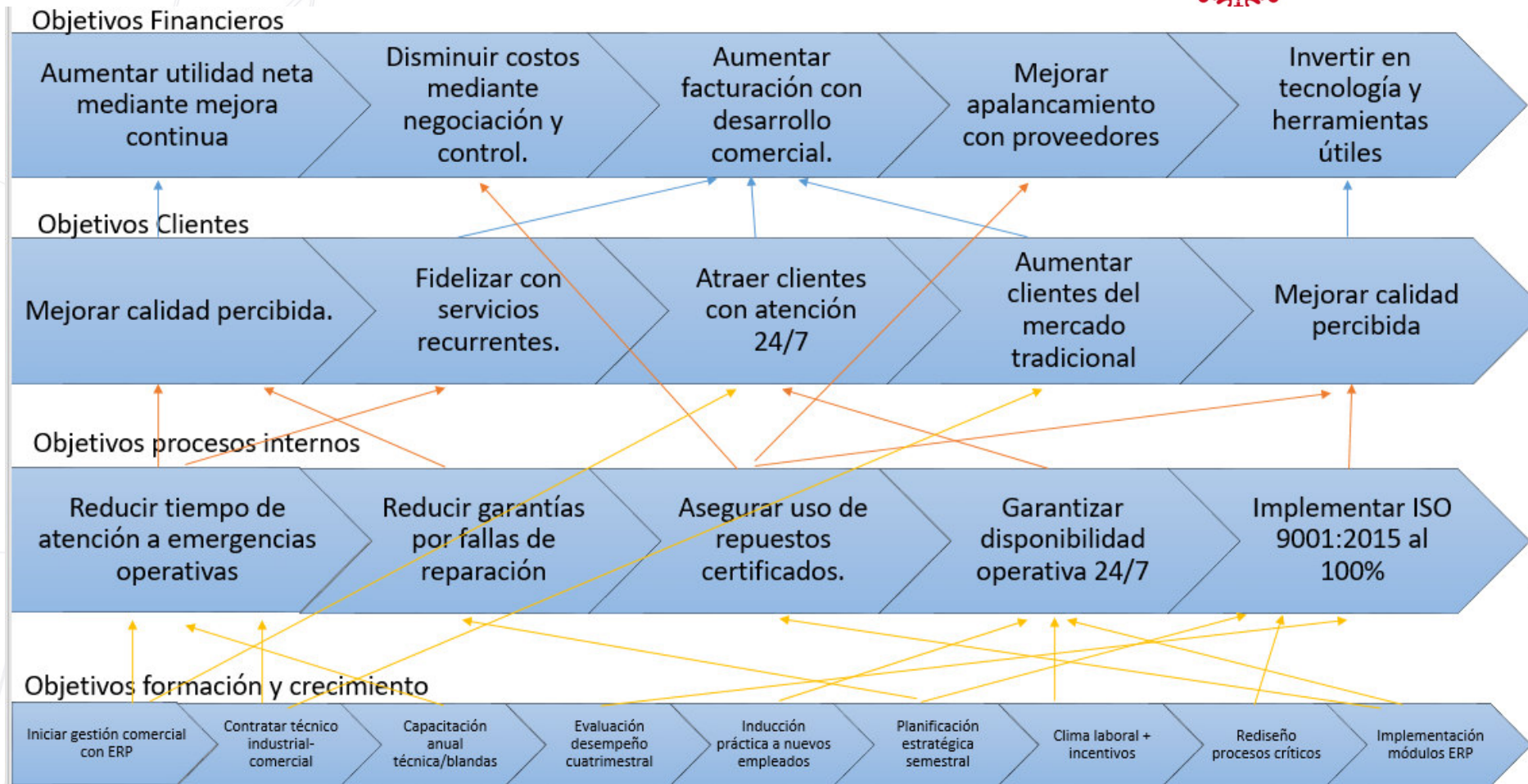
Procesos internos	Objetivo	Indicador	Meta	Acciones Clave	Responsable	Plazo
1	Reducir tiempo de atención a emergencias operativas	Tiempo promedio de respuesta y atención de la emergencia	<ul style="list-style-type: none"> ● >3h ● 2–3h ● ≤2h 	Ruta técnica diaria, stock mínimo de insumos, repuestos rápidos	Coordinador de proyecto	1 año
2	Reducir garantías por fallas de reparación	Número de reparaciones cubiertas por garantía (vs. Año anterior).	<ul style="list-style-type: none"> ● <30% ● 30–49% ● ≥50% 	Checklist final obligatorio + revisión entre pares técnicos	Coordinador de proyecto	1 año
3	Asegurar uso de repuestos certificados	% de servicios con insumos certificados (ISO 9001, fabricante original).	<ul style="list-style-type: none"> ● <80% ● 80–89% ● ≥90% 	Proveedores evaluados, verificación QR o lote de repuestos	Gerencia / Coordinador de proyecto	1 año
4	Garantizar disponibilidad operativa 24/7	% de cobertura operativa (turnos/emergencias atendidas sin demora).	<ul style="list-style-type: none"> ● <80% ● 80–89% ● ≥90% 	Turnos rotativos + matriz de disponibilidad semanal+ Implementar chatbot para la clasificación inicial de emergencias.	Coordinador de proyecto	1 año
5	Implementar ISO 9001:2015 al 100%	% de procesos documentados y auditados conforme a ISO.	<ul style="list-style-type: none"> ● <70% ● 70–99% ● 100% 	- Contratar asesoramiento para certificación, Documentación básica interna + flujo validado	Gerencia / Coordinador HESQ	2 años

Cuadro de mando

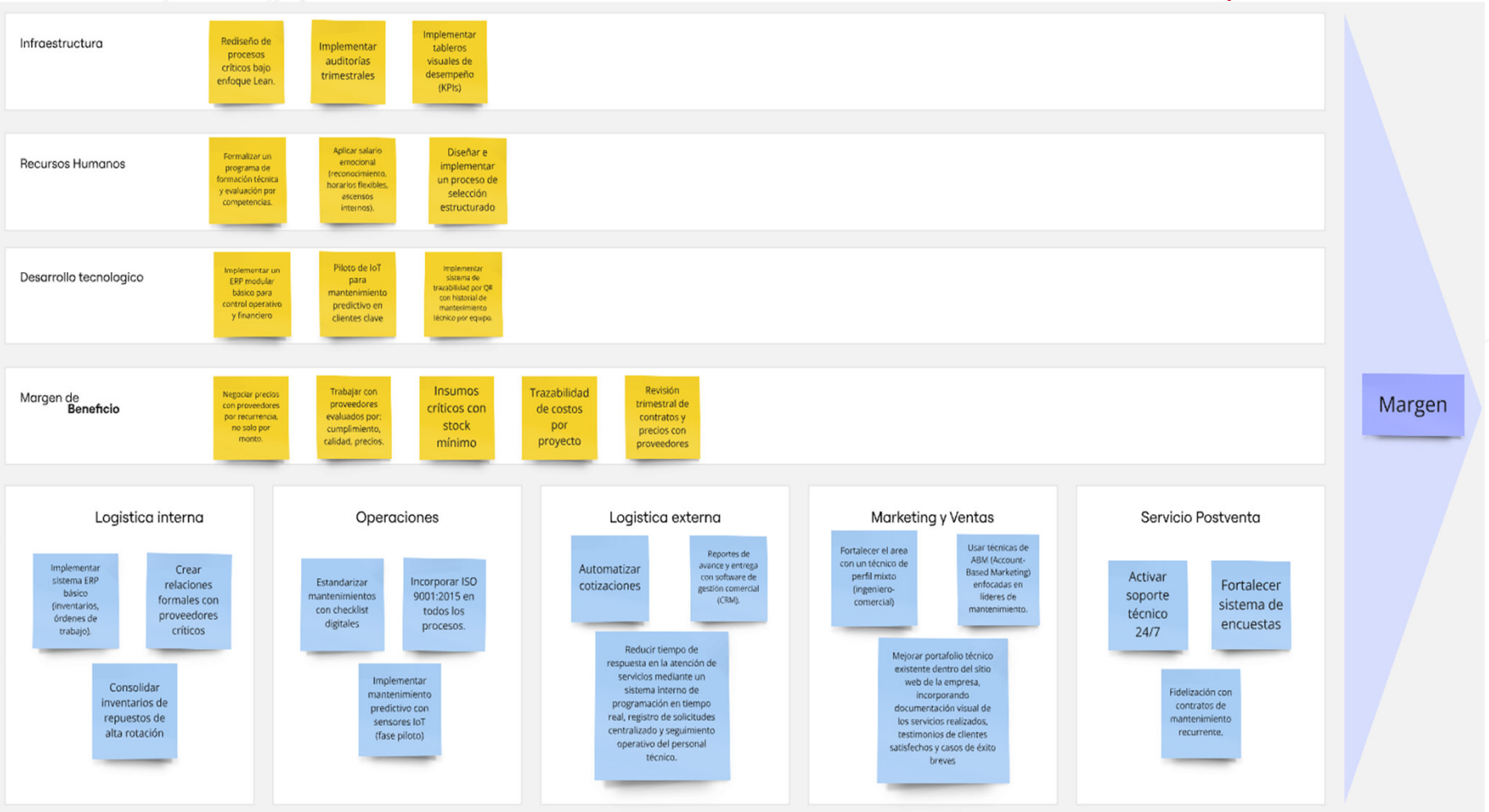


Formación y crecimiento	Objetivo resumen	Indicador (KPI)	Meta	Acciones Clave	Responsable	Plazo
1.	Iniciar gestión comercial con ERP	% de ventas registradas vía ERP	● <5% ● 5-14% ● ≥15%	Capacitar en módulo comercial, cargar información, usar panel de cotizaciones	Gerente	1 año
2.	Contratar técnico industrial-comercial	N° de candidatos evaluados	● 0 ● En proceso ● 1 o más	Definir perfil y publicar en portales sectoriales	Gerente	1 año
3.	Capacitación anual técnica/blandas	% del personal capacitado	● <60% ● 60-79% ● ≥80% del personal capacitado	Mapear necesidades + alianzas con instituciones educativas (ej.: SENA)	Coordinador de proyecto / HSEQ	Anual
4.	Evaluación desempeño cuatrimestral	% de usuarios evaluados y con desempeño mínimo	● <80% ● 80-89% ● 90-100%	KPI por rol y revisión con plan de mejora	Coordinador HSEQ	Cada 4 meses
5.	Inducción práctica a nuevos empleados	% de satisfacción del proceso de inducción	● <70% ● 70-89% ● ≥90% satisfacción	Mentores internos, cartilla impresa, acompañamiento 15 días	Coord. HSEQ, Coord. Proyectos	1 año
6.	Planificación estratégica semestral	% de áreas con revisión estratégica	● <50% ● 50-79% ● ≥80% de las áreas revisadas	Revisión por áreas con formatos físicos o plantillas de Word	Gerencia / líderes de área	Semestral
7.	Clima laboral + incentivos	% de satisfacción con el clima laboral	● <80% ● 80-89% ● ≥90% clima	Encuestas anónimas y programa de reconocimiento	Coordinador HSEQ	Trimestral
8.	Rediseño procesos críticos	No. de procesos estandarizados	● <3 ● 3-4 ● ≥5 ≥10% reducción tiempos	Estandarizar y simplificar procesos clave	Coordinador HSEQ / Coord. de proyectos	6 meses
9.	Implementación módulos ERP	N° de módulos activos y funcionando correctamente	● 0 ● 2 ● 4 o más	ERP modular básico con foco en cotizaciones, inventario y facturación	Gerencia / Líderes de área	6 meses

Mapa estratégico



Alineamiento estratégico



Relacionamiento grupos de interés



	Objetivos	Estrategias
1. Clientes (Hidrocarburos y Molineros)	Fidelización y adaptación técnica	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Asesor técnico dedicado por cuenta clave. ✦ Encuestas post-servicio en <24h. ✦ Programa de lealtad (descuentos en contratos anuales).
2. Empleados y Técnicos	Reducir rotación (+ productividad).	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Mentorías técnicas (junior-senior). ✦ Plan de desarrollo (cursos ISO 50% financiados). ✦ Feedback 360° semestral.
3. Proveedores (Repuestos/Herramientas)	Calidad + reducción costos logísticos.	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Evaluación trimestral (calidad, plazo, precio). ✦ Contratos largos con locales.
4. Entidades Gubernamentales	Cumplir normas + acceder a beneficios.	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Gestor legal para cambios regulatorios. ✦ Certificaciones ISO (9001/14001). <p>Canal: Participación en cámaras de comercio.</p> <p>Ejemplo: Alianzas SENA para capacitación.</p>
5. Comunidad y Medio Ambiente	imagen corporativa + sostenibilidad.	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Voluntariado técnico anual (escuelas/salud). ✦ Reporte de huella de carbono.
6. Accionistas	Transparencia + rentabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> ✦ Reportes trimestrales (KPIs financieros/no financieros). ✦ Reuniones semestrales (avances en deuda). <p>Canal: Videollamadas personalizadas.</p>

Estrategia de Comunicación B2B

Objetivo General:

Fortalecer la percepción de Tesla como empresa confiable, técnicamente competente y cercana, para aumentar clientes recurrentes y relaciones comerciales duraderas.

Mensajes Clave:

- “Somos especialistas en mantenimiento confiable y adaptado a tus necesidades.”
- “Más que un proveedor, somos un aliado técnico para tu continuidad operativa.”
- “Respondemos con agilidad, experiencia y confiabilidad.”

Acciones Estratégicas:

- Posicionamiento técnico digital: Web, redes, casos de éxito.
- Comunicación directa: Boletines, WhatsApp Business, brochure, reuniones.
- Relaciones públicas técnicas: Ferias, visitas, informes anuales.
- Fidelización post servicio: Encuestas, seguimiento, beneficios.
- Comunicación interna: Boletines, testimonios en formación.



Plazos Clave de Ejecución

Acción	Plazo
Portafolio digital	1 mes
Publicaciones técnicas	Permanente
Boletín mensual	Desde mes 2
Encuestas post servicio	Desde mes 1
Primer caso de éxito visual	Mes 3
Evento sectorial	Desde mes 6
Evaluación de resultados	Trimestral

Conclusiones



1. Necesidad urgente de estructuración interna:

La empresa enfrenta debilidades críticas en gestión financiera, talento humano y procesos operativos. Priorizar la formalización de políticas, la implementación de KPIs y la creación de departamentos dedicados (como finanzas y logística) es esencial para garantizar sostenibilidad y crecimiento.

2. Fortalecimiento del capital humano:

La gestión actual del talento es básica, con decisiones centralizadas y falta de capacitación. Para retener talento y mejorar la eficiencia, es clave implementar evaluaciones de desempeño, políticas salariales competitivas y planes de capacitación técnica y de liderazgo.

3. Oportunidades en marketing y posicionamiento:

Aunque el marketing se basa en el voz a voz, hay potencial para optimizar canales digitales, crear contenido técnico y participar en eventos sectoriales. Una estrategia B2B estructurada podría ampliar la cartera de clientes y mejorar el posicionamiento competitivo.

4. Riesgos financieros y oportunidades de mejora:

La alta dependencia de deuda (70% apalancamiento) y la falta de presupuestos formales representan riesgos. Sin embargo, renegociar deudas, controlar cuentas por cobrar e implementar proyecciones a mediano plazo pueden fortalecer la liquidez y rentabilidad.

5. Enfoque estratégico por etapas: El diagnóstico sugiere un plan en dos fases:

Corto plazo: Consolidar operaciones (mejorar liquidez, procesos y gestión humana).
Mediano plazo: Competir con certificaciones ISO (como ventaja regulatoria) y expandirse mediante marketing B2B. La base técnica y relacional de la empresa es sólida, pero requiere acciones inmediatas para capitalizar las oportunidades del sector.

Referencias Bibliográficas



ANIF. (2025). *Actualización del escenario macroeconómico ANIF 2024–2025*.

<https://www.anif.com.co/informe-semanal/actualizacion-del-escenario-macroeconomico-anif-2024-2025/>

BBVA Research. (2025, marzo). *Situación Colombia. Marzo 2025*.

<https://www.bbva.com/publicaciones/situacion-colombia-marzo-2025/>

Cámara de Comercio de Casanare. (2020, septiembre 11). *Sondeo de seguridad en Casanare*.

<https://cccasanare.co/wp-content/uploads/2021/04/Sondeo-de-Seguridad-en-Casanare.pdf>

Camacol. (2025). *Inflación: Resultados 2024 y perspectivas 2025*.

<https://camacol.co/prensa/noticias/inflacion-resultados-2024-y-perspectivas-2025>

El País. (2024, junio 18). *Reforma laboral aprobada, ¿qué condiciones cambian? Así se pagarían las horas extras, los dominicales y los festivos*.

<https://www.elpais.com.co/colombia/reforma-laboral-aprobada-que-condiciones-cambian-asi-se-pagarian-las-horas-extras-los-dominicales-y-los-festivos-1844.html>

El País. (2025, abril 22). *Recargo nocturno desde las 6, contrato laboral agrario y licencias menstruales incapacitantes: Las 12 preguntas de la consulta popular de Petro*.

<https://elpais.com/america-colombia/2025-04-22/recargo-nocturno-desde-las-6-contrato-laboral-agrario-y-licencias-menstruales-incapacitantes-las-12-preguntas-de-la-consulta-popular-de-petro.html>

Grupo Banco Mundial. (2023, julio). *Informe sobre clima y desarrollo del país: Colombia*.

<https://biocarbono.org/wp-content/uploads/2023/07/P1781040f920a400809a2c09e70149f435b.pdf>

IDEAM. (2024, agosto 21). *Informe sobre el posible incremento de la temperatura global en el periodo 2024–2028*.

<https://www.ideam.gov.co/sala-de-prensa/noticia/informe-sobre-el-posible-incremento-de-la-temperatura-global-en-el-periodo-2024-2028>

Referencias Bibliográficas



- Invest in Colombia. (2025). *Incentivos tributarios*. <https://investincolombia.com.co/es/como-invertir/incentivos-tributarios>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2024, marzo 4). *Mincomercio y Bancóldex anuncian líneas de crédito por \$340.000 millones para la reactivación de las mipymes*. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/mincomercio-y-bancoldex-anuncian-lineas-de-credito>
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (2023, julio 31). *Plan financiero 2024*. https://www.minhacienda.gov.co/webcenter/ShowProperty?nodeId=%2FConexionContent%2FWCC_CLUSTER-227122%2F%2FidcPrimaryFile&revision=latestreleased
- Mincomercio. (2024, marzo 4). *Comunicado de prensa Mincomercio 2024*. https://camacol.co/sites/default/files/descargables/COMUNICADO%20DE%20PRENSA_MINCOMERCIO_2024.pdf
- Patiño, J. S. (2024, febrero). *MiPymes en Colombia*. BBVA Research. https://www.bbva.com/wp-content/uploads/2024/02/202401_MiPymes_Colombia-1.pdf
- Portafolio. (2024, mayo 2). *Reactivación económica: Así será el plan que prepara el Ministerio de Hacienda para Colombia*. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/reactivacion-economica-asi-sera-el-plan-que-prepara-el-ministerio-de-hacienda-para-colombia-603981>
- Semana. (2025, enero 9). *Reducción de jornada laboral en 2025: Así debe hacer los cálculos de horas extras y recargos nocturnos*. <https://www.semana.com/finanzas/trabajo-y-educacion/articulo/reduccion-de-jornada-laboral-en-2025-asi-usted-deberia-hacer-los-calculos-de-horas-extras-y-recargos-nocturnos/202557/>
- Valora Analitik. (2025, febrero 3). *Déficit fiscal colombiano de 2025 se financiará con deuda interna, principalmente*. <https://www.valoraanalitik.com/deficit-fiscal-colombiano-de-2025-se-financiara-con-deuda-interna-principalmente/>