



DESARROLLO ORGANIZACIONAL COMO GESTIÓN DE CAMBIO PARA LAS INDUSTRIAS DE MATERIAL POP

(ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT AS CHANGE MANAGEMENT FOR POP MATERIAL INDUSTRIES)

Víctor Andrés Castellano Piña

vacastellano@urbe.edu.ve

 <https://orcid.org/0009-0004-2407-0713>

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, Venezuela

Como citar: Castellano, Víctor (2023) Desarrollo organizacional como gestión de cambio para las industrias de material POP. CICAG: Revista Electrónica Arbitrada del Centro de Ciencias Administrativas y Gerenciales, 20(1), Venezuela. (Pp.65-81)

RESUMEN

Este artículo se expone el desarrollo organizacional y como la gestión de cambio implica implementar diferentes estrategias y procesos para mejorar y transformar las industrias de material POP, adaptándola a las necesidades actuales y a los retos del entorno. Se busca promover el crecimiento y el desarrollo de las industrias, así como mejorar su eficiencia y productividad. Para lograrlo, se enfoca en cambios estructurales, procesos de comunicación, participación y capacitación de los miembros de la organización. Además, de generar un ambiente propicio para la innovación, la colaboración y el compromiso de todos los miembros de la organización. La gestión de cambio dentro del desarrollo organizacional implica identificar las áreas de mejora, establecer metas y objetivos claros, comunicar los cambios de manera efectiva y proporcionar el apoyo necesario a los colaboradores durante el proceso de cambio. Esto incluye brindar capacitación y desarrollo de habilidades, fomentar la participación de los empleados en la toma de decisiones y asegurar una comunicación abierta y transparente. Para ello, la gestión de cambio en las industrias de material POP se refiere a la planificación y ejecución de estrategias para implementar cambios efectivos en la producción y distribución de material de punto de venta. Esto implica identificar las necesidades de cambio, definir los objetivos y desarrollar un plan de acción. Por último, las industrias de material POP implican planificar, ejecutar y evaluar estrategias para implementar



cambios efectivos que mejoren la producción y distribución de material de punto de venta con un desarrollo organizacional efectivo.

Palabras Claves: Desarrollo organizacional, Gestión, Gestión de cambio, Industrias, Material POP.

ABSTRACT

This article explains organizational development and how change management involves implementing different strategies and processes to improve and transform POP material industries, adapting it to current needs and environmental challenges. It seeks to promote the growth and development of industries, as well as improve their efficiency and productivity. To achieve this, it focuses on structural changes, communication processes, participation and training of organizational members. In addition, to generate an environment conducive to innovation, collaboration and commitment of all members of the organization. Change management within organizational development involves identifying areas for improvement, establishing clear goals and objectives, communicating changes effectively, and providing the necessary support to collaborators during the change process. This includes providing training and skills development, encouraging employee participation in decision-making, and ensuring open and transparent communication. To this end, change management in POP material industries refers to the planning and execution of strategies to implement effective changes in the production and distribution of point of sale material. This involves identifying needs for change, defining objectives and developing an action plan. Lastly, POP materials industries involve planning, executing, and evaluating strategies to implement effective changes that improve the production and distribution of point-of-sale materials with effective organizational development.

Keywords: Organizational development, Management, Change management, Industries, POP Material.

INTRODUCCIÓN

En el auge mundial, el desarrollo organizacional se ha vuelto crucial para las empresas que desean mantenerse competitivas en un mercado global cada vez más complejo y dinámico. El desarrollo organizacional permite a estas empresas adaptarse y responder de manera efectiva a los cambios constantes en las preferencias del consumidor, las tendencias del mercado y las innovaciones



tecnológicas. Además, facilita la implementación de estrategias de negocios más ágiles y flexibles, lo que resulta en una mayor eficiencia, productividad y rentabilidad.

El desarrollo organizacional es una estrategia de gestión del cambio que se enfoca en mejorar el desempeño y la eficiencia de las organizaciones. En el caso de las industrias de material POP, el desarrollo organizacional puede ser especialmente relevante debido a la naturaleza dinámica y competitiva de este sector. Como gestión de cambio se enfoca en identificar y abordar las necesidades y desafíos específicos de una organización. Para las industrias de material POP, esto implica analizar y mejorar los procesos de diseño, producción y distribución de estos materiales.

En Latinoamérica, el desarrollo organizacional como gestión de cambio se ha convertido en una herramienta clave para las industrias de material POP. El mercado latinoamericano se caracteriza por la diversidad cultural, económica y social, lo que plantea desafíos únicos para las empresas que operan en esta región. El desarrollo organizacional permite a estas empresas adaptarse de manera efectiva a las distintas realidades y demandas de los países latinoamericanos, fomentando la colaboración, la innovación y la mejora continua.

El material POP, o material de punto de venta, es utilizado en el punto de compra para promocionar y destacar los productos o servicios de una empresa. Dado que este material está destinado a llamar la atención y persuadir a los clientes, es importante que las empresas de este sector estén constantemente adaptándose y mejorando para mantenerse competitivas en el mercado.

Una de las principales áreas de enfoque del desarrollo organizacional para estas industrias es la innovación en el diseño de material POP. Esto implica estar al tanto de las últimas tendencias y técnicas creativas para crear diseños atractivos y efectivos que destaquen los productos o servicios de una empresa. Además, se busca optimizar los procesos de producción para asegurar una entrega rápida y eficiente de los materiales.

Por consiguiente, en Venezuela, el desarrollo organizacional se ha vuelto especialmente relevante debido al entorno económico y político en constante cambio. Las empresas de la industria de material POP en Venezuela se enfrentan a desafíos como la inflación, la escasez de recursos de materia prima y las



restricciones comerciales. El desarrollo organizacional les permite a estas empresas navegar a través de la creatividad, expansión publicitaria y una economía rentable.

Por último, Venezuela debe entrar a la gestión del cambio, para implicar a la actualización, mejora continua de las técnicas y tecnologías utilizadas en la fabricación de material POP. Esto incluye la implementación de herramientas y software especializados que permitan una producción más eficiente y de mayor calidad. Asimismo, se busca la integración de tecnologías emergentes, como la realidad aumentada o la impresión en 3D, para aportar innovación y valor agregado a los materiales.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Desarrollo organizacional (DO)

El desarrollo Organizacional es un proceso de cambio en la cultura organizacional a través de la utilización de la tecnología de la ciencia del comportamiento, la investigación y la teoría. Más específicamente, para que una intervención en una organización, debe responder a una necesidad sentida por parte del cliente, involucrar directa y colaborativamente al cliente en la planeación e implementación de la intervención y conducir a un cambio en la cultura de la organización.

Por ello, según Rodríguez (2018), expone que el desarrollo organizacional tiene relación con dos aspectos: en primer lugar, con la administración y la gestión efectiva de las personas y en segundo lugar a través de la implementación de tecnologías que se asocian con el crecimiento organizacional, además, menciona que al desarrollo organizacional se ligan conceptos como: cambio planificado, gestión del conocimiento, proceso de consultoría, cambios de estructura, procesos y cultura organizacional, valores y principios, optimizar la salud y la efectividad de la organización.

Por otro lado, Brito (2018), menciona que, de acuerdo a los objetivos estratégicos, el desarrollo organizacional estudia y diseña los modelos para el impulso del desarrollo continuo para un rendimiento empresarial sostenible a través del mejoramiento de las competencias, habilidades y destrezas de los individuos, lo



cual desde una cultura organizacional será capaz de suscitar cambios y nuevos retos laborales.

Por consiguiente, se entiende que el desarrollo organizacional es la mejora de la eficacia y eficiencia de los componentes que conforman una empresa. Es decir, los empleados, para que estos desarrollen todo su potencial en conjunto. Los trabajadores no constituyen elementos aislados del resto del equipo de trabajo. Al contrario, reflejan un aprendizaje individual y organizativo indispensable para crear sistemas flexibles y sensibles al cambio.

Esto lo menciona Tapia (2018) expresa que el desarrollo organizacional se puede resumir como una estrategia planificada que permite a una organización identificar la fuente de la necesidad de cambio en una variedad de situaciones. Incluye un enfoque que dispone el realizar un aumento en el funcionamiento de la empresa, además de gestionar a los empleados, mejorando sus conocimientos y destrezas para un desempeño máximo con una satisfacción por parte de los empleados, este adapta cambios con respecto al desarrollo de sus actividades.

Además, todas las personas están incluidas dentro de algún tipo de organización y se puede vivir a cuenta de algunas de ellas ya sea directa o indirectamente. Por consiguiente, toda organización debe estar en evolución paralela con el medio donde se desarrolla, ésta debe someterse a los cambios que esto implica, pues se deben hacer de una manera planeada y pensada, que se traduce a un modelo de desarrollo organizacional, realizando un avance afín de los individuos que la conforman, y a su vez de las organizaciones, proyectando así un fortalecimiento de todo lo que la institución puede mejorar a nivel de recursos, competencias empresariales y sus alcances (Zamora, 2017).

Para fundamentar lo anteriormente expuesto, expresa Mora, Duran y Zambrano (2016) la gestión tiene su razón de ser en la medida que busque alcanzar los objetivos empresariales y a la vez en la medida que sea entendida como un proceso. El hecho de que una gestión se desarrolle como un proceso se desenvuelve en base a las funciones gerenciales dentro de una organización se ven enfrentadas a ejercitar diferentes funciones interrelacionadas, las cuales teóricamente suceden en forma lógica.

Para Robbins y Judge (2013) el desarrollo organizacional es un término que se usa para agrupar un conjunto de intervenciones para el cambio planeado sobre la



base de valores humanistas y democráticos que buscan mejorar la eficacia organizacional y el bienestar de los empleados. Considerando el objetivo de esta investigación, los autores de la misma, se identifican con esta definición ya que se contempla al desarrollo organizacional como un conjunto de variables que, a través de su interacción sistémica, fomentan el cambio organizacional en aras de la consecución de los objetivos y políticas institucionales, las cuales se pretenden identificar como uno de los resultados en la ejecución del proyecto enunciado en los párrafos anteriores.

Por otro lado, la gestión está estrechamente relacionada con el desarrollo organizacional, pues es el motor que conduce al cambio con eficiencia, condición indispensable en el mundo actual, caracterizado por la intensa competencia a escala nacional e internacional; y es justamente el momento en que los valores evolucionan rápidamente y los recursos escasean, cada vez es necesario comprender que ciertas variables intangibles influyen directamente sobre el rendimiento de los individuos en el trabajo. Varios investigadores, desde principios del siglo XIX, han puesto en evidencia el papel de los componentes físicos y sociales sobre el comportamiento humano.

Guízar (2013) el desarrollo organizacional es: “Una respuesta al cambio, una estrategia de carácter educacional que tiene la finalidad de cambiar creencias, actitudes, valores y estructuras de las organizaciones, de modo que puedan adaptarse mejor a las nuevas tecnologías, a los nuevos desafíos y al ritmo vertiginoso del cambio”. No obstante, se tienen algunas definiciones más actuales mencionadas en el año 1994, igual de valdeas como la citada anteriormente; el DO “es un proceso de cambio planificado en la cultura de una organización, mediante la utilización de las tecnologías, las ciencias de la conducta, la investigación y la teoría.”.

Por ello, Una gestión de éxito en las empresas aparte de una estrategia ideada es la habilidad con la que aprovecha las oportunidades, generen un buen desempeño duradero, se adapten a las cambiantes condiciones comerciales y resistan los retos competitivos Thompson, Gamble, Peteraf y Strickland (2012). Así mismo, el desarrollo organizacional, a través de la gestión, busca lograr un cambio planeado de la organización conforme, en primer término, a las necesidades, exigencias o demandas de la organización misma.



De esta forma, la atención se puede concentrar en las modalidades de acción de determinados grupos para mejorar las relaciones humanas, en los factores económicos y de costos, en las relaciones entre grupos, en el desarrollo de los equipos humanos, en la conducción; es decir, en la influencia que generalmente se ejerce sobre los valores, actitudes y clima organizacional. Por tanto, se evidencia un impacto sobre las personas más que sobre los objetivos, estructura y técnicas de la organización, toda vez que el desarrollo organizacional prioriza el lado humano de la empresa.

Por ende, se considera que el desarrollo organizacional se encarga de analizar el funcionamiento y efectividad de las relaciones humanas de los individuos dentro de una organización, con distintos factores que influyen en la efectividad del trabajador. Factores como las relaciones humanas dónde las relaciones que tenga el trabajador con personas de su mismo ambiente laboral fuera de su ámbito laboral, puede influir de manera positiva o negativa.

Por consiguiente, se busca observar desde una perspectiva psicosocial, la relación, el comportamiento, organización, distribución, etc., para analizar el sistema normativo, en el que se encuentran los trabajadores, poniendo como punto específico cuales son los parámetros que se llevan a cabo cuando no se cumplen las normativas planteadas. También se toma en cuenta la toma de decisiones, aprendizaje, conocimiento, modelo, sustentabilidad y desarrollo económico organizacional.

Por ello, según el investigador, se puede definir que el desarrollo organizacional podría ser la implementación de la gestión del cambio como parte integral del proceso de desarrollo de una organización, otra idea podría ser la incorporación de enfoques basados en la diversidad e inclusión como parte central del desarrollo organizacional para fomentar un entorno de trabajo más equitativo y productivo. El desarrollo organizacional es el proceso continuo de mejorar y transformar una organización para adaptarse a los cambios internos y externos, mediante la implementación de estrategias, estructuras y prácticas que promueven el crecimiento, la eficiencia y el bienestar de la organización y sus miembros.

Gestión

La gestión es utilizada para referirse a todo conjunto de acciones o diligencias que permiten la realización de cualquier actividad o el cumplimiento de un deseo. Por



ello, al hablar de una gestión se hace referencia a todos aquellos procesos que se deben realizar con la finalidad de resolver una situación o de materializar un proyecto dentro de la organización. En el entorno empresarial o comercial, este concepto se asocia con la gestión administrativa en las empresas.

Por lo tanto, la gestión tiene su razón de ser en la medida que busque alcanzar los objetivos empresariales y a la vez en la medida que sea entendida como un proceso. El hecho de que una gestión se desarrolle como un proceso se desenvuelve en base a las funciones gerenciales dentro de una organización se ven enfrentadas a ejercitar diferentes funciones interrelacionadas, las cuales teóricamente suceden en forma lógica, Mora et al. (2016). Una gestión de éxito en las empresas aparte de una estrategia ideada es la habilidad con la que aprovecha las oportunidades, generen un buen desempeño duradero, se adapten a las cambiantes condiciones comerciales y resistan los retos competitivos (Thompson et al., 2012).

Por ello, según el investigador, la gestión se puede definir como un enfoque basado en la participación activa de todos los miembros de la organización a través de la toma de decisiones conjunta, el intercambio de ideas y la cocreación de soluciones. Este enfoque busca fomentar la colaboración, la comunicación y el empoderamiento, permitiendo un mejor aprovechamiento de los conocimientos y habilidades de cada individuo.

Además, promueve la transparencia, la responsabilidad compartida y la motivación de los empleados, generando un ambiente de trabajo más dinámico y productivo. La gestión busca romper con las estructuras jerárquicas tradicionales y promover la igualdad de voces y la inclusión de todas las personas dentro de la organización. Al fomentar la participación y la coresponsabilidad, se logra una mayor implicación y compromiso por parte de los empleados, lo que se traduce en mejores resultados y una mayor satisfacción laboral. En resumen, la gestión colaborativa se basa en la idea de que juntos podemos lograr más, aprovechando al máximo el talento y las capacidades de cada individuo.

Cambio

El cambio en las organizaciones se refiere a la introducción de modificaciones significativas en diversos aspectos de una empresa, como sus estructuras, procesos, políticas, cultura o tecnología. Estos cambios pueden ser impulsados



por una variedad de factores, como la necesidad de adaptarse a nuevos entornos, mejorar la eficiencia, responder a cambios en el mercado o aprovechar nuevas oportunidades.

Esto lo profundizan Liao y Lin (2018) consideran el cambio como un proceso dinámico que se genera a través de la modificación de diferentes factores dentro de la organización que se abordan desde un solo enfoque teórico. Aunque en realidad este debe ser visto como un factor holístico que incluya y diferencie los modelos teóricos para permitir una menor resistencia y mayor aprobación a la nueva adquisición de información, según el modelo que se busca implementar.

Por otra parte, Ariza y Pulido (2016), refieren que la gestión comienza a emprenderse en las organizaciones para generar cambios sustanciales, está centrada en la gente que en ella participa, sus colaboradores, donde se considera el capital máspreciado, al que se debe formar, motivar, profundizando de esta forma la identificación, el involucramiento y la lealtad hacia la organización, generando ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.

Por esta razón, El Kadi (2015) explica que los trabajadores perciben de diversas formas los cambios organizacionales. Esta percepción incluye un análisis personal de las situaciones que constituyen innovaciones necesarias con el apoyo del sistema total y en correspondencia con sus objetivos. Por ello, el cambio en las organizaciones puede implicar reorganizaciones internas, implementación de nuevas tecnologías, adopción de prácticas innovadoras, modificaciones en los roles y responsabilidades de los empleados, o incluso cambios culturales profundos. Todo esto con un solo propósito, una mejora de calidad y eficacia para la organización.

Concluyendo, para el investigador, se observa que el cambio en las organizaciones a menudo enfrenta resistencia por parte de los colaboradores debido a la incertidumbre, la falta de familiaridad o el temor al cambio. Por lo tanto, es importante gestionar el cambio de manera cuidadosa y estratégica, involucrando a los empleados, proporcionando comunicación clara, ofreciendo capacitación y apoyo, y fomentando una cultura de adaptabilidad y aprendizaje continuo.

Es por ello que el cambio en las organizaciones es importante ya que les permite adaptarse y responder a los desafíos y oportunidades que surgen en el entorno de



la organización. Desde un enfoque metodológico, el cambio en las organizaciones se refiere a la aplicación de un conjunto de procesos y técnicas estructuradas para facilitar la transición de una situación actual a una situación deseada.

Gestión de Cambio

La gestión de cambio brinda un proceso paso a paso con el que puedes administrar transiciones amplias. Por ejemplo, cuando adoptas una herramienta nueva que se deba implementar en toda la empresa o se incorpora un directivo nuevo. Con un proceso sólido para la gestión de cambios, puedes ayudar al equipo a que se adapte y tome la transición con calma.

Además de estudiar la gestión del cambio como factor clave del mejoramiento continuo de las organizaciones, se debe considerar importante que, para poder implementar un proceso de cambio, hay que contar con todas las personas involucradas en el negocio, ya que ellos son los recursos más significativos de la organización, por ello deben estar actualizados en todo el avance de la tecnología y cambios en la forma de realizar su trabajo para lograr ser más eficientes.

La gestión del cambio es una aproximación a la transición de los individuos, equipos y empresas a un estado futuro deseado; con el fin de contribuir a corto o largo plazo resultados positivos hacia la empresa como expresa Forneron, (2021). En un sentido más simple par Martínez, Carrasco y Bull (2018) gestión del cambio es el proceso de ayudar a un cambio de persona, grupo y empresa. La gestión del mundo implica un esfuerzo para planificar el cambio y ejercer influencia sobre otras personas en el proceso. Por lo tanto, la gestión del cambio implica un esfuerzo intencional para lograr un cambio.

Según plantea Kotter (2015), los tres primeros pasos son fundamentales para poder generar un ambiente adecuado para el cambio, mientras que los tres siguientes implican un mayor compromiso por parte de toda la organización. Finalmente, los dos últimos permiten que se logre y que se mantenga en el tiempo de manera exitosa el cambio obtenido. Así mismo, su modelo es una propuesta clave en la actualidad, ya que destaca que el cambio debe estar conformado por una serie de pasos, los cuales necesitan de un tiempo considerable para poder alcanzar las metas trazadas de manera satisfactoria.



De la misma manera, asegura que los procesos de cambio deben liderarse y no administrarse para que las transformaciones trasciendan en el tiempo. Por esta razón, Kotter justifica que los líderes deben motivar e inspirar al personal, generando gran entusiasmo y compromiso para alcanzar nuevos patrones de comportamiento y a su vez, que sean asimilados como parte fundamental de la cultura organizacional.

Bernal, Pedraza y Sánchez (2015), en sus estudios gerenciales, concuerdan que la gran mayoría de organizaciones, se encuentran en crisis, debido a su incapacidad para reaccionar adecuadamente a los cambios del medio dónde operan; ya que distintas organizaciones buscan generar beneficios en cuanto sus productos, para la satisfacción de sus clientes, con ello crean estrategias laborales individuales, pero no se percatan del desempeño grupal, ya que es más exitoso juntar distintas habilidades, relaciones y experiencias, para así crear mejores soluciones y un mayor desempeño. Las empresas también deben ser eficaces y utilizar sus recursos tecnológicos, financieros y humanos, con el fin de crear un ambiente de trabajo agradable y una ventaja competitiva.

Por ello, para el investigador la gestión de cambio es el proceso de planificar, implementar y controlar los cambios dentro de una organización con el objetivo de lograr una adaptación, eficiencia y mejora continua. Se centra en identificar las necesidades de cambio, comunicar y generar apoyo, capacitar a los colaboradores, gestionar la resistencia al cambio y evaluar los resultados para asegurar que el cambio se implemente de manera exitosa y sostenible. Una nueva definición de gestión de cambio: manejo estratégico de las transiciones para lograr la adopción exitosa de nuevas prácticas, procesos o tecnologías en una organización, promoviendo la participación activa de los empleados y minimizando la resistencia al cambio

Material POP

El material POP es todo aquello que se utiliza en el punto de venta de un comercio para recalcar la esencia de una marca, se apoya en los colores, formas, tamaños y del buen posicionamiento para que los clientes puedan acercarse e interactuar con los productos. El objetivo es atraer la atención de los usuarios hacia determinados artículos e incitarlos a comprar, además de fidelizarlos. Son los objetos que se obsequian en el punto de venta para promocionar y dar a conocer



la marca de una empresa. Por lo general, estos objetos son útiles y de uso cotidiano para que el usuario se relacione y simpatice más con la marca.

Por consiguiente, el uso de material POP solo incluía mobiliario diseñado para enriquecer la presentación visual de un artículo en negocios y supermercados, sin embargo, en la actualidad se extiende a cualquier material con la imagen de la marca que pueda ser obsequiando a clientes o potenciales clientes, lo que permite fidelizar a los consumidores ya que al regalar objetos de uso común se aseguran que los clientes conserven permanentemente con la marca (Di Maggio, 2013).

Para este autor, una de las mayores ventajas del uso de esta categoría del mercadeo es la promoción y exposición de la marca por un gran periodo del tiempo sin un costo tan elevado como los son las publicidades por medios tradicionales, es decir, la televisión, la radio y la prensa. Por otro lado, ha demostrado tener un impacto positivo en el aumento de las ventas y en el reconocimiento de la marca por parte de los consumidores. Además, es importante conocer que, al exponer estos materiales en tiendas, supermercados o lugares corporativos, permite que los clientes se topen con ellos y tengan una mayor predisposición al adquirir lo que se presenta.

Según Kotler (2012) el material POP (Point Of Purchase) es una categoría del mercadeo que recurre a la publicidad puesta en los puntos de venta y busca generar una permanencia de la marca recurriendo a una gran variedad de objetos donde se puede imprimir o estampar información de la empresa o producto. Por ende, llamar la atención de los usuarios por medio de su estética formal y gráfica publicitaria, con el fin de contribuir en la percepción de los usuarios de los productos publicitados; a la vez que presenta características de dichos productos.

En otro orden de ideas, al lanzar un nuevo producto, el material POP puede ser utilizado para informar a los consumidores sobre las características y beneficios del producto. Esto ayudara a generar interés y crear una imagen positiva del producto hacia los clientes. Al utilizar material POP con una estrategia definida, con mensajes persuasivos y descuentos especiales, las empresas pueden incentivar la compra impulsiva. Esto puede ser útil para promocionar productos con una fecha de vencimiento próxima o para aumentar las ventas de productos en stock.



Desde el punto de vista del investigador, se puede determinar que el material pop es un término utilizado para describir una amplia gama de objetos y elementos visuales que encapsulan y representan la cultura popular de una época determinada. Es un medio de expresión creativa que se utiliza en diversas formas, como diseños gráficos, ilustraciones, arte digital, moda y decoración, para transmitir ideas, emociones y tendencias asociadas con la cultura popular contemporánea.

Por ende, el material pop se caracteriza por su estética llamativa, colores brillantes y elementos visuales audaces que capturan la atención y generan una respuesta emocional en el espectador. Está profundamente arraigado en la cultura popular, abarcando referencias a la música, el cine, la televisión, los videojuegos, los cómics y otros aspectos relevantes de la sociedad moderna.

Este tipo de material se nutre de la interacción entre la cultura popular y el público, que refleja y amplifica las ideas y los iconos que tienen un impacto significativo en la sociedad, por lo tanto, tiene la capacidad de influir en la opinión pública y en la forma en que percibimos y consumimos los productos y servicios de las empresas. A través de su estética llamativa y su capacidad para transmitir mensajes complejos de manera accesible, el material pop se convierte en una herramienta poderosa para la comunicación visual y la creación de identidad cultural.

Por último, es una forma de comunicación visual que utiliza colores brillantes, elementos visuales audaces y referencias contemporáneas para transmitir ideas y emociones. Es un medio creativo que influye en la opinión pública y en la forma en que percibimos y consumimos la cultura popular, y se ha convertido en un componente clave de la expresión artística y el diseño visual en la sociedad moderna.

METODOLOGÍA

La presente investigación se desarrolló conforme a un diseño de tipo documental, modalidad descriptiva, con diseño bibliográfico sustentado en un enfoque cualitativo para dar a conocer el desarrollo organizacional como gestión de cambio para las industrias de material POP, en el contexto global, con el propósito de generar el incremento de rendimiento cualificado en las industrias de este rubro, direccionada en captar atención y fidelización a los consumidores.



Así mismo, la presente investigación está orientado a la investigación documental en base a lo propuesto por: Arias (2012) "se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otros tipos de documentos". En este sentido, la investigación se desarrolla en base al análisis e interpretación de la información obtenida en distintos materiales bibliográficos acorde al área de conocimiento para demostrar el rendimiento y gestión en las industrias de material POP, además, de su comercialización a diferentes empresas y organizaciones.

Por otro lado, se basa desde una perspectiva de investigación de modalidad descriptiva en base a lo sugerido por Tamayo (2009) el cual expresa: comprende la especificación, anotación, análisis e interpretación del entorno o fenómeno en su estado natural dentro de una concepción pura y en estado presente. Desde una observación direccionada hacia las conclusiones dominantes o de manera selectiva cómo se comporta un grupo de personas o cosa en su propio contexto, sin interferencias.

Para finalizar, se fundamenta la investigación en un diseño bibliográfico en consideración sobre la confiabilidad de datos obtenidos mediante revisión bibliográfica sujeta a las variables de estudios en fuentes como libros, revistas arbitradas, trabajos de investigación, artículos científicos, entre otros. En este sentido Tamayo (2009) expresa que el diseño bibliográfico es "cuando recurrimos a la utilización de datos secundarios, es decir, aquellos que han sido obtenidos por otros y nos llegan elaborados, procesados de acuerdo con los fines de quienes inicialmente los elaboran y manejan".

RESULTADOS

En suma, considerando la temática de investigación se hace un análisis crítico sobre la importancia del desarrollo organizacional considerando la gestión de cambio como transformador en base a características novedosas y acciones de gestión para las industrias de material POP. Se puede inferir que los usuarios, empresas, organizaciones, todo aquel ente que requiera de material publicitario hoy día demanda atención personalizada adaptada a sus necesidades, por tanto, el papel de la gestión de cambio es esencial para poder realizar una captación más asertiva.



Así mismo, la gestión del cambio se basa en la comprensión de que el cambio es una constante en las organizaciones y que su manejo efectivo es esencial para el éxito y la adaptabilidad. Esta filosofía implica reconocer que el cambio puede ser desafiante y a menudo, provoca resistencia por parte de las personas afectadas. Por lo tanto, la gestión del cambio se centra en abordar tanto los aspectos técnicos como los humanos del cambio. Por ello, se entiende que, la gestión de cambio es un proceso de transformación, que involucra a todo el personal de una organización y requiere una visión clara, una comunicación efectiva y una planificación adecuada.

En síntesis, englobando las ideas expresadas de los párrafos anteriores el enfoque presente del desarrollo organizacional aplicando la gestión de cambio en las industrias de material POP, se basa en una filosofía en ganar-ganar en la ética y ambiente de este tipo de industrias, donde el beneficiario sean ambas partes, tanto la empresa o marca como clientes. Desde un punto de vista más específico, el usuario no es pasivo sino juega un papel destacado, para ello en la gestión de cambio ejecuta acciones asertivas de manera directa. En conclusión, el desarrollo organizacional es una pieza fundamental en el sector de materiales POP puesto que aporta el ensamblaje perfecto de gestión y administración en la organización, para generar captación, posicionamiento, automatización, fidelización y cualificación.

REFLEXIONES FINALES

- Es importante que, en el desarrollo organizacional, las industrias de materiales POP sean de un cambio constante. El cambio es inevitable y necesario para adaptarse al entorno en constante transformación.
- Las industrias de materiales POP, deben desarrollar un aprendizaje continuo, buscar las nuevas prácticas en el entorno empresarial.
- Se deben actualizar las líneas de ventas y mercadeo.
- Implementar un ambiente laboral de seguridad y de creatividad.



- Por último, proyectar una gestión de cambio para los colaboradores en la industria.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Ariza, O y Pulido, R. (2016). Cultura organizacional en cooperativas del sector agrícola en el departamento del atlántico. Diálogo de saberes, 6-17. Cabimas-Venezuela. Editorial CECAR, Sincelejo-Colombia y Fondo Editorial UNERMB

Bernal, I., Pedraza, N. y Sánchez, M. (2015). El clima organizacional y su relación con la calidad de los servicios públicos de salud: diseño de un modelo teórico Estudios Gerenciales, vol. 31, núm. 134, enero-marzo, 2015, pp. 8-19 Universidad ICESI Cali, Colombia

Brito, J. (2018). El clima organizacional como estrategia de mejora en una organización. Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración, 7(13). Obtenido de <https://www.ricea.org.mx/index.php/ricea/article/view/114/465>

Di Maggio, M. (18 de Mayo de 2013). Las ventajas del material POP. Recuperado el 9 de Agosto de 2016, de <http://www.4rsoluciones.com/blog/las-ventajas-del-material-pop-2/> Explorable.

El Kadi, O. (2015). Autotomía caudal como estrategia gerencial para el cambio organizacional en empresas familiares. Revista Desarrollo Gerencial. Vol. 7, No. 1. Universidad Simón Bolívar. Barranquilla, Colombia.

Arias, F. (2012) El proyecto de Investigación. Editorial Episteme. 3ra Edición. Caracas Venezuela

Forneron, R. (2021). Gestión del cambio organizacional por covid-19 en las cooperativas de la ciudad de Pilar. Revista Multidisciplinar Ciencia Latina, 4914-4936.

Guízar, R. (2013). Desarrollo organizacional principios y aplicaciones. 4e. México D.F., México: Mc Graw Hill.

Kotler, P y Armstrong, G. (2012) Marketing. Ciudad de México: Pearson.



Kotter, J. (2015). *Acelerar*. Bogotá: Penguin Random House Grupo Editorial – Conecta.

Liao, L. y Lin, A. (2018). Organizational Change Perspective on People Management in BIM Implementation in Building Projects. *Journal of Management in Engineering*, 34(3), 1-13. [https://doi.org/10.1061/\(asce\)me.1943-5479.0000604](https://doi.org/10.1061/(asce)me.1943-5479.0000604)

Martínez, E., Carrasco, C., y Bull, M. (2018). Propuesta metodológica para implementar la primera fase del modelo de gestión del cambio organizacional de Lewin. *Estudios Gerenciales*.

Mora, L., Duran, M., y Zambrano, J. (2016). Consideraciones actuales sobre gestión empresarial. *Revista científica dominio de las ciencias*, 511-520.

Rodríguez, Y. (2018). La gestión integral como facilitadora del desarrollo organizacional y del desarrollo sostenible. *Revista Dialnet*, 10(2), 11-21. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6726338>

Robbins, S. y Judge, T. (2013). *Comportamiento organizacional*, 5.a ed. México DF: Pearson.

Tapia, K. (2018). El desarrollo organizacional de la empresa esum de la ciudad de Riobamba y el servicio al cliente. Riobamba.

Thompson, A., Gamble, J., Peteraf, M. y Strickland, M. (2012). *Administración Estratégica*. Mexico, D.F.: McGraw-Hill.

Tamayo, M. (2009). *El proceso de la Investigación*. Cuarta edición. Limusa Noriega Editores.

Zamora, M. (2017). El desarrollo organizacional como generador de un cambio significativo en las organizaciones de la sociedad civil. Ciudad de México: *Revista Extremeña de Ciencias Sociales "ALMENARA"*.