

ACELERANDO EL FUTURO

IMPORTANCIA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA



Editorial Fundación LASIRC

ISBN: 978-958-49-2797-2

ACCELERANDO EL FUTURO

IMPORTANCIA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGIA



Red Latinoamericana de Jóvenes e Investigadores

Ciencia + Tecnología en Red

ISBN: 978-958-49-2797-2

Editor:

Jimmy Henry López López

editor@fundacionlasirc.org

Kra 7 No. 7-68 - Apto. 401

La Paz - Cesar, Colombia

Junio 04 de 2021

Editorial Fundación LASIRC

La Editorial Fundación LASIRC no se hace responsable de las opiniones, imágenes, textos y trabajos de las personas autoras, que serán responsables legales de su contenido. La Editorial Fundación LASIRC no se hace responsable, en ningún caso, de la credibilidad y autenticidad de los trabajos. Los responsables de la Editorial Fundación LASIRC no se identifican necesariamente con el contenido, valoraciones y/o conclusiones de los trabajos publicados.

Comité Científico

- Dra. Manuela Cecilia Castro Pacheco**
Colombia
- Dr. Raúl Archibold Suárez**
Panamá
- Msc. Jimmy Henry López López**
Colombia
- Msc. Daniel Andrés Rangel Palomino**
Colombia
- Msc. Rolando Hernández Lazo**
Cuba
- Msc. Blanca Esthela Aguilar Herrada**
México
- Msc. Mirna Isabel Cañete De Caceres**
Paraguay
- Mgs. Claudia Velia Olvera Rojas**
México
- Msc. Consuelo Estela Villamil Meza**
Colombia
- Dra. Martha Gineth Padilla Santamaría**
Colombia
- Mgs. Tito Manuel Piamba Mamiam**
Colombia
- Mgs. Giancarlo Leal Orozco**
Colombia
- Dr. Tania Marina Baquero Suarez**
Colombia
- Mgs. Piedad Rocío Lerma Castaño**
Colombia
- Dra. Thaiska Tuñón Solano**
Panamá
- Mgs. Everto José Villazón Cortés**
Colombia
- Mgs. Claudia Patricia Tovar González**
Colombia
- Mgs. Elizabeth Roldán González**
Colombia
- Dr. Miguel Galvan Doria**
Colombia
- Esp. Víctor Anaximandro Cabrera Cruz**
Perú
- PhD. Raul Enrique Maya Pabon**
Colombia
- Dr. Johon Gutierrez Zaraba**
Colombia
- Msc. Fabian Torres Nieves**
Colombia
- Mgs. Rocio Vergara De La Ossa**
Colombia
- Esp. Ana María Pérez De Fleitas**
Paraguay
- Dr. René Alberto García Mendoza**
Colombia
- Dr. Marta Lucia Mendoza Castro**
Colombia
- Mgs. Miladys Paola Redondo Marín**
Colombia
- Dr. Luz Karine Jiménez Ruiz**
Colombia
- Mgs. Luz Mary Sierra Herrera**
Colombia
- Mgs. Susana Gatica Simpson**
Chile
- Mgs. Yerine Zuley Dajil Turizo**
Colombia
- Esp. Karina Arzuaga Araujo**
Colombia
- Msc. Ever Martinez Romero**
Colombia
- Dr. Heidi Rico Fontalvo**
Colombia
- Mgs. Scarlet Morillo Fernández**
República Dominicana
- Dr. Jorge Giraldo Guerrero**
Colombia

PRESENTACION

La Fundación LASIRC es una entidad pionera en el desarrollo de procesos de investigación formativa a gran escala en Colombia, desde el año 2012 hemos venido convocando de manera masiva principalmente a estudiantes, docentes e investigadores en encuentros departamentales, nacionales e internacionales de semilleros de investigación.

Como entidad sin ánimo de lucro la FUNDACION, el objeto social es liderar, organizar y presentar y/o ejecutar, planes, proyectos, programas y actividades que conduzcan a satisfacer las necesidades y el mejoramiento de las condiciones sociales del individuo, la familia y la comunidad en todo su conjunto, especialmente las más vulneradas, buscando siempre el mejoramiento de la calidad de vida.

En la actualidad la LASIRC centra esfuerzos en aumentar la producción intelectual de nuestros participantes a través de revistas, libros y eventos que continúen acreditando el trabajo investigativo de estos jóvenes emprendedores. Este texto se convierte en una estrategia para divulgar los trabajos e investigaciones realizadas por estudiantes, docentes e investigadores de instituciones de latinoamérica buscando el crecimiento y el desarrollo de la formación investigativa.

Jimmy Henry López López
Editor



Tabla de contenido

ANALISIS SITUACIONAL DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA GESTIÓN DOCUMENTAL DE LA EMPRESAS PÚBLICAS DEL MUNICIPIO DE AGUACHICA - CESAR -COLOMBIA	7
BENEFICIOS ECONÓMICOS DE LA ACTIVIDAD DEL RECICLAJE DE RESIDUOS PLÁSTICOS REALIZADA POR LOS HABITANTES DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, ATLÁNTICO	14
NORMA APA: PRINCIPALES CAMBIOS EN LA SÉPTIMA EDICIÓN.....	25
CAPACIDAD INNOVADORA DE MYPIMES DEL SECTOR ALIMENTOS Y BEBIDA DEL DEPARTAMENTO ATLÁNTICO, EN GENERACIÓN DE VALOR	40
CARACTERIZACION DE LAS CONVOCATORIAS GUBERNAMENTALES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS PYMES COLOMBIANAS DURANTE EL PERIODO 2020-2021	48
ESTRATEGIA DE DESARROLLO PARA PRODUCTORES DE PEQUEÑA ESCALA DE FLOR DE JAMAICA (<i>HIBISCUS SABDARIFFA</i> L.): UNA INVESTIGACION INTERDISCIPLINARIA	61
ESTUDIO DE MARKETING PARA LA EXPANSIÓN EN EL ÁREA DE VENTAS DE LA EMPRESA ROMASHOP DE BARRANQUILLA	68
ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE MOLLIS BOMBACIO	85
EVALUACIÓN DEL PROCESO DE SELECCIÓN MEDIANTE LA MEDICIÓN DE LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y EL CLIMA LABORAL EN UNA EMPRESA HOTELERA DE LA CIUDAD DE TECOMÁN, COLIMA, MÉXICO.....	93
FACTORES CONTABLES Y DE LAS TIC PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS NORMAS INTERNACIONALES NIIF EN LAS INSTITUCIONES DEL SECTOR SALUD DE BARRANQUILLA COLOMBIA	100
FACTORES ECONÓMICOS PARA LA CREACION DE VALOR EN LA EMPRESA COMFAMILIAR DEL DEPARTAMENTO DEL ATLANTICO, 2017-2018	111
FACTORES ECONÓMICOS PARA LA NO IMPLEMENTACIÓN DE LAS NORMAS INTERNACIONALES FINANCIERAS NIIF EN LAS INSTITUCIONES DEL SECTOR SALUD DE BARRANQUILLA COLOMBIA	121
IMPACTO DE TIC's LOGÍSTICAS (CÓDIGO DE BARRAS) EN AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTAS EN MICROEMPRESAS	131
IMPORTANCIA DEL CUMPLIMIENTO NORMATIVO DE LOS INFLUENCIADORES AL MOMENTO DE EJECUTAR PRÁCTICAS PUBLICITARIAS EN LAS REDES SOCIALES.....	148
LA ASOCIACIÓN DE GALLETEROS -ASOGAVICAR: UN ACERCAMIENTO A SUS CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS Y SUS ESTRATEGIAS DE SOBREVIVENCIA COMO VÍCTIMAS DEL CONFLICTO ARMADO EN EL CARMEN DE BOLÍVAR	159
LÍNEAS DE CRÉDITO DESTINADAS A LAS MIPYMES EN COLOMBIA DURANTE LA EMERGENCIA ECONÓMICA DERIVADA POR LA PANDEMIA DEL COVID-19.....	172
MELISA COSMETIC'S: INVESTIGACIÓN PARA EL DISEÑO, ELABORACIÓN Y MERCADEO DE COSMÉTICA NATURAL	185



NUEVAS TENDENCIAS DEL TRABAJO: LA INCORPORACIÓN DE LAS ENERGÍAS AMARILLAS, AZUL, Y VERDE EN LA NUEVA DINÁMICA LABORAL EN COLOMBIA	194
PORTAFOLIO DE INVERSIÓN DE ACUERDO AL PERFIL DE RIESGO DESDE LA EDUCACIÓN FINANCIERA EN BARRANQUILLA - COLOMBIA	202
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU APOORTE COMO MODELO DE GESTIÓN HACIA UN DESARROLLO SOSTENIBLE.....	213
REVISIÓN DE INFORMACIÓN BIBLIOMÉTRICA SOBRE MODELOS DE GESTIÓN	224
TELETRABAJO: NUEVA REALIDAD EN LA RELACIÓN LABORAL ENTRE EMPLEADOR Y TRABAJADOR	232
TURISMO CULTURAL COMO ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD EN LAS COMUNIDADES WAYUU ZONA RURAL DISTRITO DE RIOHACHA – LA GUAJIRA	242
VOLUMEN E IMPACTO DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA COLOMBIANA PUBLICADA LA BASE DE DATOS SCOPUS DE ELSEVIER EN EL ÁREA DE NEGOCIOS, GESTIÓN Y CONTABILIDAD GENERADAS POR LA APARICIÓN DEL COVID-19	261
FACTORES SOBRE LA CONGESTIÓN DEL AUTOTRANSPORTE EN EL PUERTO DE MANZANILLO, MÉXICO	273



ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA GESTIÓN DOCUMENTAL DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS DEL MUNICIPIO DE AGUACHICA - CESAR - COLOMBIA

*Sandra Mileth Lago Padilla¹, Álvaro Restrepo Domínguez²,
José Manuel Chirinos³*

RESUMEN

Este trabajo investigativo tiene como objetivo principal realizar un diagnóstico que permita analizar la implementación de la gestión documental de las empresas públicas del municipio de Aguachica – Cesar, teniendo como punto de referencia la ley 594 del 2000, Ley General de archivo, se hace necesario identificar y conocer si estas instituciones actualmente están cumpliendo con lo estipulado en la presente ley, su estado de avance para lograr el objetivo de la misma. El tipo de investigación es descriptiva, y cuantitativa teniendo en cuenta que se realizará un plan de acción que nos permita describir y analizar las etapas y características del modelo de gestión documental de las instituciones públicas, así mismo se hará un análisis cuantitativo de los resultados obtenidos que nos permita evaluar la implementación y proponer un plan de mejora basado en los requerimientos exigencias contempladas en la ley.

Palabras clave: ley de archivo, documentos, implementación, instituciones

ABSTRACT

The main objective of this research is to carry out a diagnosis that allows analyzing the implementation of the document management of the public companies of the municipality of Aguachica – Cesar, having as a point of reference the 594 Law of 2000 according to the General Archive Law: "it is necessary to identify and to know if these institutions are currently complying with what is stipulated in this regulation, their state of progress to achieve its objective". The type of research is descriptive, and quantitative, taking into account that an action plan will be carried out which will allow us to describe and analyze the stages and characteristics of the document management model of public institutions, as well as a quantitative analysis of the results obtained which allow us to evaluate the implementation and propose an improvement plan based on the requirements contemplated in the legislation.

Keywords: archival law, documents, implementation, institutions

¹ Sandra Mileth Lago Padilla es Instructor investigador de emprendimiento del centro Agroempresarial de Aguachica, Sena Regional Cesar, Colombia smlagop@sena.edu.co

² Álvaro Restrepo Domínguez es Subdirector de centro Agroempresarial de Aguachica Sena Regional Cesar, Colombia, Arestrepor@sena.edu.co

³ José Manuel Chirinos es Docente de la Unión Iberoamérica de Municipalistas – UIM Granada España y del Instituto de Artes Ciencias de la Comunicación – IACC online con sede en Chile.



INTRODUCCIÓN

El auge tecnologías de la información y la comunicación ha logrado que se viva en el mundo nuevos cambios en los entes públicos, dando paso a transformaciones enfocadas a lograr un mayor acercamiento de la sociedad a los diferentes gobiernos de una manera más ágil, fácil y sencilla. Por lo anterior el estado colombiano se ha visto en la necesidad de establecer un sin número de normas, reglas y leyes que permitan lograr una reforma a los diferentes proceso, que accedan a fortalecer la transparencia de los mismo y brindarle al ciudadano una mejor forma de resolver su necesidades en el menor tiempo y tramite posible.

En muchas de esas trasformaciones el estado promueve buscar la eficiencia de las mismas, y por tal razón crea la Ley 594 de 2000, que tiene por objeto establecer las reglas y principios generales que regulan la función archivística del Estado y están obligadas a cumplirla las administración públicas en sus diferentes niveles, las entidades privadas que cumplen funciones públicas y los demás organismos regulados por la presente ley (ley 594 de 2000); esto es, entonces que la gestión documental además de ser un mecanismo de ley y por lo tanto de obligatoriedad; al mismo tiempo permite mostrar de una forma organizada y práctica de la función archivística de las instituciones. Por consiguiente busca la claridad, eficiencia, eficacia y disposición, para que así se pueda responder a las necesidades y exigencias de cada ciudadano. Esta investigación busca identificar las falencias que se están cometiendo en la implementación de modelo de gestión documental dentro de las organizaciones públicas del municipio de Aguachica Cesar Colombia, Para después evidenciarlas y compararlas con los requerimientos de las de la ley 594 del 200. De igual forma una vez detectas las fallas hacer una articulación con el Servicio Nacional de aprendizaje Sena debido a que estas entidad tiene dentro de sus programas académicos el programa Gestión documental así lograr una sinergia entre las dos partes que permita una gestión archivísticas de las entidades públicas del municipio de Aguachica de una forma eficaz y sobre todo cumpliendo con todos los estándares exigidos por la ley.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

El objetivo esencial de los archivos es el de disponer de la documentación organizada, en tal forma que la información institucional sea recuperable para uso de la administración en el servicio al ciudadano y como fuente de la historia.(LEY 594/2000).

De la misma manera la Ley general de archivo en su artículo 21 “establece que las entidades públicas deberán elaborar programas de gestión de documentos, pudiendo contemplar el uso de nuevas tecnologías y soportes, en cuya aplicación deberán observarse los principios y procesos archivísticos”, (Ley 594 del 2000). En este contexto es evidente que las entidades públicas tienen la obligación de crear procesos enfocados a reorganizar el sistemas de Gestión de Documento y que esté vaya de acuerdo con los proceso y a las necesidades de cada una y al mismo tiempo ayuden a resolver las dificultades relacionados al manejo de documentos dentro de la institución.

Colombia a pesar de estos esfuerzos de darle un vuelco a la administraciones a beneficio de los ciudadanos, es claro las falencias del mismo y el reflejo de un panorama poco alentador, dejando en evidencia la poca efectividad del modelo dentro de las entidades públicas como



se pudo observar en el estudio sobre las tendencias de la administración de archivos en Colombia, realizado por el Observatorio del Sistema Nacional de Archivos – SNA (Bogotá D.C., noviembre de 2016). En este estudio refleja que en promedio general de gestión documental en las alcaldías del país cuentan con un 32% de avance, mientras que por otro lado nos muestra un faltante de cumplimiento de la gestión documental en un 68%, además nos muestra que en el caso de las gobernaciones tenemos un promedio general en gestión documental del 46% y por otro lado nos aparece un faltante de cumplimiento del 54%.

De igual manera según calificación ponderada general por el IGA (Índices de Gobierno abierto) la situación a nivel territorial el panorama de la gestión documental es preocupante debido al promedio general obtenido el cual no supera el 32% sobre un 100% ideal. Como podemos ver estos estudios nos da una clara idea de la situación nacional. En este contexto el municipio de Aguachica Cesar, no es ajeno a esta problemática, a pesar de contar con un modelo de gestión documental, ahora acompañada de las nuevas transformaciones que exigen este mundo moderno basado en las tecnologías TIC, se pudo observar algunas falencias en entidades como la alcaldía municipal. Así mismo se pudo observar que actualmente la gestión documental es insuficiente, por las malas prácticas del personal a cargo, causando esto un deterioro y poca protección de la información. Así mismo, las malas prácticas o mal manejo de la gestión documental en estas empresas terminan causando grandes pérdidas económicas por sanciones económicas ocasionando así detrimento patrimonial perjudicando el desarrollo económico del municipio. Por todo esto antes mencionado se debe ver la gestión documental no como un mecanismo de ley y por lo tanto de obligatoriedad; si no por el contrario debe verse como una herramienta que permite mostrar de una forma organizada y práctica la función archivística de las instituciones. Por consiguiente busca la claridad, eficiencia, eficacia y disposición, para que así se pueda responder a las necesidades y exigencias de cada ciudadano.

En esta gestión las instituciones públicas del municipio deben asumir esta implementación de gestión documental partiendo como punto de referencia los requerimientos de la ley como por ejemplo uno de esos requerimientos nos indica que: “se hace necesario implementar programas que fortalezcan la consecución de una administración pública de excelencia, y uno de ellos es la gestión documental” (ley 594 2000). Por lo anterior se deben tener un sistema de gestión documental que permita mostrar de manera práctica sus actividades archivísticas y que esta no sea vista como la simple actividad de guardar un sistema puesto que los archivos no es una simple colección de documentos. Este sistema se justifica en lo teórico con el propósito aportar a los conocimientos que se tiene en cuanto a la aplicabilidad de la ley 594 del 2000 en las empresas públicas del estado, los resultados obtenidos, luego de su sistematización servirán de referencia para elaborar un plan de mejora que permita a las instituciones tener procesos eficientes y sobre todo un modelo de gestión documental autosuficiente; En lo práctico esta investigación se realizará porque se hace urgente que las personas encargadas de los archivos de estas instituciones puedan mejorar su nivel de desempeño en cuanto a la implementación y manejo del mismo acorde a la ley 594/2000, En cuanto lo metodológico la elaboración de estrategia que permitan una gestión aplicable de la ley de gestión documental del país y que podrán ser utilizadas en cualquier tipo de entidad y servirán de referente para otros estudios.



Para la gestión documental en lo social se justifica teniendo en cuenta que las propuestas de mejoras que se apliquen a la gestión documental de las empresas, servirán para procesos dentro de las entidades y para prestar un servicio a la comunidad que se traduce en ahorro tiempo y gastos, además cuentan con procesos eficientes y que se traduzcan en beneficios para los usuarios o gestión de una organización.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional de la implementación de la gestión documental de las empresas públicas del municipio de Aguachica – Cesar -Colombia

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Recolectar la información sobre el manejo del modelo de Gestión documental de cada una de las entidades
- Realizar análisis de la información obtenida en las diferentes entidades públicas
- diseñar un plan de mejoramiento que permita mitigar las inconsistencias presentadas.
-

REFERENTE TEORICO

La Ley 594 de 2000 define la gestión documental como el “conjunto de actividades administrativas y técnicas tendientes a la planificación, manejo y organización de la documentación producida y recibida por las entidades, desde su origen hasta su destino final, con el objeto de facilitar su utilización y conservación”. A este respecto, para Chávez y Pérez (2013) “los datos constituyen partículas aisladas con mínimos sentidos semántico, los cuales al ser captados, agrupados, decodificados, e interpretados por un receptor se convierten en información; con lo cual la gestión documental constituye el punto de partida para que cada sistema, cumpla con los requerimientos de información que necesiten sus usuarios, a partir de una selección, ordenamiento, búsqueda y recuperación de sus fuentes documentales oportunas a cada necesidad” (p.233).

En este contexto, según Saffady (en Chávez y Pérez, 2013) la gestión documental está vinculada con la gestión de la información considerando: a) la determinación de los plazos de retención de los documentos; b) la garantía de que exista correspondencia con las leyes y regulaciones oficiales; c) El manejo de registros organizacionales inactivos; d) la organización de los registros activos y su recuperación; y e) la protección de registros vitales. Lo que significa que un adecuado tratamiento en la gestión documental conlleva una correcta gestión de información,

De otro lado, la Norma ISO 15489-1 establece que los documentos de archivo contienen información que constituye un preciado recurso y un importante activo de la organización; la adopción de un criterio sistemático de la gestión de documentos de archivo resulta esencial para las organizaciones y la sociedad a la hora de proteger y preservar los documentos como evidencia de sus actos. En tal sentido, permite a la organización: realizar sus actividades de



una manera ordenada, eficaz y responsable; prestar servicios de un modo coherente; establecer una identidad personal de la organización; proteger los intereses de la organización, los derechos de los empleados, los clientes y las partes interesadas presentes y futuras; apoyar y documentar las actividades de investigación presentes y futuras, las realizaciones y los resultados, así como la investigación archivística; y mantener una memoria corporativa, personal o colectiva. A este respecto, la gestión de documentos ha evolucionado, no sólo para administrar los documentos producidos en soporte papel, sino que a su vez, se han desarrollado lineamientos p

ara gestionar los documentos electrónicos, lo cual respalda las iniciativas emprendidas en el ámbito mundial relacionadas con un importante proceso normalizador de sus teorías y prácticas, aplicándose en diferentes organizaciones sean estas públicas o privadas, como un elemento dinamizador de su competitividad y de la solución de problemas puntuales tanto en el mejoramiento de la toma de decisiones, como en la prestación de servicios a clientes, usuarios y proveedores (Sánchez, 2014. p.27). De acuerdo al autor citado en el párrafo anterior, la gestión documental tiene por objeto, asegurar en las organizaciones una gestión documental adecuada, esencial, vital e importante, evita lo no esencial, simplifica los sistemas de creación y producción de documentos, mejorando la forma de organizarlos y recuperarlos, proporcionando su cuidado y preservación adecuada y el depósito a bajo costo. La esencia de la gestión de documentos, es el tratamiento archivístico de estos en las primeras etapas de su ciclo de vida, es decir, durante el tiempo en el que son realmente necesarios para la gestión administrativa de la organización, para apoyar la toma de decisiones y la obtención de pruebas (p.30).

METODOLOGIA

El estudio está enmarcado dentro del tipo de investigación descriptiva por que tiene como objeto lograr la descripción de la implementación del sistema Gestión documental de las empresas de Aguachica. El diseño de la investigación es de campo teniendo en cuenta que está “consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes”. (Arias 2006, p. 31).

La población de esta investigación está compuesta por diecisiete (17) empresas públicas de orden municipal en el municipio de Aguachica Cesar que actualmente cuentan con un modelo de gestión documental haciendo cumplimiento con la ley 594/2000. A este respecto, no se estimará una muestra pues abordará el total de la población, en tal sentido, es un censo poblacional según lo expuestos por Sabino (2000), se trata de un estudio que utiliza todo los elementos disponibles de una población definida. Así mismo, está previsto el desarrollo de las siguientes fases: 1). Socializar el proyecto con las partes involucradas. 2) diseñar los instrumentos de recolección de la información.3) recolectar la información de las fuentes. 5) análisis de la información. 6.) presentación y socialización del informe final.



RESULTADOS Y DISCUSIÓN PARCIALES O FINALES .

En este trabajo investigativo se encuentra en curso, pero una vez terminado se pretende lograr los siguientes resultados:

- Análisis situacional de los avances y alcances de la implementación de del modelo de gestión documental en las empresas públicas de Aguachica Cesar.
- Identificar amenazas y falencias del modelo de Gestión documental del as empresas públicas de Aguachica.
- Plan de mejoras para minimizar las inconsistencia encontradas

CONCLUSIONES

En curso

BIBLIOGRAFIA

- Archivo General de la Nación, Conceptos técnicos de la vigencia 2014. [en línea] 2015, 1. [Diciembre 10, 2015]. Disponible: <http://www.archivogeneral.gov.co/conceptost%C3%A9cnicos>.
- COLOMBIA. Archivo general de la nación. Sistema nacional de archivo. Guía para la implementación de programas de un programa de gestión documental. Bogotá: AGN.SNA, 2005. 61 P. 1 ANEXO: Documentos de trabajo.
- COLOMBIA. Archivo general de la nación. Sistema nacional de archivos. Guía para, Op., p.12.
- CHÁVEZ MONTEJO, Yarelys y PÉREZ SOUSA, H. (2013). Gestión documental, gestión de información y gestión del conocimiento: nociones e interrelaciones. Anales de investigación. 8 (8-9), 222-2227.
- Decreto 1798 de 1990 artículo 31. Conservación de libros y papeles de los comerciantes.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNANDEZ COLLADO, Carlos; y BAPTISTA LUCIO, María del Pilar. 2007. Fundamentos de metodología de la Investigación. Madrid: Mc Graw Hill, 2007. p.60.
- ICONTEC. Compendio de normas técnicas colombianas sobre documentación. Bogotá, 2002.
- Juan Manuel Morales Daza, O. G. (2016). Estudio Sobre Las Tendencias De La Administración De Archivos En. Bogotá.
- LEY 594 DE 2000, Reglamentada parcialmente por los Decretos Nacionales 4124 de 2004, 1100 de 2014. Por medio de la cual se dicta la Ley General de Archivos y se dictan otras disposiciones.
- Norma ISO 15489-1(2001). Información y documentación – Gestión de documentos. [en línea] disponible en <http://www.informacionpublicapgr.gob.sv/descargables/sia/normativa-internacional/GESTexto>



- SÁNCHEZ, Arcángel. (2014). La gestión de documentos como estrategia de innovación empresarial. *Enl@ce Revista venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 11 (2), 25-50.
- VÁZQUEZ, Manuel. *Administración de documentos y archivos. Planteos para el siglo XXI*. Buenos Aires: Alfagrama, 2006.



BENEFICIOS ECONÓMICOS DE LA ACTIVIDAD DEL RECICLAJE DE RESIDUOS PLÁSTICOS REALIZADA POR LOS HABITANTES DEL MUNICIPIO DE SABANALARGA, ATLÁNTICO

Yarly Cecilia Reid García⁴, Fredys Padilla González⁵, Wilfred Vilardy Naggle⁶

RESUMEN

Se pretende determinar con el presente proyecto el potencial de aprovechamiento de los residuos plásticos como oportunidad socio económica para los habitantes del Municipio de Sabanalarga a través de procesos de transformación y comercialización, teniendo en cuenta la perspectiva económica, ambiental y social en el marco del desarrollo sostenible. El diseño del presente proyecto es una investigación descriptiva, ya que busca estudiar los hechos y comportamiento en el Municipio de Sabanalarga, Atlántico con relación al aprovechamiento de los residuos sólidos como oportunidad socio-económica. En la fase de intervención se abarcan distintas actividades tanto con los adultos como con los niños, las cuales persiguen el objetivo de la concientización, y requerían de la intervención de algunos líderes de la comunidad. Los resultados es brindar una oportunidad factible de aprovechamiento con un claro beneficio socio-económico y ambiental para la comunidad de recicladores del municipio mediante el potencial reciclaje de residuos plásticos mensuales.

Palabras clave: Residuos Plásticos, Aprovechamiento, Habitantes, Modelo de Oportunidad Socioeconómica, Recicladores.

ABSTRACT

The present project aims to determine the potential for using plastic waste as a socio-economic opportunity for the inhabitants of the Municipality of Sabanalarga through transformation and commercialization processes, taking into account the economic, environmental and social perspective within the framework of development. Sustainable the design of this project is a descriptive investigation, since it seeks to study the facts and behavior in the Municipality of Sabanalarga, Atlántico in relation to the use of solid waste as a socio-economic opportunity. The intervention phase includes different activities with both adults and children, which pursue the objective of raising awareness, and required the intervention of some community leaders. The results is to provide a feasible opportunity for exploitation with a clear socio-economic and environmental benefit for the community of recyclers in the municipality through the potential recycling of monthly plastic waste.

⁴ Yarly Cecilia Reid García. Administrador de empresa UNAD. Especialista en Entornos Virtuales de Aprendizaje Universidad de Panamá. Magister en Entornos Virtuales de Aprendizaje. Universidad Técnica Nacional de Costa Rica. Filial Institucional UNAD, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3876-9718>, Correo. yarly.reid@unad.edu.co.

⁵ Fredys Padilla González, Contador Público, Especialista en Educación Superior a Distancia, Magister en Mercadeo, Candidato a Magister en Finanzas, Doctor en Gestión de la Innovación. Filial Institucional UNAD, ORCID <https://orcid.org/0000-0002-9927-1585>, Correo. fredys.padilla@unad.edu.co

⁶ Wilfred Vilardy Naggles, Economista, Especialista en Gerencia de Empresas, Magister en Gerencia de Proyectos de Investigación y Desarrollo, Doctor en Ciencias Gerencias y PosDoctor en Gestión en las Organizaciones y PosDoctor en Gerencia Publica y Gobierno. Filial Institucional UNAD, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5201-6539>, Correo. wilfred.vilardy@unad.edu.co



Keywords: Plastic Waste, Use, Inhabitants, Socioeconomic Opportunity Model, Recyclers

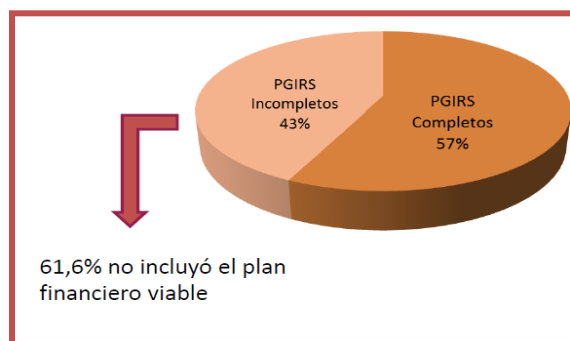
INTRODUCCIÓN

El manejo de los residuos sólidos en los municipios es una gran labor la cual debe ser realizada en acompañamiento con la comunidad, considerando siempre sus hábitos, costumbres y los intereses que tiene cada persona, para así poder establecer las estrategias que se puedan acoplar al estudio de vida de sus habitantes; se deben además tener en cuenta factores que son de gran importancia como las cantidades de residuos sólidos que se generan en la población y su composición física.

Actualmente, la normatividad ambiental colombiana tiene como una exigencia en particular que los recicladores de oficio se encuentren vinculado a los Planes de Gestión Integral de Residuos (PGIRS) Municipales, por ello, es necesario que se realice un censo de recicladores, que les permita poder identificar el total de personas que hacen parte del reciclaje, de esta manera poder focalizar las acciones positivas para estas localidades que se encuentran en vulnerabilidad.

En Colombia los PGIRS se reglamentaban anteriormente con la Resolución 1045 de 2003, la cual establecía que los componentes mínimos del Plan de Gestión Integra de Residuos Sólido, bajo esta resolución los Municipios no cumplían cabalmente lo que exigía la Norma, así como se puede ver en la web del Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio (2014), donde se establece que de todos los PGIRS implementados en todo el país, un 57 % de estos se encontraban acorde con la resolución y 43 % de los municipios presentaron PGIRS incompletos.

Figura 1. Nivel de Cumplimiento de Metodología establecida en la Resolución 1045



Fuente: Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio (2014)

Con la entrada en vigencia de la Resolución 0754 de 2014, la Alcaldía de Sabanalarga hace la elaboración del Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos del Municipio de Sabanalarga 2015, planteando como objetivo garantizar el mejoramiento continuo del manejo de residuos sólidos y la cobertura del servicio público de aseo del municipio.

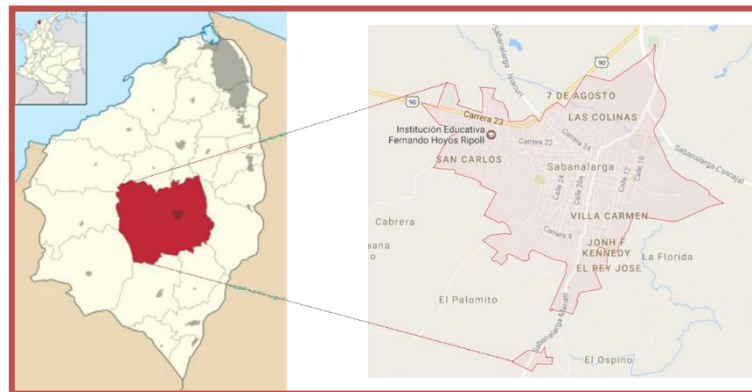


El PGIRS contiene una línea base, que realiza un diagnóstico de la situación actual en cuanto al manejo de los residuos sólidos, los objetivos y metas, así como los programas y proyectos para su implementación. El municipio tuvo en cuenta que “los objetivos y metas planteados se ven materializados a través de programas y proyectos viables y sostenibles enfocados a cada uno de los componentes del servicio.

Un aspecto importante de la línea base de un PGIRS es la caracterización de residuos sólidos, debido a que esto permite conocer las cantidades de residuos generados en el municipio. Sabanalarga, dentro de su PGIRS no cuenta con este estudio, pero en otras ciudades de Colombia se ha realizado con éxito el estudio.

La propuesta es realizada en el Municipio de Sabanalarga, se encuentra ubicado en el departamento del Atlántico, Colombia, es un territorio llano, de clima cálido con una temperatura promedio de 28°C. Cuenta con una cabecera municipal y siete (7) corregimientos: Aguada de Pablo, Cascajal, La Peña, Molineros, Gallego, Isabel López, Colombia. Adicionalmente existen doce (12) veredas: Guacamayo, Cuatro Caminos, El Agudo, Camino de Biam, Camino Blanco, El Playón, El Uvito, Charcolata, San Jacinto, Camino Santo Tomás, Arroyo de Ceiba, Cumaco, y Siete (7) caseríos: La Piedra, Las Delicias, San Andrés, Mirador, Patilla, María, y Flecha. La distancia a Barranquilla es de 41 Km por la denominada Vía Cordialidad, está ubicada a una Altura sobre el Nivel del Mar de 99 metros, en las coordenadas geográficas 10° 37' 57" Latitud Norte y 8° 74' 55" Longitud al oeste del Meridiano de Greenwich, el área Municipal es de 414 Kilómetros cuadrados, los cuales equivalen a un 12.66% del área total del Departamento. Limita al Norte con Piojó, Usiacurí, Baranoa, Polonuevo, al Sur con Manatí y Candelaria, al este con Ponedera y al oeste con Repelón y Luruaco como se muestra en la figura 2.

Figura 2. Mapa de Sabanalarga Atlántico.



Fuente: Google maps

A partir de la presente propuesta, se logró establecer las características físicas de los residuos sólidos producidos en el municipio de Sabanalarga, además de obtener datos relevantes sobre la población del municipio, los recicladores y los centros de acopio o bodegas de reciclaje, para así complementar la línea base del PGIRS de Sabanalarga.



Muchos de los empleos que han sido creado con la actividad del reciclaje informal, si bien disminuye la presión sobre los recursos naturales, no son considerados empleos dignos por los diversos peligros para la salud de las personas encargadas de la actividad así como también de sus familias, el alto nivel de informalidad y los bajos ingresos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

El principal recurso natural de Sabanalarga son sus tierras; la problemática ambiental gira en torno a la contaminación por la laguna de oxidación, manejo inadecuado de basuras, explotación de terrenos con piedriche y arena para construcción en los sectores de Mirador, Molineros y Gallego; contaminación del aire en época de sequía, inundaciones producidas por los arroyos y caños; erosión a nivel rural y urbano; mala operación del matadero; falta de alcantarillado en el sector rural; contaminación por ruido automotor, y ausencia de parques recreacionales.. (Alcaldía de Sabanalarga, 2016)

Esta circunstancia, demuestra el poco estado de conciencia que existe dentro de la población sobre el fenómeno de la acumulación de desechos sólidos. La falta de preocupación por parte de líderes comunitarios en emplear estrategias que permitan mejorar la calidad de vida de todos sus habitantes, de una formación integral en las familia y la carencia de información adecuada sobre el cuidado, conservación del medio ambiente y el uso eficaz de las 3 R (reducir, reutilizar y reciclar), hacen necesario, y de manera urgente, la creación de un plan de trabajo coordinado por miembros activos de la comunidad quienes deben enfocarse única y exclusivamente en ayudar a mejorar la calidad de vida de todos los integrantes de este sector. (Távora, 2014).

En el Municipio de Sabanalarga son constante las quejas que tienen las autoridades con relación a la poca educación de cultura ciudadana para el adecuado manejo de residuos sólidos como son el plástico, pero también existen quejas por parte de la ciudadanía de las irregularidades de las autoridades para el debido cumplimiento de su papel frente a la temática y a la falta de espacios educativos para responder de forma proactiva en comunidades (Alcaldía de Sabanalarga, 2019). Las consecuencias de la falta de educación, orientación y cultura ciudadana ambiental las asume el ecosistema debido a que el manejo inadecuado de residuos sólidos repercute en la decadencia de los ecosistemas urbanos y rurales.

El asunto del reciclaje y los residuos sólido es importante para el municipio, su prioridad en este tema radica en los conocimientos que los habitantes pueden adquirir, para ello es necesario brindar información que les permita hacer un análisis de la situación actual y de las diversas mejoras que la actividad de residuos sólidos tengan con el hecho de ser partícipes de una buena cultura del reciclaje, incentivando a las personas a tener sentido de pertenencia en este tema y los aportes positivos que pueden hacer conociendo sus beneficios y al medio ambiente para beneficiar al municipio, a la región y al planeta.



La importancia que se genera en el desarrollo de esta investigación está orientada a los beneficios sociales y económicos que los habitantes del Municipio de Sabanalarga (Atlántico) acceden con el aprovechamiento de la recolección clasificación, depósito y posterior comercialización de los residuos plásticos recolectados en toda la cabecera del Municipio, partiendo de los aspectos sociales y ambientales, el proyecto genera beneficio a toda la comunidad en general ya que se mantendrá una ciudad limpia y un ambiente sano para todos; y desde el punto de vista económico, el proyecto está dirigido a las comunidades recicladoras, madres cabezas de hogar, trabajadores independientes y otros ciudadanos, para que le genere una fuente de ingreso para su sustento diario.

La propuesta es importante debido a que está dirigida a los habitantes del Municipio de Sabanalarga, Atlántico y la generación de nuevos modelos de oportunidades a través del aprovechamiento de los residuos plásticos generados en el Municipio, como alternativas para la generación de fuentes de ingreso en actividades oficialmente desarrolladas bajo unos parámetros legales. Por medio de la creación y consolidación de este proyecto económico, social y ambiental se pretende promover la comercialización y reutilización de envases plásticos PI como herramienta de sensibilización social que permita despertar en los habitantes de este sector un sentido de pertenencia frente al lugar donde residen y frente a la madre tierra, de la cual todos forman parte, convirtiéndose así en un mecanismo que ayude a la conservación y cuidado del medio ambiente, así también como fuente de ingreso para su población.

OBJETIVO GENERAL

Determinar los beneficios socioeconómicos producto de la actividad del reciclaje de residuos plásticos realizada por los habitantes del Municipio de Sabanalarga, Atlántico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar los impactos al medio ambiente generados de la actividad del reciclaje de residuos plásticos realizada por los habitantes del Municipio de Sabanalarga, Atlántico.

Establecer el Plan de administración de los residuos sólidos producto de la actividad del reciclaje de residuos plásticos realizada por los habitantes del Municipio de Sabanalarga, Atlántico.

REFERENTE TEORICO

Dentro del rastreo se encuentra la propuesta de un programa para el manejo de los residuos sólidos en la plaza de mercado de cerete – córdoba, realizada por Natalia López Rivera, quien expone que En las plazas de mercado se producen unos volúmenes considerables de residuos sólidos los cuales son una de las principales causas que contribuyen a la contaminación ambiental. En la única central de abastos del municipio de Cereté (Córdoba) “CEREABASTOS”; se presenta una situación ambiental bastante preocupante; porque no se realiza correctamente el manejo integral de estos que se generan allí; los cuales evidencian



impactos ambientales muy altos, que fueron arrojados por la evaluación de impacto ambiental.

Residuos Sólidos

La Comisión Europea define el término residuo como cualquier sustancia u objeto perteneciente al Catálogo Europeo de Residuos (CER) y del cual su poseedor se desprende o tiene la intención o la obligación de desprenderse. También la define los residuos como un “resto” o material que pierde utilidad tras haber cumplido con su misión o servido para realizar un determinado fin, mientras que la Real Academia de la Lengua define residuo como cualquier material que queda como inservible después de haber realizado un trabajo u operación.

La clasificación de los residuos puede responder a diferentes criterios entre los cuales se encuentra, la naturaleza de su origen (mineros, agrícolas, hospitalarios, urbanos, etc.), el material del que están compuestos (vidrio, papel, metal, plástico, etc.), o sus potenciales efectos (peligrosos, inertes, etc).

Los criterios que son más utilizados en la clasificación según su estado físicos se enmarcan en tres grandes tipos de residuos: 1. Emisiones a la atmósfera, 2. Vertidos líquidos y 3. Residuos sólidos. (Artaraz Miñon, 2010). Los residuos se pueden clasificar de acuerdo con cuatro criterios, 1) Según su estado físico, 2) Según el origen de los residuos, 3) Según su composición y 4) Según su peligrosidad.

Gestión Integral de residuos sólidos:

La gestión procura la recuperación, el transporte y el tratamiento diferenciado de los residuos sólidos, conforme el tipo de residuo y su potencial de aprovechamiento, se entiende como aprovechamiento el proceso mediante el cual, a través de un manejo integral de los materiales recuperados se reincorporan al ciclo económico y productivo en forma eficiente, por medio de la reutilización, el reciclaje, la incineración con fines de generación de energía, el compostaje o cualquier otra modalidad que conlleve beneficios sanitarios, ambientales y/o económicos.(Guía para la implementación de la Gestión Integral de Residuos – GTC 86.

Teniendo en cuenta este enfoque se supone lograr desarrollar un sistema de gestión medio ambiental sostenible y que esté económicamente factible y aceptable socialmente; con el propósito definitivo de aplicar la idea de la sostenibilidad a la gestión de residuos, dicho concepto ha adquirido una importancia relevante en las últimas décadas. La gestión integral comprende varias etapas desde su generación entre las que se encuentran la separación en la fuente, recolección, transferencia y transporte, aprovechamiento, tratamiento y su disposición final. (CONPES 3874., 2016).

Normatividad Residuos Sólidos en Colombia

El manejo de los residuos sólidos en el país, históricamente, se ha hecho en función de la estación del servicio de aseo el cual ha registrado avances significativos a partir de las diversas reformas institucionales que fueron implementada con la Constitución Política de Colombia de 1991 y la Ley 142 de 1994, las cuales han permitido fortalecer la



descentralización y posibilitaron además el paso de la prestación de forma directa por parte del Estado Colombiano a una prestación por medio de empresas públicas o privadas de manejo independiente, permitiendo con ello incorporar elementos de economía de mercado con el fin de aumentar la cobertura, la eficiencia y la calidad de los servicios públicos. (PGIRS Cali, 2015).

Aprovechamiento de Residuos

La guía para la implementación de la gestión integral de residuos -GTC 86-, define aprovechamiento de residuos como “el proceso mediante el cual, a través de un manejo integral de los residuos sólidos, los materiales recuperados se reincorporan al ciclo económico y productivo en forma eficiente, por medio de la reutilización, el reciclaje, la incineración con fines de generación de energía, el compostaje o cualquier otra modalidad que conlleve beneficios sanitarios, ambientales, sociales y/o económicos”. Desde la política nacional para la gestión de los residuos sólidos que es definida como la “actividad complementaria del servicio público de aseo que comprende la recolección de residuos aprovechables separados en la fuente por los usuarios, el transporte selectivo hasta la estación de clasificación y aprovechamiento o hasta la planta de aprovechamiento, así como su clasificación y pesaje”. Así mismo es importante precisar que para esta investigación por su definición y un mejor acercamiento al caso de estudio se empleara la definición de la GTC86.

El mercado del plástico reciclado Es el mercado más complejo y el que menos información disponible existe porque la demanda de este material está dispersa y fundamentalmente atiende a los micros y pequeños empresarios dedicados a producir una gran variedad de artículos de variado uso y destino. Hay un segmento de mediana empresa para aprovechamiento de PET principalmente Codesarrollo, Coperenka y Aproplast; como gran empresa se encuentra ENKA de Colombia, que adquiere preferiblemente PET. (Asociación Colombiana de Plásticos, 2018)

METODOLOGIA

El tipo de investigación aplicada a la presente propuesta relacionada con los beneficios socioeconómicos de la actividad del reciclaje en el Municipio de Sabanalarga, Atlántico de descriptivo, “se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (Hernández, 2014, p., 148)

Con este tipo de investigación se detalla algunas características fundamentales del fenómeno homogéneo estudiado; luego se registra la información obtenida según ocurran los fenómenos dados; en este caso, la información de los recicladores y la empresa de aseo del Municipio de Sabanalarga; sin embargo, según el análisis realizado y el alcance que tiene la investigación también se puede afirmar que es cuasi experimental, ya que existe una relación de causa – efecto o relación causal, teniendo en cuenta que el manejo de los procesos se



realizan sin tener en consideración algunos parámetros o factores físicos químicos que afectan su calidad, como el contenido de humedad, la composición bioquímica, entre otros

Las fuentes referentes para la recolección de la información son primarias y secundarias, que fueron de gran importancia para la consecución de los resultados, entre ellas las indagaciones de las familias, de los centros de acopio, los recicladores, la búsqueda de información con la empresa de aseo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN PARCIALES O FINALES

Las características de la población que conforman el Municipio de Sabanalarga, Atlántico con respecto a sus hábitos y costumbre se ha convertido en una gran importancia en la generación de los residuos sólidos, por ello es necesario conocer los beneficios socioeconómicos que genera esta actividad en los habitantes del municipio. Las mujeres son las que llevan el liderato en el manejo de los residuos sólidos en el hogar, por ende, son ellas, las que se les debe brindar una capacitación para el buen manejo de estos residuos, para que transmitan los conocimientos adquiridos y los beneficios socioeconómicos que esta actividad tiene y se mejore la gestión de los residuos sólidos. En cuanto a la educación, la mayoría de los habitantes no tuvieron la oportunidad de terminar los estudios secundarios, lo que permite concluir que no tienen una buena instrucción con la temática de los residuos sólidos.

Los centros de acopio con que cuentan el municipio son en total 8 centros, distribuidas por bodegas en diferentes puntos del Municipio, ellos son: Reciclaje Don Arturo, Reciclar Sabanalarga, La Monteriana, Recicladora primero de Mayo, Recicladora Don Gustavo, Recicladora La Unión N. 2 y Recuperadora Luferol. En la búsqueda de información de estos centros de acopios se pudo indagar que los habitantes del Municipio no realizan ningún tipo de separación de residuos, esto significa que desconocen la importancia de la separación de estos residuos depositándolos todo lo que generan en los hogares en los recipientes que recogen la empresa Triple AAA, desconociendo además los beneficios socioeconómicos de dichos residuos.

Según los datos relevados, la mayor parte de los recicladores del Municipio de Sabanalarga, Atlántico poseen una gran experiencia laboral, ya que en un 20% y 30% tendrían 16 años trabajando en el sector. En algunas localidades como Aguada de Pablo, Isabel López, La Peña y Molineros se halla una mayor proporción de recicladores. Las formas y motivaciones de ingreso en la actividad del reciclaje tienen muchas variaciones. Es necesario resaltar, que en estas localidades es un espacio residual para trabajadores que no tienen cavidad en el trabajo formal

Por otro lado, una mayor parte de ellos, son mayoristas, afirman que han adoptado por realizar esta actividad por su informalidad y flexibilidad, ya que les permite un fácil acceso como medio de sustentación, una forma de ingreso y además de trabajar por cuenta propia. Otro grupo de recicladores manifiestan que este trabajo lo asumen porque es una herencia familia; datos que denotan que gran parte de los recicladores del municipio, una vez que ingresan a este mundo laboral tienen sentido de pertenencia por le actividad realizándolo de



forma constante, se identifican con ella, más allá de las diferentes eventualidades personales que se presenten o los cambios existentes en el mercado laboral.

Con relación a las expectativas laborales en el futuro, la mayoría de los recicladores del Municipio dicen que continúan con esa actividad, aunque algunos manifiestan que observan problemas y riesgos en la misma, como son la transmisión de enfermedades, los riesgos para la salud, las diferentes variaciones en los ingresos que en algunos casos son muy bajos, algunos de ellos tienen como expectativa cambiar de actividad para el mejoramiento de la situación y calidad de vida.

La disposición de los residuos en los sitios sanitarios que son controlados por la Administración Municipal, son un gran avance que mejora la calidad de vida de los asentamientos rurales y urbanos del país, por ello la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) ha hecho indicaciones afirmando “que los rellenos sanitarios crean incentivos que no contribuyen a reducir la generación de los residuos, ni tampoco a aumentar la eficiencia energética y promover el reciclaje” (CEPAL, 2010).

Cuando la disposición final se muestre como la técnica de menor costo económico a un mediano y largo plazo no es sustentable, ya que a diario requiere más superficie para realizar la disposición de residuos, muchos de ellos son recuperables de forma potencial. Si bien es cierto, el uso de tecnologías ha permitido reducir los impactos que han provocado los residuos sólidos, aún persisten los efectos negativos para la salud y al ambiente de los pobladores

Por ello, es necesario que se avance en la búsqueda de soluciones integrales y sostenibles para realizar una buena gestión de los residuos del Municipio de Sabanalarga. En este sentido, la actividad del reciclaje surge como una gran alternativa de valorización de los residuos del Municipio que es muy distinta a la disposición final.

Esto implica que el aprovechamiento que los pobladores le dan a los recursos materiales de los residuos para la fabricación de nuevos productos, para los pobladores, técnicamente hablando, el reciclaje tiene que ver con tratamientos físicos - químico aplicados a productos que ya tuvieron su ciclo de vida, con el fin de obtener de ellos materias primas para la realización de nuevos productos

Los beneficios del reciclaje en el Municipio tienen variaciones; uno de ellos, es la reducción de los gases de efecto invernadero como consecuencia de las emisiones evitadas para la fabricación del material virgen, así como también los beneficios de esta actividad que es llevada por los recicladores de base se pueden considerar como los mismos del reciclaje convencional, además se puede mencionar que existe una reducción de contaminantes de las localidades, en especial con el material particulado, esto debido que para obtener el material reciclable, los recicladores utilizan diferentes instrumentos, algunos carritos improvisados, otros carretillas, su recorrido lo realizan por las rutas urbanas habituales para ellos; donde inician su recolección de los materiales reciclable, procediendo primeramente a su selección desde el lugar de disposición para luego transportarlo hacia los lugares de acopios que existen en el municipio y realizar la venta.



CONCLUSIONES

La importancia que se genera en el desarrollo de esta investigación está orientada a los beneficios sociales y económicos que los habitantes del Municipio de Sabanalarga (Atlántico) acceden con el aprovechamiento de la recolección, clasificación, depósito y posterior comercialización de los residuos plásticos recolectados en toda la cabecera del Municipio, partiendo de los aspectos sociales y ambientales, el proyecto genera beneficio a toda la comunidad en general ya que se mantendrá una ciudad limpia y un ambiente sano para todos; y desde el punto de vista económico, el proyecto está dirigido a las comunidades recicladoras, madres cabezas de hogar, trabajadores independientes y otros ciudadanos, para que le genere una fuente de ingreso para su sustento diario.

El modelo de oportunidad socioeconómica a través del aprovechamiento de los residuos plásticos tiene como principal alcance ofrecer soluciones para una vida más saludable y de mejor calidad de los habitantes del Municipio de Sabanalarga, Atlántico. Si la gestión de los desechos es más eficiente y eficaz se tendrá una mejor calidad de vida y oportunidad para el empleo de sus habitantes.

BIBLIOGRAFIA

- Arias, R. (2016, 17 de enero). El Dane ya avanza en el nuevo censo de población. El Colombiano. Recuperado de: <http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/el-dane-avanza-en-el-censo-poblacional-2016-EE3446699>.
- Alcaldía de Sabanalarga. (2016). Plan de Desarrollo Municipal 2016 - 2019. Obtenido de <http://www.sabanalarga-atlantico.gov.co/apc-aa-files/37343631366434653661316362623937/plan-de-desarrollo-2016-2019-carey-web-.pdf>
- Alcaldía de Sabanalarga. (2009). Diagnóstico sobre el Desarrollo Sostenible Municipal. Obtenido de http://sabanalarga-atlantico.gov.co/apc-aa-files/30633131346238376464633466306265/DIAGNOSTICO_DEL_MUNICIPIO_DE_SABANALARGA_2006.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, L. (2014). Metodología de la investigación. México, sexta edición, 2014. Editorial McGraw Hill Education.
- European Commission. (2011). European Economic Forecast - Autumn 2011. Recuperado el 07 de febrero de 2017, de http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/european_economy/2011/pdf/ee-2011-6_en.pdf.
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación - Icontec. GTC53-2:2004_Guia Aprovechamiento Residuos Sólidos Plásticos
- Jaramillo, G., & Zapata, L. (2008). Aprovechamiento de los Residuos Sólidos Orgánicos en Colombia. Medellín: Monografía para optar el título de Especialistas en Gestión
- Parra, F. (2015). Reciclaje: ¡Sí, pero con recicladores! Bogotá: Wiego.
- Távara, R. R. (2004). Propuesta de reciclaje mecánico de plásticos en la ciudad de Piura. Repositorio Institucional PIRHUA - Universidad de Piura.



- UNAD. (28 de diciembre de 2016). Clasificación de residuos sólidos aprovechables. Obtenido de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/358043/exe/leccin_2_clasificacin_de_residuos_slidos_aprovechables.html.



NORMA APA: PRINCIPALES CAMBIOS EN LA SÉPTIMA EDICIÓN

David Ávila Guayaquil⁷

RESUMEN

Este estudio implementó componentes de un enfoque cuantitativo, con un diseño de tipo transeccional descriptivo. Los objetivos de la investigación eran presentar la actual edición de la norma APA, determinar el conocimiento de la misma en la población educativa y profesional, establecer la necesidad de acceder a canales de entrenamiento sobre el tema e identificar las metodologías más apropiadas para un modelo de distribución de contenido. Mediante una revisión bibliográfica, se puntualizaron los cambios más importantes de la séptima edición de la norma, publicada a finales del 2019. Posteriormente, se llevaron a cabo encuestas en varios países de Latinoamérica, tomando en cuenta a estudiantes, docentes y profesionales, con un diverso nivel de instrucción, en el que predominaron el de educación superior y el de maestría. Entre los hallazgos, se determinó que falta implementar programas de formación en todos los aspectos de la norma, existiendo mayor carencia en la citación de fuentes bibliográficas, sin dejar de lado los lineamientos de estilo y de formato, al momento de realizar un informe de investigación. Finalmente se recomienda trabajar en paradigmas de tutoría, de preferencia, basados en entornos virtuales.

Palabras clave: Norma APA, trabajos de investigación, tesis de maestría, tesis de doctorado

ABSTRACT

This study implemented components of a quantitative approach, with a descriptive cross-sectional design. The aims of the research were to present the current edition of the APA Style, to assess the levels of subject knowledge in students, teachers and professionals, to establish the need of access to training channels on the matter, in order to identify the most appropriate methodologies for a content model for distribution. This paper outlined, through a bibliographical review, the most important changes of the seventh edition, which was published in the end of 2019. A subsequent online survey was conducted within several countries in Latin American, considering students, teachers and professionals, with degrees at various levels, in which mostly bachelors and masters. Among the findings, it was determined that it is strongly necessary to implement training programs in all aspects of the standard, with a greater focus on bibliographic citation, before styling and format guidelines, for writing a research paper. Finally, future work on a tutoring model is suggested, preferably based on virtual environments.

Keywords: APA Style, research papers, master's thesis, PhD thesis

⁷David Ávila es Asesor Académico de Investigación, Tesis de Grados, Maestrías y Doctorados. Guayaquil, Ecuador cientesis@gmail.com



INTRODUCCIÓN

Desde su origen, en el año 1.929, el objetivo de la Norma APA ha sido facilitar la comprensión lectora de trabajos científicos, estableciendo procedimientos sencillos en una guía estilizada (“About APA Style,” 2019). La norma es un estándar, al cual se puede hacer referencia en el caso de que existan dudas, con excepciones que serán necesarias en ciertas circunstancias (Bentley & et al, 1929). Asimismo, la Norma APA ofrece una guía muy clara y específica para presentar reportes o informes estadísticos (Daniels & Minot, 2020). El presente trabajo intenta demostrar la importancia de aplicar estándares, en este caso particular, en cuanto a la investigación. Lo que motivó el planteamiento de este tema, es la variedad de falencias encontradas en la aplicación de la Norma APA, a nivel de Latinoamérica. Ante lo cual, se pretende hacer un acercamiento, para diagnosticar la magnitud del problema, buscar la raíz del mismo y dejar campo abierto para que en futuras investigaciones se propongan, desarrollen e implementen modelos de entrenamiento y evaluación.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Según el Instituto Internacional de la UNESCO para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC), desde el 2017 la movilidad académica en Latinoamérica es de aproximadamente 312 mil estudiantes, de los cuales solo 120 mil se quedan en la región; haciendo de esta la segunda con el menor registro de crecimiento en este aspecto importante (“The UNESCO-IESALC Campaign Convenes University Students and Higher Education Graduates to Share Their Academic Experience Abroad – UNESCO-IESALC,” 2021). Esto demuestra la baja capacidad de internacionalización, que, si bien es cierto que puede haber mejorado un poco con respecto a décadas pasadas, sigue siendo preocupante en un contexto global; más aún, tomando en consideración la velocidad con la que evolucionan y se expanden las áreas del conocimiento en la actualidad. Lo anterior no es coincidencia, sino más bien un fenómeno emergente; que, como tal, debe ser revertido hacia la innovación social. La UNESCO estima que hacia el 2020, el sistema de educación superior en Latinoamérica contaba con poco más de un millón de docentes y alrededor de 28 millones de estudiantes (“UIS Statistics,” n.d.). Si como acabamos de mencionar, al ser un efecto del comportamiento colectivo, el cambio de rumbo depende de un giro al mejoramiento continuo, acompañado de estándares que tracen aristas colaborativas de enseñanza y aprendizaje. Para exponer una justificación al presente estudio, se deben responder dos grandes preguntas con respecto al tema: ¿Por qué un formato estandarizado? ¿Cuál es la necesidad de citar a las fuentes de investigación?

En respuesta a lo primero, hemos mencionado estándares y debemos empezar por lo más básico. Es importante destacar que generalmente se define a la investigación como la creación del conocimiento (Daniels & Minot, 2020); como tal, requiere que su presentación sea atractiva y de fácil entendimiento para una difusión más efectiva y eficiente. Precisamente, es notoria la falta de un criterio estandarizado entre docentes, instituciones educativas y más evidente aún, entre diferentes países de la misma región. Esto toma mayor significancia con las doctrinas contemporáneas de inclusión, igualdad y de sostenibilidad social.



Con respecto a la segunda pregunta, ¿Por qué debemos citar? No solamente está el evitar apropiarse indebidamente de lo ajeno por una cuestión de ética, que ya debería ser una razón suficiente; pues, debemos dar crédito al autor original de las ideas o conocimientos que hemos tomado prestados. Del mismo modo, es oportuno que se blinden con credibilidad los argumentos, que se conecten las ideas con coherencia. Mientras, se le da la posibilidad al lector de que pueda consultar las referencias, en caso de que necesite complementar el conocimiento para proyectos futuros.

OBJETIVO GENERAL

Determinar la necesidad de entrenamiento sobre la Norma APA a nivel de Latinoamérica y los medios más apropiados para una solución.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Detallar las principales modificaciones y extensiones de la séptima edición de la Norma APA.
- Determinar el nivel de conocimiento de estudiantes, docentes y profesionales en América Latina sobre la Norma APA, específicamente la séptima edición y las áreas que requieren mayor refuerzo, mediante encuestas.
- Identificar los medios y canales apropiados para impartir tutorías de la Norma APA a estudiantes, docentes y profesionales en América Latina.

REFERENTE TEORICO

En el manual de publicación de la séptima edición de la Norma APA se ha realizado una expansión significativa de reglas, la actual edición hace énfasis en la accesibilidad y la legibilidad (American Psychological Association [APA], 2019). Por cuestiones de tiempo y espacio, describiremos las modificaciones más importantes a la norma y en las que se detecta mayor necesidad de un refuerzo.

Tipo de Letra

Los lineamientos para el tipo de letra han sido revisados con expertos en Accesibilidad. Con lo cual, se ha determinado que el tipo de letra debe prestar las mismas facilidades de entendimiento para todos los usuarios (legibilidad). Ver (2019, sec. 2.19 de la Norma). Es así, que el tipo de letra puede ser Sin Gracia (Sans Serif): Calibri 11, Ariel 11 o Lucida Sans Unicode 10; o puede ser Con Gracia (Serif): Times New Roman 12, Georgia 11 o Computer Modern 10 (LaTeX). El autor puede elegir otros tipos de letra, siempre y cuando mantengan los estándares de legibilidad.

Encabezado de Página (Page Header)

Todo trabajo debe tener el número de página, alineado a la derecha, en el encabezado de cada página, siendo la portada la página 1. Los trabajos destinados para publicación deben



tener el título corto (running head) en el encabezado, alineado a la izquierda. Los trabajos académicos no requieren título corto en el encabezado, a menos que sea solicitado por el tutor o por la institución. Ver (2019, sec. 2.18 de la Norma).

Extensión del Trabajo

La extensión del trabajo se mide usando el contador de palabras, en lugar del número de páginas. Ver (2019, sec. 2.25 de la Norma).

Interlineado o Espaciado

Doble espaciado o interlineado a lo largo de todo el documento con excepciones. Sin saltos de línea entre párrafos ni títulos con excepciones en determinados apartados, todo el texto debe ir de corrido. Ver (2019, sec. 2.21 de la Norma).

Portada

Doble espaciado con un salto de línea adicional entre el título del documento y el pie de autor (autor o autores y la institución/organización a la que pertenecen). Al menos un salto de página adicional entre la última afiliación del autor y cualquier nota adicional de autor.

Títulos

No es necesario agregar saltos de línea adicionales ni antes ni después de los títulos.

Tablas y Figuras

Las palabras en las celdas de la tabla o en el texto de la imagen dentro de una figura puede tener espaciado (interlineado) sencillo, 1.5 o doble, mientras sea la forma más efectiva para mostrar la información. Si la tabla o figura aparece en la misma página que el texto del documento, agregar un salto de línea ente el texto y la tabla o figura, para facilitar la visualización.

Nota al pie (footnote)

Si aparecen al final de la misma página en la que se mencionan, deben tener interlineado sencillo. Si aparecen en páginas de un apartado propio, como después del apartado de Referencias, deben tener el mismo formato de un párrafo normal, sangría y doble interlineado.

Ecuaciones

Está permitido aplicar interlineado triple o cuádruple en situaciones especiales, inclusive antes o después de la ecuación.

Márgenes Ver (2019, sec. 2.22 de la Norma).

Todos los márgenes deben ser de 2.5 cm (1 pulgada).

Disertaciones y Tesis

La institución podría solicitar un margen izquierdo de 3.81cm (1.5 pulgadas). Por ejemplo, si el documento será encuadernado.



Alineación de Párrafos

Los párrafos deben ser alineados a la izquierda sin ser justificados; es decir, sin agregar espacios entre palabras para alinear automáticamente los márgenes de cada línea. No agregar manualmente espacios entre palabras ni utilizar guion (-) para separar palabras al final de una línea. Ver (2019, sec. 2.23 de la Norma). No se deben insertar saltos de línea para separar enlaces (URLs) o DOI's, a menos que sea aplicado automáticamente por el software procesador de texto.

Sangría

Se debe aplicar sangría de 1.27 cm (0.5 pulgadas) a cada párrafo, las demás líneas del mismo párrafo deben estar alineadas a la izquierda. La configuración por defecto en la mayoría de aplicaciones para el proceso de palabras es aceptable. Ver (2019, sec. 2.24 de la Norma). Las excepciones a esta norma son las siguientes:

- En la portada, el título (en negrilla), los autores (byline) con sus respectivas afiliaciones, deben ser centrados. Adicionalmente, en el caso de trabajos académicos, esto también aplica para el número y nombre del curso, nombre del instructor y la fecha de entrega.
- Deben ir en negrillas y centrados, los títulos de sección; como las Notas de Autor, el Resumen, el Abstract, el Título del trabajo en la primera página del cuerpo del mismo, las Referencias, las Notas de pie (de estar en una sección propia aparte), el Apéndice o los Anexos, etc.
- La primera línea del Resumen y del Abstract debe ser alineada a la izquierda y sin sangría.
- Tampoco debe aplicarse sangría en los títulos de primero a tercer nivel, ni en tablas ni figuras (incluidos sus títulos y notas), ni en las entradas de referencias (dentro del apartado de la bibliografía).

Títulos y Subtítulos (Headings)

La norma APA considera cinco niveles de títulos, siendo el primer nivel para las secciones principales. Los siguientes niveles corresponden a las subsecciones precedentes (ver Tabla 1). Ver (2019, sec. 2.27 de la Norma).

Tabla 1 Formato de Títulos Según la Norma APA

Nivel	Formato 7ma Edición
1	Centrado, Negrillas, Capitalización de Títulos El texto que sigue debe tener sangría como un párrafo normal.
2	Alineado a la Izquierda, Negrillas, Capitalización de Títulos El texto que sigue debe tener sangría como un párrafo normal.
3	<i>Alienado a la Izquierda, Negrillas, Cursiva, Capitalización de Títulos</i> El texto que sigue debe tener sangría como un párrafo normal.
4	Sangría, Negrillas, Capitalización de Títulos, Termina con un Punto. El texto sigue en la misma línea y continúa como un párrafo normal.
5	<i>Sangría, Negrillas, Cursiva, Capitalización de Títulos, Termina con un Punto.</i> El texto sigue en la misma línea y continúa como un párrafo normal.



Nota. En la Capitulación de Títulos la primera letra de cada palabra se escribe con mayúscula; con excepción de las palabras de tres o menos letras, a menos que sean nombre propio o que estén ubicadas después de una coma, un guion o un punto aparte. Adaptado de (American Psychological Association [APA], 2019),

Tablas

La palabra “Tabla” y el respectivo número deben estar antes del cuerpo de la tabla y en negrillas: **Tabla 1**. El título de la tabla debe aparecer en la siguiente línea (interlineado doble), en cursiva y capitalización de título. Toda tabla debe incluir encabezados en cada columna y de ser necesario, a lo largo de la primera columna. Cuando la tabla ocupe más de una página, la fila de encabezados debe repetirse. El texto dentro del cuerpo de la tabla puede tener interlineado simple, 1.5 o doble. Las notas deben aparecer después de la tabla, tomando en cuenta que no todas las tablas incluyen notas. (Ver Figura 1). Si la nota es general, es decir, que representa una sola explicación necesaria para el entendimiento de varios aspectos de la tabla, esta debe empezar con la palabra “Nota” (en cursiva), seguida por un punto y la nota en sí continúa en la misma línea. Ver (2019, sec. 7.9 de la Norma).

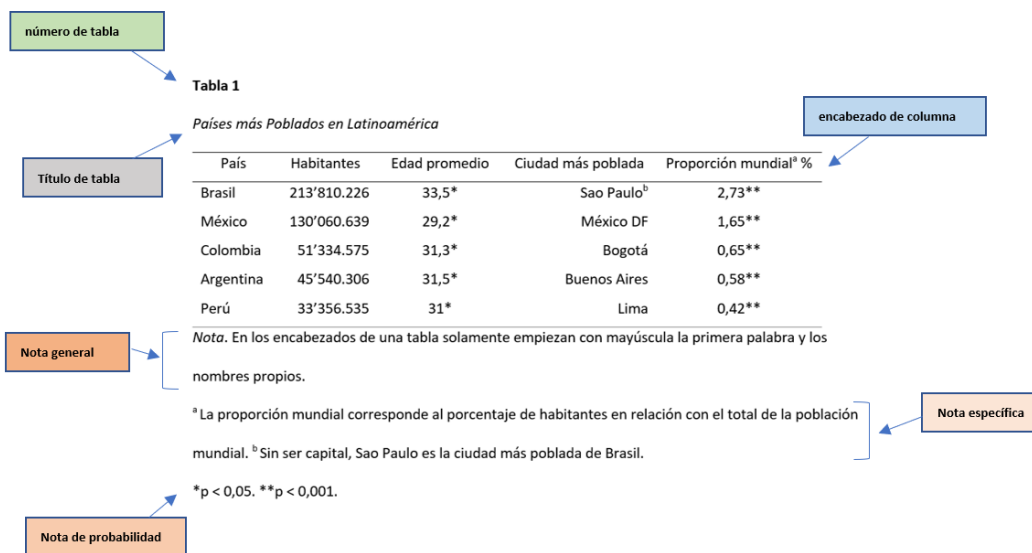


Figura 1. Componentes más Importantes de una Tabla.

Figuras

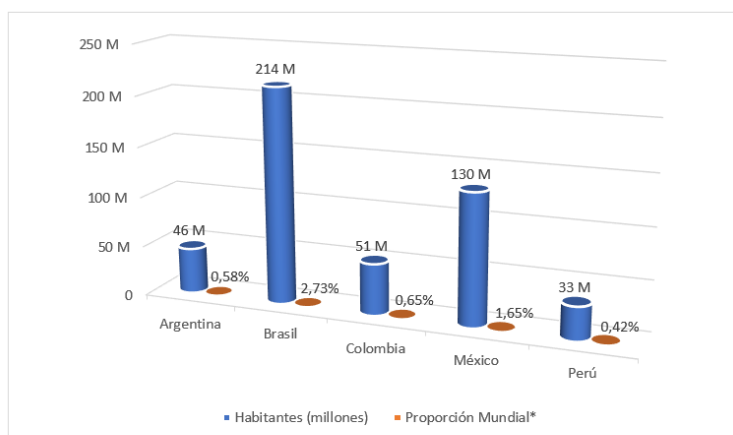
La palabra “Figura” y el respectivo número debe estar antes de la imagen o gráfico y en negrillas: **Figura 1**. El título de la figura aparece en la siguiente línea (interlineado doble), en cursiva y capitalización de título. Las notas deben aparecer después de la figura; pero, no todas las figuras incluyen notas. (Ver Figura 2). Al igual que en las tablas, si la nota es general, debe empezar con la palabra “Nota” (en cursiva), seguida por un punto y la nota en sí continúa en la misma línea. Ver (2019, sec. 7.23 de la Norma).



El título, cuerpo y nota de las tablas y figuras, deben estar alineados a la izquierda y sin sangría.

Figura 1

Países más Poblados en Latinoamérica



Nota. Para una información más amplia referirse a la Tabla 1.

*p < 0,001.

Figura 2. Muestra de Figura Según Norma APA 7ma Edición. La configuración de tablas y figuras es similar.

Citación

El cambio más significativo en las citaciones dentro del texto es que, para citar trabajos de tres o más autores, solamente se menciona al primer autor, seguido por el término “et al.”: Ávila et al. (2021) o (Ávila et al., 2021). Cuando varios trabajos sean de múltiples autores y estos autores coincidan en los mismos, se deben mencionar los autores necesarios para diferenciar los trabajos y eliminar la ambigüedad: (Ávila, Valencia et al., 2021) y (Ávila, Ocampo et al., 2021). Ver (2019, sec. 8.17 de la Norma).

METODOLOGIA

Para la siguiente investigación se seleccionó una ruta cuantitativa, mediante la cual se estimó la magnitud del fenómeno. Con este fin, se planteó una estrategia de muestreo probabilístico. El diseño de investigación fue de tipo transeccional descriptivo, donde el estudio se centró en el foco de falencias en la Norma APA. Se evaluaron los niveles de conocimiento acerca del estándar, así como los de satisfacción con respecto al acceso a medios y metodologías de capacitación concernientes al tema. Una vez planteado el problema, se construyó el marco teórico, luego de la indagación y revisión de la literatura concerniente.

La calidad de la información depende mucho de la selección de una buena muestra y del planteamiento de las preguntas más apropiadas (Daniels & Minot, 2020). Por tal motivo, los



participantes fueron 129 estudiantes, docentes y profesionales de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Paraguay, Perú, Puerto Rico y Venezuela; 61 hombres y 68 mujeres de entre 17 y 64 años. En cuanto al nivel de estudios: 3 eran bachilleres, 10 tenían título de técnico superior, 4 eran tecnólogos, 55 con título de educación superior, 40 con título de masterado y 17 con título doctoral.

El cuestionario fue diseñado y estuvo estructurado en dos secciones de preguntas cerradas. La primera sección enmarcó preguntas obligatorias de tipo: (a) demográficas, para determinar edad, género, ocupación, nivel de educación, nacionalidad y carrera; (b) de conocimiento, acerca de la Norma APA, del nivel de experticia en Microsoft Word y niveles de satisfacción; y, (c) específicas sobre las preferencias de canales y medios de instrucción y entrenamiento. La segunda sección constaba de 4 preguntas opcionales, para medir el nivel de conocimiento sobre la Norma APA.

La encuesta fue implementada en la plataforma Google forms y se difundió en páginas de instituciones de educación superior, además de grupos de metodología e investigación, en varias redes sociales. Se obtuvo una buena acogida, alcanzando a recoger datos de una diversidad considerable de países de América Latina. Una vez desarrolladas las encuestas por los participantes, se descargó la base en formato csv, se tabuló en Excel, creando tablas dinámicas para aislar cada variable de medición. A partir de cada tabla se generaron las visualizaciones gráficas para su respectivo tratamiento estadístico y análisis. En las preguntas sobre nivel de conocimiento y satisfacción se aplicó el método de escala de Likter.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN PARCIALES O FINALES .

Esta sección presenta los resultados del cuestionario para determinar la necesidad de un programa para la capacitación y evaluación continua sobre la Norma APA, además de medir el nivel de satisfacción con respecto a los actuales mecanismos disponibles para tutorías y entrenamiento.

Esta investigación realizó una revisión de los aspectos cruciales, desde las principales modificaciones en los lineamientos de la norma hasta el diagnóstico situacional. Los hallazgos evidenciaron grandes retos que detallaremos posteriormente en las conclusiones.

Programas de Capacitación en las Instituciones

La Figura 3 muestra que más de la mitad de docentes y estudiantes no reciben la respectiva capacitación ni el seguimiento, que asegure el cumplimiento de los requisitos de biblioteca para la entrega de trabajos de investigación.

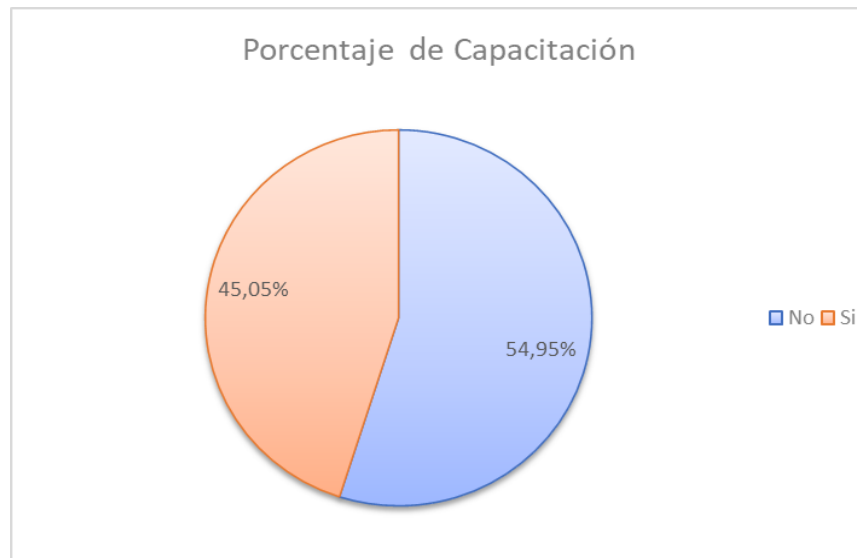


Figura 3. Capacitación de Estudiantes y Docentes. Porcentaje de estudiantes y docentes que reciben capacitación sobre la norma APA de parte de sus respectivas instituciones.

Satisfacción de los Estudiantes

La Figura 4 presenta un nivel alto de satisfacción de los estudiantes que indicaron que sí reciben capacitación de su respectiva institución educativa sobre la Norma APA. Aplicando la escala de Likert se obtuvo un resultado de 4, dando como respuesta global “Algo satisfecho-a”.

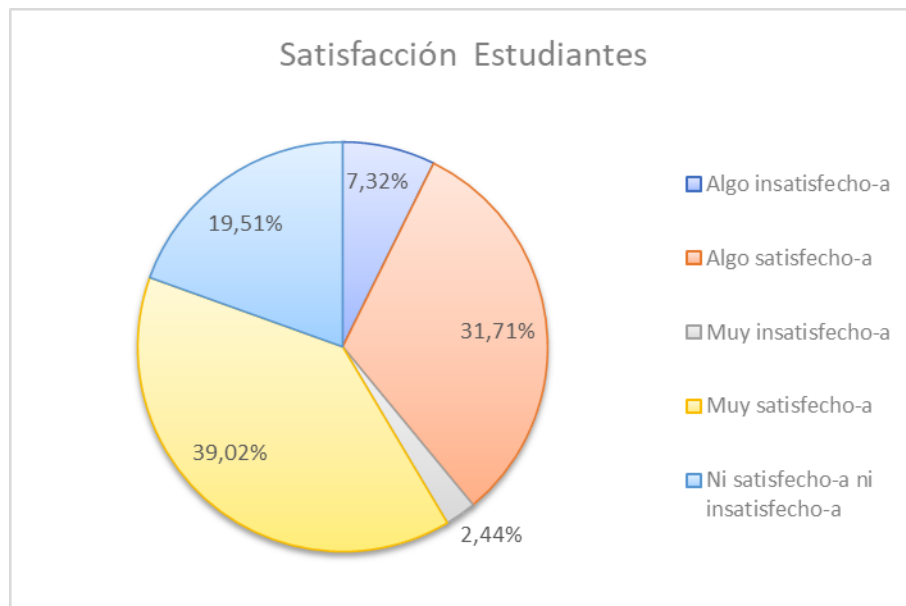


Figura 4. Satisfacción de Capacitación a Estudiantes. Nivel de satisfacción de los estudiantes que reciben capacitación sobre la norma APA de sus respectivas instituciones.



Satisfacción de los Docentes

En la figura 5, se muestra el nivel de satisfacción de los docentes en las capacitaciones recibidas por la institución a la que pertenecen. Aplicando la escala de Likter, el resultado obtenido fue 4, “Algo Satisfecho-a”

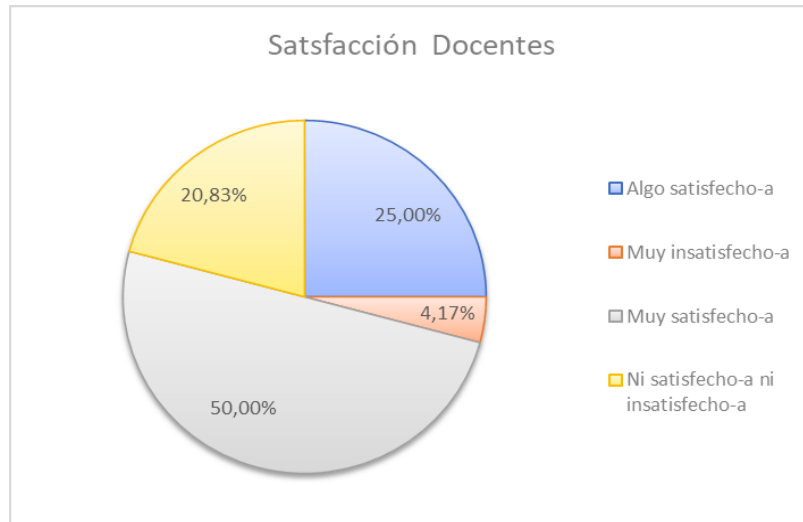


Figura 5. Satisfacción de Capacitación a Docentes. Nivel de satisfacción de los docentes con respecto a la capacitación recibida sobre la norma APA de sus respectivas instituciones. Implementación de la 7ma Edición

La figura 6 muestra la opinión que tienen los encuestados acerca de qué tan pertinente es actualizar los requerimientos de los trabajos de investigación a la séptima edición de la Norma APA. Según la escala de Likter, estudiantes y docentes están “Algo de acuerdo” en que se empiece a implementar la séptima edición de la Norma APA.

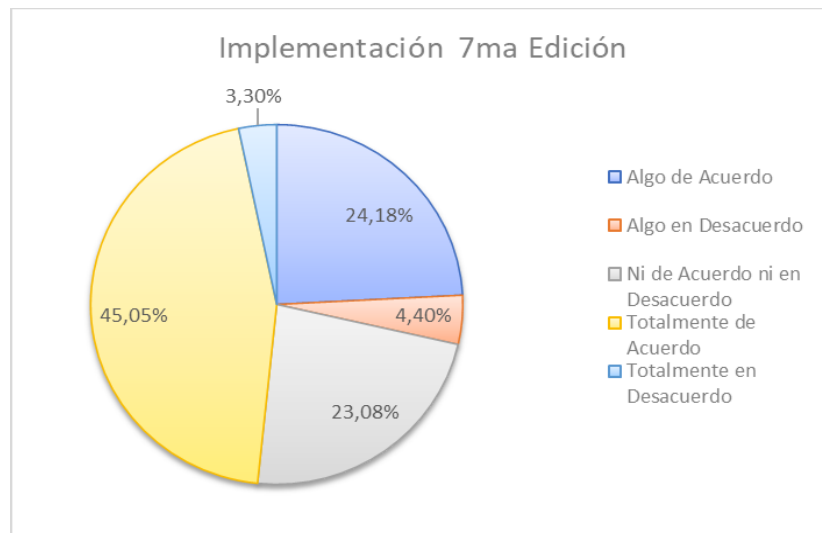


Figura 6. Pertinencia de la norma APA 7ma edición. Criterio de estudiantes y docentes sobre la pertinencia de implementar la séptima edición de la norma APA.



Errores más Frecuentes

La figura 7 muestra que, de acuerdo a los docentes, el aspecto en el que encuentran falencias de los estudiantes con mayor frecuencia, es en la citación de referencias.

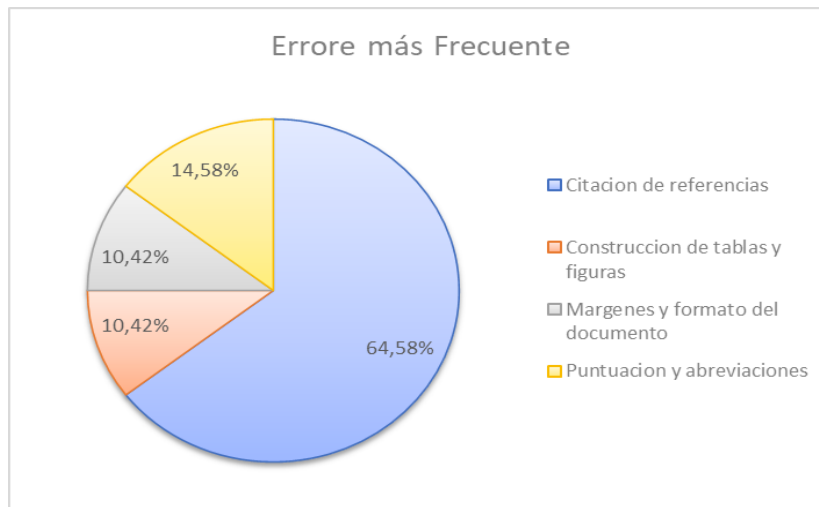


Figura 7. Falencias en norma APA. Errores más frecuentes de los estudiantes en la aplicación de la norma APA, desde el punto de vista de los docentes.

Áreas de Refuerzo

La figura 8 muestra que el área en el que casi la mitad de encuestados considera que necesita un refuerzo de conocimientos, es en la citación de referencias, seguido por la estructuración de tablas y figuras.

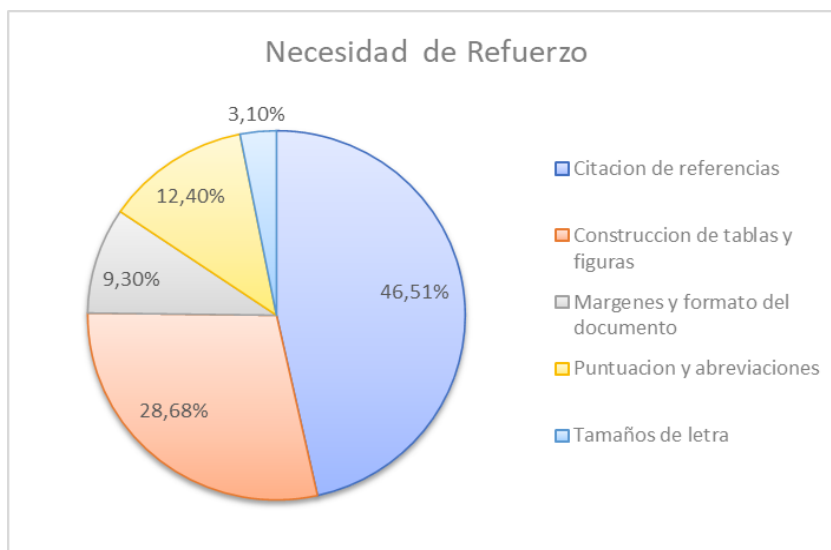


Figura 8. Áreas con Necesidad de Capacitación. Áreas de la norma APA en la que cada uno-a considera que requiere un refuerzo.



Modalidad de Capacitación

La figura 9 muestra que las modalidades más populares entre todos los encuestados para recibir capacitación y tutoría son los Videos, sean en vivo o pregrabados, en una proporción casi similar al 40%; quedando solo un 20% que considera a la modalidad presencial como la más apropiada.

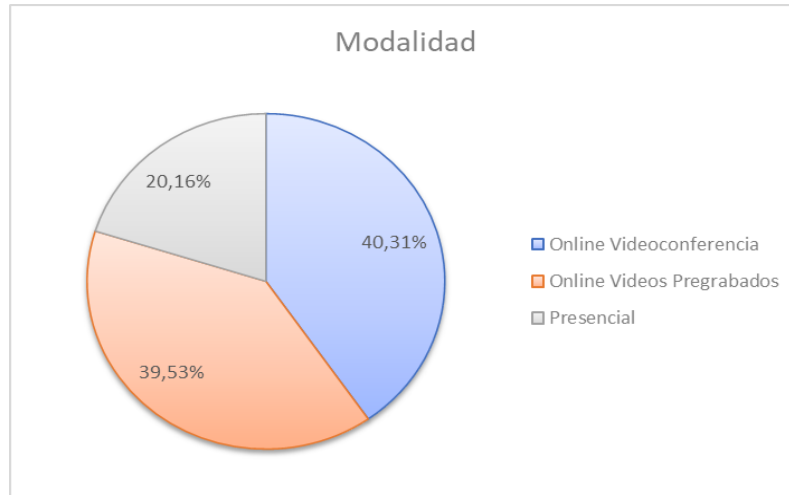


Figura 9. Canal Preferido de Capacitación. Modalidad considerada más adecuada para recibir capacitación sobre la norma APA.

Material Didáctico

La figura 10 muestra que los contenidos digitales y audiovisuales son los preferidos como apoyo para el entrenamiento en la norma. Siendo el texto impreso una opción de popularidad moderadamente baja y muy por debajo los materiales auditivos.

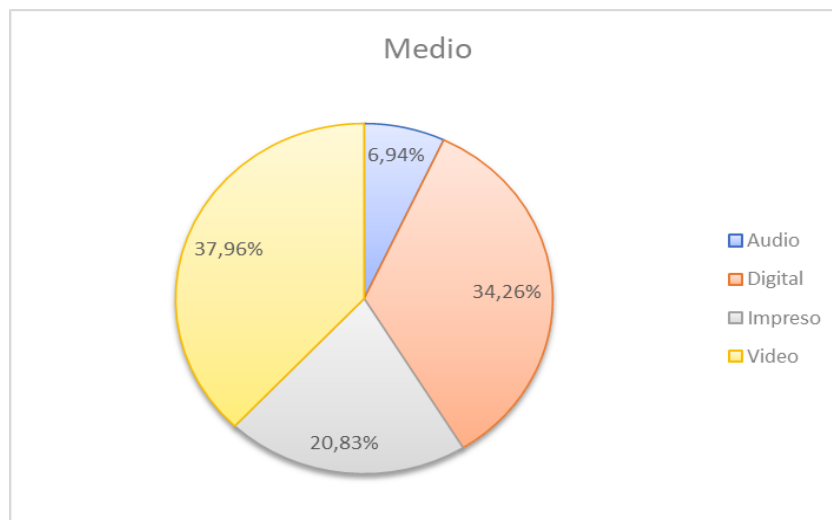


Figura 10. Medios Didácticos de Capacitación. Tipo de material didáctico considerado más adecuado para la enseñanza y aprendizaje de la norma APA.



Edición de la Norma APA Mejor Conocida

La figura 11 muestra que el 46% de los encuestados manejan con mayor eficacia la sexta edición de la Norma APA, mientras el 25% conoce y comprende la actual edición. Casi un 30% tiene problemas para apuquinar con plenitud de conocimiento ninguna de las dos ediciones de la norma.

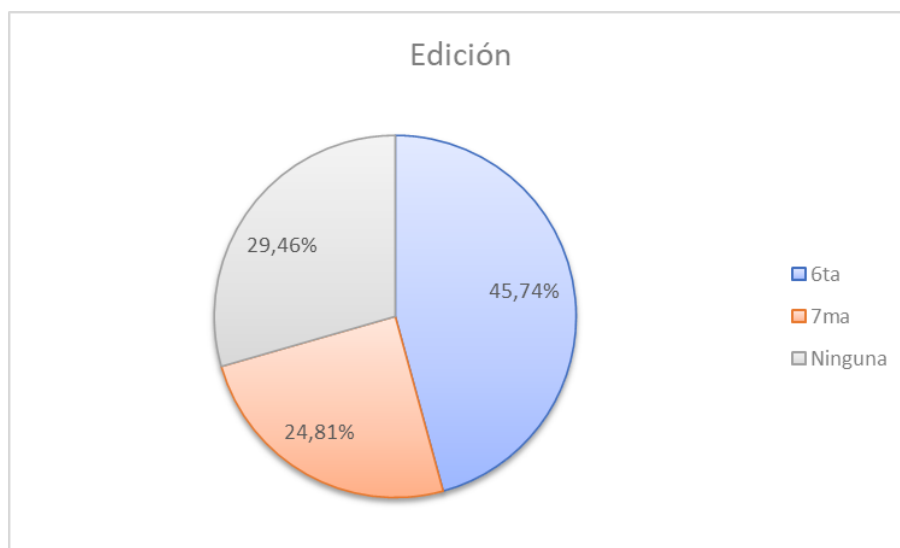


Figura 11. Conocimiento de la Norma APA. Versión de la norma APA en la que considera encontrarse totalmente capacitado-a.

Con respecto a la evaluación específica de conocimiento sobre la Norma APA tenemos que:

Lineamientos de Márgenes

El 44,55% aplica correctamente los márgenes según la norma, mientras el otro 55,45% lo hace de manera incorrecta.

Estilo y Estructuración de Figuras

En la evaluación de conocimientos sobre los lineamientos en la estructura de figuras, el 36,79% aplica el estilo según la sexta edición, mientras que el 30,19% según la séptima edición y el 33,02% restante no sabe aplicar la norma correctamente.

Estilo de Títulos

El resultado de la prueba muestra que solo el 52,25% conoce la normativa en cuanto al estilo de títulos de apartado.

Citaciones

En esta sección, el 45,05% de los participantes aplica el formato de citación según la sexta edición, el 29,73% según la séptima edición y el 25,23% cita las fuentes de manera incorrecta.



Herramientas y Utilitarios

En cuanto al empleo del programa de edición de texto, la gran mayoría utiliza la última versión de Microsoft Word, que es la 2019. De los cuales el 62,02% indica tener un nivel de conocimiento intermedio de la herramienta; 23,26% un nivel Avanzado y tan solo el 14,73% asegura tener apenas un nivel básico en el manejo de la aplicación.

CONCLUSIONES

Este estudio ha presentado una evaluación del nivel de conocimiento, con una comparación demográfica en algunos aspectos. Se realizó la respectiva inspección literaria, a partir de la cual se describieron los principales cambios introducidos con la séptima edición de la Norma APA; citando las fuentes respectivas, para dirigir a la sección específica de la norma a quien desee o requiera profundizar más en el tema. De manera análoga, cumpliendo con el segundo objetivo específico, se diseñó e implementó la encuesta de conocimiento y satisfacción en proporción de la muestra previamente establecida.

En síntesis, los hallazgos del presente estudio exhiben la alta necesidad que hay dentro las instituciones de educación superior, en todos los niveles y en toda la región, de expandir y mejorar, en unos casos y en otros de implementar programas eficaces de entrenamiento y evaluación continuos. Este programa debe tener en cuenta a la población estudiantil, docente y profesional.

La importancia de solucionar este problema, como se indicó en un principio, radica en el posicionamiento que brinda a las organizaciones, la adopción de estándares, en este caso en el área de la educación y en un contexto global. Para un futuro estudio, partiendo de lo presentado, se recomienda trabajar en el diseño y desarrollo de sistemas y programas integrales, que favorezcan la difusión del conocimiento permanente y actualizado de los lineamientos de la Norma APA. Los avances en tecnología y de entornos virtuales ofrecen una inmensa variedad de soluciones.

Para finalizar, cabe recalcar que el manual de publicación de la Norma APA no cubre ciertas reglas generales, que son explicadas en otras guías disponibles con menor relevancia a estudios de comportamiento y ciencias sociales; siendo las más importantes: “Words into Type” de Skillin y Gay, así como, el “Manual de Estilo para Escritores, Editores y Publicistas” de la Universidad de Chicago (“About APA Style,” 2019).

Para un estudio más profundo de las normas, el lector puede referirse al Manual de Publicación de Asociación de Psicología Americana (APA) o bien, acceder a la página oficial de la norma, <https://apastyle.apa.org/>, donde se encuentran definiciones y tutoriales muy convenientes.

BIBLIOGRAFIA

- About APA Style. (2019). Retrieved April 30, 2021, from <https://apastyle.apa.org/about-apa-style>



- American Psychological Association [APA]. (2019). Publication Manual of the American Psychological Association, Seventh Edition. In *APA Style*. American Psychological Association.
- Bentley, M., & et al. (1929). Instructions in regard to preparation of manuscript. *Psychological Bulletin*, 26(2), 57–63. <https://doi.org/10.1037/h0071487>
- Daniels, L. (Washington C., & Minot, N. (International F. P. R. I. (2020). An Introduction to Statistics and Data Analysis Using Stata. In *Mechanical Testing and Evaluation* (First Edit). Thousand Oaks: SAGE Publications. <https://doi.org/10.31399/asm.hb.v08.a0009212>
- The UNESCO-IESALC campaign convenes university students and higher education graduates to share their academic experience abroad – UNESCO-IESALC. (2021). Retrieved April 30, 2021, from <https://www.iesalc.unesco.org/en/2021/02/10/the-unesco-iesalc-campaign-convenes-university-students-and-higher-education-graduates-to-share-their-academic-experience-abroad/>
- UIS Statistics. (n.d.). Retrieved April 30, 2021, from <http://data.uis.unesco.org/>



CAPACIDAD INNOVADORA DE MYPIMES DEL SECTOR ALIMENTOS Y BEBIDA DEL DEPARTAMENTO ATLÁNTICO, EN GENERACIÓN DE VALOR

*Heidy Margarita Rico Fontalvo⁸, Pabla Eusebia Peralta Miranda⁹,
Elkyn Lugo Arias¹⁰, Fredy Gómez Pedroza¹¹*

RESUMEN

Las pequeñas y medianas empresas en Colombia representan un importante motor de desarrollo socioeconómico. El objetivo de esta investigación fue identificar la capacidad innovadora de las PYMES, afiliada a ACOPI, del sector alimentos y bebidas, con un enfoque cuantitativo, de corte Correlacional-Descriptivos, entre la capacidad innovadora y crecimiento organizacional, se aplicó la técnica de encuesta a través de un instrumento en escala de Likert, el tamaño de muestra fue de 63 Pymes, del sector alimentos y bebidas, afiliadas a ACOPI, seccional Atlántico, Los resultados, fueron mostrar la capacidad Innovadora y el Crecimientos de las Pymes, donde existe una correlación positiva, dado que las variables se relacionan directamente, esto indica que al aumentar el valor de la variable capacidades innovadoras el valor del crecimiento lo cual conduce a la generación de valor, que refleja del numero el crecimiento de los clientes.

Palabras clave: Capacidad Innovadoras, Alimentos y Bebidas, Pymes y Generación de Valor

RESUMEN

PYMES, in Colombia represent an important engine of socioeconomic development. The objective of this research was to identify the innovative capacity of PYMES, affiliated to ACPOPI, in the food and beverage sector, with a cuantitativa approach, of a Correlational-Descriptive cut, between innovative capacity and organizational growth, the survey technique was applied to Through a Likert scale instrument, the sample size was 63 PYMES, from the food and beverage sector, affiliated with ACOPI, Atlantic section, The results were to show the Innovative capacity and Growth of PYMES, where there is a correlation positive, given that the variables are directly related, this indicates that by increasing the value of the variable innovative capabilities the value of growth, which leads to the generation of value, which reflects the growth of customers in the number.

Keywords: Innovative Capacity, Food and Beverages, PYMES, and Value Generation

⁸ Docente investigadora programa de administración de empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, adscrita al grupo de investigación DESOGE, heidy.rico@uniminuto.edu

⁹ Docente investigadora programa de administración de empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, adscrita al grupo de investigación DESOGE, pabla.peralta@uniminuto.edu

¹⁰ Docente investigador programa de Contaduría pública de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, adscrita al grupo de investigación DESOGE, elkyn.lugo@uniminto.edu

¹¹ Docente investigador programa de Administración de empresas distancia de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Fredy.gomez@uniminuto.edu



INTRODUCCIÓN

La globalización ha traído cambio en los diferentes tipos de mercados, los cuales son impulsores de transformaciones como: Investigación + Desarrollo, tecnología, la analítica digital, competitividad, entre otros, han dado respuesta a esta estrategia global, y surgen los competidores globales, principalmente los japoneses, permitiendo conquistar los mercados occidentales, con economía de escala, internacionalización, generando ventaja competitiva, la revolución de la informática y la influencia de la migraciones, y la globalización de los mercados financieros, (Yip, 1997). A nivel nacional, se notó un aumento del 6% (2010-2012), generando por la demanda, igualmente en Bogotá, el subsector de alimentos y bebidas (2014), se consolidaron operaciones por 54 billones, lo que representó un incremento del 10%, con respecto al año anterior (Cuevas y Martínez 2017). En el caso particular de Barranquilla Colombia en el subsector de alimentos y bebidas ha realizado esfuerzos de inversión para mejoramiento, para la sostenibilidad Barrios-Hernández, contreras, y Oliveros (2019). En este sentido, la tecnología de la comunicación facilita las actividades derivadas de los objetivos estratégico, en mercados abiertos, sin embargo las PYMES del Subsector de alimentos y bebidas, vinculadas, ACOPI, Lozada-Moreno (2019), aumentando la ventaja competitiva, de ahí, se deduce que este subsector, de alimentos y bebidas tuvo un crecimiento mínimo, pero, la capacidad innovadora, gira en la misma dirección, el valor agregado está limitado, a las condiciones del mercado, al invasión como referente competitivo, conduce a la generación de valor, y a través de una planeación reduce la incertidumbre Peralta, Cervantes, salgado y Espinosa (2020).

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Hoy en día el punto neurálgico de las organizaciones se concentra en que estas, deben tener propuestas de valor claras y definidas para poder llegar más rápido y fidelizar a sus clientes, los cuales, a una velocidad mucho más rápida renuevan sus exigencias en cuanto a la satisfacción de necesidades que en la actualidad varían constantemente debido a los avances tecnológicos de un país, sus acuerdos comerciales internacionales y el surgimiento de nuevos modelos de negocio. Aun, en el tiempo perdura la constante lucha por parte del sector productivo por obtener mayor participación en el mercado, aumento de sus ventas, mantenimiento de clientes, generación de valor y por supuesto mantenimiento de ventajas competitivas sobre otras organizaciones en los distintos sectores económicos. Muchas organizaciones han venido fracasando en el camino debido a las visiones estratégicas cortoplacistas en donde las ventas y rotaciones de productos llegan a ser los focos de la gestión empresarial dejando de lado las necesidades empresariales sobre la evolución de sus propios portafolios.

Incansablemente las organizaciones luchan por superarse y tratar de implementar nuevas estrategias para enfrentar los retos que se avecinan con los constates cambios que impactan a las organizaciones producto de la evolución de la gestión del conocimiento en el mundo; es por ello, que las empresas luchan por ser sostenibles, rentables y poder alcanzar altos grados de maduración que les permitan estabilizar su posición en el mercado.



Muchas de las falencias o brechas con las que se estrellan las organizaciones al momento de generar estrategias que auguren por la sostenibilidad del negocio, están concentradas en la velocidad, es decir la capacidad que tienen las organizaciones para responder a los nuevos cambios y exigencias del mercado, puesto que los clientes cada vez son más exigentes y la oferta tradicional de bienes y servicios no está resultado atractivo para ellos como antes lo era. Es entonces, cuando la generación de valor en las organizaciones se vuelve cada vez más importante y las empresas deben contar con las herramientas necesarias para renovarse frente a la velocidad cómo funciona el mercado.’ Es por lo anterior que la presente investigación tiene como pregunta principal:

¿Cuáles son los factores de la capacidad innovadora de las Pymes del sector Alimentos y Bebidas del Departamento del Atlántico en generación de valor que influyen en el desarrollo organizacional del sector de alimentos?

OBJETIVO GENERAL

¿Identificar la capacidad innovadora del sector alimentos y bebidas en el Departamento del Atlántico, en Generación de valor?

REFERENTE TEORICO

la innovación juega un papel fundamental para el desarrollo económico local y regional de un país, la interacción entre las necesidades empresariales, entidades privadas, públicas y académicas de la región en temas de innovación brinda un panorama de la demanda en la región por innovar y sus principales apuestas y retos. Fue el economista Schumpeter quien le dio al termino “innovación su relevancia como concepto especializado en el contexto de la economía, para Schumpeter el cambio tecnológico y la innovación se encontraba en el centro de los procesos de transformación económica. (Robledo, 2017). Y así propuso la primera aproximación al concepto de innovación, como “la puesta en práctica de una nueva combinación, esto es, la introducción de un nuevo bien o método de producción no probado, la apertura de un nuevo mercado, la conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento y la creación de una nueva organización de cualquier industrial”

En las organizaciones de hoy en día, las actividades innovadoras intervienen distintos tipos de factores tanto internos como externos que condicionan el comportamiento innovador de la propia organización (Dosi, 1984). Desde esta perspectiva, la empresa requiere de estudios de estrategia empresarial para la identificación efectiva de los factores determinante de la innovación (Rothwell, 1984; Bughin y Jackes, 1994)

Para el desarrollo de la presente investigación se entenderá por innovación la “introducción de un nuevo, o significativamente mejorado producto (bien o servicio), de un proceso o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores”. (OCDE, 2005 p.44).



Concebida como una potencia motriz para el crecimiento económico cuyo propósito se centra en potenciar la productividad empresarial a través de la implementación de nuevos procesos, metodologías, conocimientos tecnológicos y mejoramiento de productos que permitan a las organizaciones una producción más eficiente, para incrementar las oportunidades de negocio en el mercado objetivo (Jiménez, 2008). En la tercera edición del Manual de Oslo, propone cuatro tipos de innovación mas relevantes para el estudio de las dinámicas de la empresa y el mercado:

- Innovación de producto: concebida como la introducción de un bien o servicio que es nuevo o significativamente mejorado con respecto a sus características o usos previstos. Esto incluye mejoras significativas en especificaciones técnicas, componentes y materiales, software incorporado. (OCDE &EUROSTAT, 2005. P 156.)
- Innovación de procesos: es la implementación de un proceso nuevo o significativamente mejorado, incluye cambios significativos en las técnicas, equipos y/o software. (OCDE &EUROSTAT, 2005. P 163.)
- Innovación de mercadotecnia: es la implementación de un nuevo método de mercadeo que involucre cambios en el diseño o empaque del producto, promoción del producto. (OCDE &EUROSTAT, 2005. P 169)
- Innovación organizacional: Es la implementación de un nuevo método, la implementación de técnicas avanzadas de gestión, en las prácticas comerciales de la empresa, en la organización del lugar de trabajo o en las relaciones externas. (OCDE &EUROSTAT, 2005. P 177.)

Por su magnitud, las innovaciones pueden ser de tipo incremental, radical, de sistemas y revoluciones tecnológicos y según su grado de novedad, tomando como referencia el Manual de Oslo, pueden ser por novedad para la empresa, entendido como el grado de novedad mínimo para que algo pueda ser considerado una innovación, novedad para el mercado: cuando la innovación no ha sido introducida antes en el mercado. El alcance del mercado se entiende establecido por los límites en que opera la empresa que introduce la innovación, novedad para el mundo: es el grado máximo de novedad e implica que la innovación se introduce por primera vez a nivel mundial, en todos los mercados y en todos los sectores de actividad económica, nacional e internacional.

Ahora que hemos definido los conceptos, clasificaciones y tipologías de innovación, se pretende mostrar lo que se entenderá en el desarrollo del proyecto por capacidades de innovación y capacidades de desarrollo organizacional.

METODOLOGIA

Investigación Descriptiva-correlaciona, la cual busca establecer relaciones correlaciones, influencia y dependencia de las variables, un estudio con enfoque cuantitativo, diseño experimental, la población objeto d estudio pymes del sector alimento y bebidas, afiliadas a ACOPI, de la seccional Atlántico, el tamaño de la muestra 63, Bernal (2006, p-219), afirma que un “cuestionario es un recurso para obtener información”, y precisamente para esta investigación, se utilizó un cuestionario en escala Likert, Hernández, Fernández y Baptista



(2010) Además, participaron las empresas como fuentes primarias y fuentes secundarias revisión de documentos, como libros, bases de datos, y artículo, para la obtención de información, se investigó en cinco fases, inicialmente revisión documental, la segunda el alistamiento del trabajo de campo, tercera etapa, el desarrollo del trabajo de campo, cuarta fase, análisis de la información y por último, divulgación de resultados.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN PARCIALES O FINALES .

De igual forma, para determinar más claramente las relaciones y determinar el nivel de asociación de las Variables agrupadas Capacidad Innovadora y Crecimiento Organizacional, dicha asociación queda plasmada en la siguiente tabla de correlaciones.

Grafica 1. Correlación es significativa, al nivel 0.01 (Bilateral)

	Variable 1 Capacidad innovadora (agrupado)	Variable 2 Crecimiento Organizacional (agrupado)
Variable 1 Capacidad innovadora (agrupado)	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 ,481** 45
Variable 2 Crecimiento Organizacional (agrupado)	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,481** ,001 45

Diseño propio de las autoras (2021)

Los resultados arrojados por el coeficiente de correlación de Pearson indican dentro de su escala una correlación positiva moderada entre las variables analizadas; la dirección de la relación es lineal positiva dado que las variables se relacionan directamente esto representa que al aumentar el valor de la variable capacidades innovadoras el valor del crecimiento organizacional también aumenta y viceversa.

Al examinar la fuerza de la relación entre las variables, se observa que un valor absoluto del coeficiente de 0,48 lo que indica una correlación o dependencia entre las variables es moderado, a su vez, el coeficiente de determinación representado por (R al cuadrado) es igual a 0,23 significando la proporción de la varianza compartida entre ambas variables lo que indica que un 24% del crecimiento organizacional se debe a las capacidades innovadoras con las que cuenta la empresa; quedando un 76% del crecimiento organizacional por explicar, lo cual puede ser expresado mediante la inclusión de nuevas variables, partiendo en la concentración de recursos en pequeños segmentos de mercados, Polo, Ramos, Arrieta y Ramírez (2018). Correlación de las variables agrupadas Factores de capacidades de Innovación y Factores de desarrollo Organizacional. El nivel de asociación de las Variables agrupadas Capacidad Innovadora y Crecimiento Organizacional, dicha asociación queda plasmada en la siguiente tabla de correlaciones.



Grafica 2. Correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral)

		Variable 1: FACTORES DE CAPACIDADES DE INNOVACIÓN (agrupado)	Variable 2: FACTORES DE DE SARROLLO ORGANIZACION AL (agrupado)
Variable 1: FACTORES DE CAPACIDADES DE INNOVACIÓN (agrupado)	Correlación de Pearson	1	,806**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Variable 2: FACTORES DE DE SARROLLO ORGANIZACIONAL (agrupado)	Correlación de Pearson	,806**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

Diseño propio de las autoras (2021)

Los resultados arrojados por el coeficiente de correlación de Pearson indican dentro de su escala una correlación positiva alta entre las variables analizadas; la dirección de la relación es lineal positiva dado que las variables se relacionan directamente esto representa que al aumentar el valor de la variable capacidades innovadoras el valor del crecimiento organizacional también aumenta y viceversa. A continuación, en este sentido un crecimiento correlacional con las dos variables, lo cual genera ventaja competitiva Porter (1987).

Al examinar la fuerza de la relación entre las variables, se obtuvo un coeficiente con valor absoluto de 0,80 lo que indica una correlación o dependencia entre las variables alta, a su vez, el coeficiente de determinación representado por (R al cuadrado) es igual a 0,65 significando la proporción de la varianza compartida entre ambas variables lo que indica que un 64% del crecimiento organizacional se debe a las capacidades innovadoras con las que cuenta la empresa; quedando un 36% del crecimiento organizacional por explicar, lo cual puede ser expresado mediante la inclusión de otras variables.

CONCLUSIONES

Es claro que si las empresas tuvieran en cuenta los diferentes factores de capacidades de innovación es sus procesos, se verá reflejado en un excelente desarrollo organizacional, mejorando de esta manera la coordinación de sus procesos internos y productivos, motivación de los trabajadores y satisfacción del cliente, aumentando de esta forma la demanda del mercado y su productividad. Esto se ve relacionado lo planteado por Lisboa et al., (2011) donde relacionan las capacidades de innovación con el desarrollo organizacional orientado a indicadores enfocados en clientes, mercado y rentabilidad.

Otros estudios, como los de Kmiecik et al., (2012) y Camisón & Villar (2014), en la misma corriente de utilizar combinación de variables, recientemente han propuesto el desarrollo organizacional como una mezcla de indicadores objetivos entre estos el número de clientes, ingresos, rentabilidad y subjetivos esta la calidad, satisfacción del cliente y el mercado. En cuanto al desarrollo organizacional de los recursos humanos, se observa que en las pymes la planificación de la formación y desarrollo del recurso humano es poco atendida, lo cual es



un aspecto a fortalecer ya que este recurso constituye el fundamento para aumentar la competitividad.

BIBLIOGRAFIA

- Barrios-Hernández, K., Contreras, J., y Oliveros, E (2019). La Gestión por procesos en las PYMES de Barranquilla: Factor diferenciador de la competitividad Organizacional. Universidad Simón Bolívar. ResearchGate.
https://www.researchgate.net/publication/331618767_La_Gestion_por_Procesos_en_las_Pymes_de_Barranquilla_Factor_Diferenciador_de_la_Competitividad_Organizacional
- Blanco-Ariza, Vásquez-. García, Garcia.Jimenez y Melamed-Varela (2019). Estructura Organizacional como determinante competitivo en pequeñas y Medianas Empresas del sector alimentos, *Revista Ciencias Sociales*, Volumen #2. Universidad del Zulia
- Blanco, A, y Peralta, M. (2016). Competitividad y Estructura Organizacional de las PYMES, en el sector alimentos y bebidas, en Barranquilla: Una perspectiva conceptual, revista *Desarrollo Gerencial* 7(2), 170-187
- Bernal, Cesar (2006) Metodología de la Investigación, Para Administradores, Economía,, humanidades y ciencias Sociales, 6ª e
- Cuevas, M., y Acevedo, E. (2017). Elaboración de un modelo empresarial para que las PyME del sector Bebidas y Alimentos logren incrementar su ciclo de vida en la ciudad de Bogotá, Fundación Universidad de América, *Revista de Investigación*, vol. 10 #2 pp. 119-133,
- Departamento Nacional de estadísticas DANE, 2016. España
- Diario La República (12 de agosto del 2019), Atlántico lideró la creación <https://www.larepublica.co/especiales/especial-caribe-agosto-2019/atlantico-lidero-la-creacion-de-empresas-a-nivel-nacional-en-2018-2895306>
- González, GEI Heraldo, febrero 2019, en su sección economía, <https://www.elheraldo.co/economia/industria-del-atlantico-crece-jalonada-por-sector-alimentos-620488>.
- Hernández, R, Fernández, y Baptista (2014). *Metodología de la Investigación*. 6ª. Ed México,. McGraw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, Baptista (2010), *Metodología de la Investigación*, 5ta, Ed. México, McGraw-Hill
- Martínez, J (2018). Innovación en productos PYMES del I Sub Sector de Alimentos en Barranquilla, Trabajo para optar el título Administrador de Empresas, Universidad de la Costa
- Peralta, P., Cervantes V., Herrera, R. y Espinosa, A. (2020). Dirección Estratégica para la Innovación en pequeñas y medianas empresas de Barranquilla, 25(89), 229-243. Universidad de Zulia, Venezuela.
- Porter, M., (1987). Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un desempeño superior. Compañía Editorial Continental S.A. de C.V. México.



- Revista Dinero 4 de mayo del 21016). La costa Caribe Colombiana, le esta haciendo el quite a la desaleración económica
- Yam, R. 2004, An Audit of technological innovation capabilites in chinese firms: some emprical Fridings in Beijingm China Reserch Policy 33, 1123.1140
- Yip, G., (1987). Globalización: estrategia para obtener una ventaja competitiva internacional. Editorial Norma. Colombia
- Polo, Ramos, Arrieta y Ramírez (2018). Impacto de la innovación sobre la conducta exportadora en el sector alimento y bebidas, en Colombia.
- Robledo, J. (2017). Introducción a la gestión de la tecnología y la innovación. Universidad Nacional de Colombia, Medellín



CARACTERIZACION DE LAS CONVOCATORIAS GUBERNAMENTALES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS PYMES COLOMBIANAS DURANTE EL PERIODO 2020-2021

*Adelaida Ojeda Beltrán¹², María Alejandra Castillo Arrieta¹³,
Ayled Paola López Charris¹⁴*

RESUMEN

Las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES) en Colombia constituyen un motor importante en la economía nacional y una fuente de generación de riquezas, empleo y de valor agregado. Sin embargo, a raíz de la recién suscitada crisis debido a la declaratoria de pandemia mundial por la Organización Mundial de la Salud (OMS) el gobierno nacional ha doblado esfuerzo para la potenciación del tejido empresarial. Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es identificar las características de las convocatorias gubernamentales dirigidas para el fortalecimiento de las pymes colombianas. La metodología implementada corresponde a un enfoque cualitativo mediante la técnica de análisis de contenido tomando como unidad de análisis la información registrada en sitios Web de las principales entidades gubernamentales. Para el tratamiento y análisis de la información recolectada se utilizó el software de análisis de contenido Atlas.ti versión 9.

Palabras clave: Pymes, convocatorias, gobierno, competitividad, economía.

ABSTRACT

Small and medium-sized enterprises (SMEs) in Colombia are an important driver of the national economy and a source of wealth generation, employment and value added. However, as a result of the recent crisis due to the declaration of a global pandemic by the World Health Organization (WHO), the national government has doubled its efforts to strengthen the entrepreneurial fabric. Therefore, the objective of this research is to identify the characteristics of the governmental calls for proposals aimed at strengthening Colombian SMEs. The methodology implemented corresponds to a qualitative approach using the content analysis technique, taking as the unit of analysis the information recorded on websites of the main government entities. For the treatment and analysis of the information collected, the content analysis software Atlas TI was used.

Keywords: SMEs, calls for proposals, government, competitiveness, economy.

¹² Adelaida Ojeda Beltrán es Administradora de Empresa-Magíster en Administración de Organizaciones- Profesor Investigador. Universidad del Atlántico, Colombia. Correo electrónico: adelaidaojeda@uniatlantico.edu.co -Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4530-5644>.

¹³ María Alejandra Castillo Arrieta es Estudiante del programa de Administración de Empresas. Universidad del Atlántico. Semillero Organizaciones Inteligentes del grupo de Investigación Organizaciones sostenibles. Barranquilla. Colombia. Dirección. Carrera 30 Número 8- 49 Puerto Colombia - Atlántico. PBX: (5)3853002. Correo electrónico Institucional: malejandrastillo@mail.uniatlantico.edu.co

¹⁴ Ayled Paola López Charris es Estudiante del programa de Administración de Empresas. Universidad del Atlántico. Semillero Organizaciones Inteligentes del grupo de Investigación Organizaciones sostenibles. Barranquilla. Colombia. Dirección. Carrera 30 Número 8- 49 Puerto Colombia - Atlántico. PBX: (5)3853002. Correo electrónico Institucional: ayledplopez@mail.uniatlantico.edu.co



INTRODUCCIÓN

La presente investigación pretende identificar las características de las convocatorias gubernamentales para el fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) colombianas durante el periodo 2020-2021, como estrategia del gobierno nacional para transitar hacia una sociedad basada en el conocimiento, que promueva la posibilidad de alcanzar un desarrollo integral para el país. Las pymes se conciben como actores claves para incrementar el crecimiento de una economía. Datos de la pasada edición del 64° Congreso Nacional Mipyme de la Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI) puntualizan la importancia de estas, “Destacando que las micro, pequeñas y medianas empresas representan 96% del tejido empresarial, aportan 40% al PIB, generan más de 17 millones de empleos y representan 9,8% de las exportaciones nacionales” (Monterrosa, 2019). Una definición ajustada al marco legal colombiano de las pymes está dada por la ley 590 de julio de 2000 como, “Toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros: número de empleados y valor de los activos” (Congreso de la República, 2004). Para nuestro estudio, se tomarán en consideración las pequeñas y medianas empresas. Por lo que se refiere al primer grupo serán aquellas con planta de personal entre 11 y 50 trabajadores y activos totales por valor de entre 501 y 5.000 SMMLV. Por otro lado, las empresas medianas son aquellas con planta de personal entre 51 y 200 trabajadores y activos totales por valor de entre 5.001 y 30.000 SMMLV. (Congreso de la República, 2004).

De acuerdo con cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística, las Mipymes (en donde se incluyen las microempresas) en Colombia: “Representan el 80 % del empleo del país y el 90 % del sector productivo nacional” (Redacción el Tiempo). Lo cual ratifica la importancia de las pymes. A mediados de marzo del 2020 fuimos testigos de un evento sin precedentes, la llegada de Covid-19 a nuestro país. Las pymes, sufrieron en gran medida los efectos de este virus. Cierres totales en gran parte de las actividades económicas, lo que conllevó a una disminución de sus ingresos y por consiguiente, al despido de trabajadores. Datos que respaldan este hecho fueron dados por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) quien estimó que: “Unos 232 millones de empresas de comercio mayorista y minorista, 111 millones del sector manufacturero, 51 millones en la hostelería y 42 millones en otras actividades, como la inmobiliaria, estarían en serio peligro” (Forbes Staff, 2020). Por tal razón, reviste de gran importancia el acceso de las pymes a las convocatorias gubernamentales con el fin de que estas continúen en marcha, buscando además su desarrollo y modernización, a través del fomento de la innovación y gestión del conocimiento; para así conllevarlas a una verdadera creación de valor. Es así, como más adelante se identificarán las características de las convocatorias gubernamentales para el fortalecimiento de las pymes colombianas durante el periodo 2020-2021.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Diariamente, somos testigos de las repercusiones que la actual pandemia causa directa o indirectamente en los diferentes contextos de la sociedad. Uno de los más notorios y que



afectan el bienestar de las familias a nivel mundial, es la disminución de los ingresos en las Mipymes, ocasionando a fuerza el cierre de las unidades de negocio y, por ende, el despido masivo de trabajadores de sectores públicos y privados. Entendiendo la situación y su seguimiento a nivel internacional, es comprensible que las grandes empresas y especialmente las pymes se vean afectadas por los efectos del presente virus; de tal forma, no cuentan con los recursos suficientes para suplir el pago de la nómina de sus empleados. Una de las mayores preocupaciones del gobierno nacional es el detrimento de las pymes y su capacidad productiva, ya que por la pandemia del Covid-19 se ha restringido en su gran mayoría el comercio y de forma especial se evidencia la degradación de la economía mundial, declarando así una emergencia económica.

Evidentemente, el surgimiento del Covid-19 ha traído cambios importantes a las políticas de apoyo a las microempresas y pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en América Latina, y también ha traído nuevos problemas y desafíos para el futuro. La presión de las instituciones públicas ante la pandemia ha demostrado claramente los eslabones débiles en la promoción del desarrollo de las pymes, pero al mismo tiempo, también ha inspirado el lanzamiento de nuevas contramedidas (PORTAFOLIO, 2021). Por lo tanto, es importante desarrollar sistemas para dar vida a nuevos programas o modos de operación para la estabilización de las economías. Más específicamente, en el ámbito territorial. Esto se refleja en el acuerdo entre los diferentes entes gubernamentales para implementar herramientas de desarrollo adaptadas a las necesidades de las Mipymes, como lo es la adopción de normas y protocolos de bioseguridad que deben efectuarse al interior de las organizaciones a fin de mitigar, controlar y evitar la propagación de la enfermedad por Covid-19 (Ministerio de Salud, 2020).

De acuerdo con la situación mencionada, era necesario implementar medidas y mecanismos en busca de la reactivación económica y, en especial, que todas las políticas aplicadas sean en beneficio del bienestar familiar para la satisfacción de sus necesidades, y, sobre todo, del crecimiento económico del país. En razón de lo expuesto, este proyecto se justifica en identificar esos aspectos claves en función de las convocatorias gubernamentales de apoyo a las pymes durante la pandemia vigente en el periodo de 2020-2021, enfocadas al fortalecimiento de las Pymes colombianas.

OBJETIVO GENERAL

Identificar las características de las convocatorias gubernamentales para el fortalecimiento de las pymes colombianas durante el periodo 2020-2021.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los principales organismos gubernamentales que generaron convocatorias dirigidas a las Pymes en el periodo 2020-2021.
- Establecer las principales características de las convocatorias dirigidas a las Pymes.



REFERENTE TEORICO

1. Pequeñas y medianas empresas (Pymes)

Existen una diversidad de criterios para definir y asimismo clasificar a las pequeñas y medianas empresas. A continuación, se presenta un conglomerado de diferentes países y entidades reguladoras y la definición en torno al término pymes.

Tabla 2. Definiciones de pequeña y mediana empresa (Personas y miles de dólares americanos)

País	Definición	Pequeña empresa	Mediana empresa
Argentina Resolución 24/2001 Secretaría de la PyME	Empleados	--	--
	Activos	--	--
	Ventas brutas	>493,4 <2.960,5	>2.960,5- <23.683,9
Chile Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios	Empleados	De 10 a 49	De 50 a 199
	Activos	--	--
	Ventas brutas	>91 <947,4	>947,4 <3.789,7
Colombia Ley 905 de 2004	Empleados	De 11 hasta 50	De 5 hasta 200
	Activos	>108,2 <1080	>1080,2 < 6480
	Ventas brutas	--	--
Venezuela Decreto 1.547 de 2001 Decreto 6.215 de 2008	Empleados	Hasta 50	De 51 a 100
	Activos	--	--
	Ventas brutas	Hasta 2.564,6	>2.564,6 < 6411,5
Estados Unidos Small Business Administration	Empleados	Hasta 500	--
	Activos	--	--
	Ventas brutas	Hasta 7000	--
Unión Europea Comisión Europea (2005)	Empleados	De 11 a 50	De 51 a 200
	Activos	>2.803,1 <14.015,4	>14.015,4 <60.266
	Ventas brutas	>2.803,1 <14.015,4	>14.015,4 <70.076,8

Nota. Datos tomados de la CEPAL (2009)

*Todas las definiciones en moneda nacional han sido convertidas a dólares americanos, bajo el tipo de cambio del Fondo Monetario Internacional para junio de 2009.

Como se observó en la tabla cada país define a las pymes utilizando diferentes criterios, como lo son, el número de trabajadores, los activos totales, las ventas o ganancias brutas. Aparte de estos, encontramos definiciones en torno al tipo de producto, el volumen de producción,



el nivel de tecnología de producción, entre otros parámetros (Chiatchoua & Porcayo, 2017). Por lo que se presenta un problema de compatibilidad entre las definiciones, ya que estas se sustentan sobre números [muchas veces arbitrarios] designados por las legislaciones nacionales de cada Estado y representan realidades no siempre comparables (Alvarez & Durán, 2009). Al ser diferentes a la de otros países, no existe una unificación en cuanto al concepto de las pymes.

2. Convocatorias gubernamentales

El Sistema Nacional de Competitividad e Innovación (SNCI) instaurado mediante ley 1955 de 2019, artículo 172, busca fortalecer la competitividad del país. Es el ente encargado de “Coordinar y orientar las actividades que realizan las instancias públicas, privadas y académicas relacionadas con la formulación, implementación y seguimiento de las políticas que promuevan la competitividad e innovación del país bajo una visión de mediano y largo plazo” (Presidencia de la República, 2019)

El SNCI se encuentra organizado por las siguientes instancias e instrumentos de planeación: El Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI); el Sistema Nacional de Innovación Agropecuaria (SNIA); la Comisión Intersectorial de Propiedad Intelectual (CIPI); el Consejo Nacional de Economía Naranja (CNEN); el Sistema Nacional Ambiental (SINA) y los demás sistemas, órganos e instancias relacionadas con competitividad, productividad e innovación. (Presidencia de la República de Colombia, 2021)

En virtud de lo anterior, se desarrolla el portal de innovación-innovamos.gov.co. Una herramienta que sistematiza y consolida la oferta de programas y convocatorias en materia de competitividad, ciencia, tecnología e innovación del Gobierno Nacional (Gobierno de Colombia, s.f.). Estas convocatorias se establecen periódicamente como mecanismo para la financiación de proyectos, que propenden por la innovación social, la sostenibilidad de las organizaciones y asimismo, mejorar la calidad de vida de los colombianos.

3. Competitividad empresarial

En un mundo globalizado las empresas nacen con una perspectiva primordial, lograr cumplir todos los objetivos propuestos mediante estrategias gerenciales; hecho que ha generado que, a diario, dichas empresas sean más innovadoras y competitivas. De acuerdo con Michael Porter, citado por (Suñol, 2006) el término de competitividad hace alusión a, “La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo se basa en el aumento de la productividad” (p.181). Por lo que “El incremento en la productividad es la fuerza motriz del desarrollo económico: es la fuente primordial de competitividad, y el elemento esencial que determina las ganancias en una empresa dentro de un sector productivo” (Hernández, 2008, p.172).

Cifras del Informe Nacional de Competitividad 2020-2021, emitido por el Consejo Privado de Competitividad (CPC), puso en manifiesto la situación del país en torno a la competitividad. Revelando que el país mejoro en 10 pilares, de los 12 que se analizan basados en la metodología del Foro Económico Mundial, pero retrocedió en dos: calidad de las instituciones y eficiencia de los mercados. (SEMANA, 2020). Teniendo en cuenta lo expuesto, la competitividad empresarial es clave para el desarrollo sostenible y esencial para



mejorar las condiciones de vida de una sociedad. En este sentido, el rol que desempeña la triada Estado-Sociedad-Empresa para mantener una ventaja competitiva, es fundamental.

METODOLOGIA

Esta investigación se abordó desde un enfoque cualitativo mediante la técnica de análisis de contenido tomando como unidad de análisis la información registrada en sitios Web de las principales entidades gubernamentales “Teniendo como propósito la construcción de conocimiento sobre la realidad social, a partir de las condiciones particulares y la perspectiva de quienes la originan y la viven” (Hernández, 2012, p. 62). Dado que se intenta obtener conclusiones y responder a la realidad que se estudia se definieron unas categorías para asegurar la credibilidad:

1. La triangulación, que es la observación permanente de espacio, tiempo y métodos.
2. Recogida de material para contrastar información.
3. Coherencia interna del informe de investigación.
4. Comprobaciones de los participantes.

Para el tratamiento y análisis de la información recolectada se utilizó el software de análisis de contenido Atlas. ti versión 9.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN FINALES.

En la siguiente tabla se presentan los entes gubernamentales, cada uno de los nombres y objetivos que persiguen las distintas convocatorias destinadas al fortalecimiento de las pymes colombianas. Así como, fechas claves para la postulación y cierre.

Tabla 1. Principales organismos gubernamentales que generaron convocatorias dirigidas a las pymes en el periodo 2020-2021.

Fortalecimiento de capacidades				
Entidad Gubernamental	Nombre de la convocatoria	Objetivo	Apertura	Cierre
Ministerio Industria, Comercio y Turismo (MinCIT) -ICONTEC	Imparables, Empresas que avanzan con bioseguridad y productividad	Programa con el que recibirás asistencia técnica especializada en bioseguridad y reactivación productiva.	12/08/2020	31/12/2020
INNpulsa Colombia	MEGA UP SOSTENIBLE 2020 UPSO-020	Seleccionar hasta quince (15) empresas pequeñas y medianas colombianas con enfoque en economía circular y/o	19/08/2020	07/09/2020



		sostenibilidad para que participen en el programa de ESCALAMIENTO DE EMPRESAS CON ALTO POTENCIAL DE CRECIMIENTO EN COLOMBIA.		
Colombia productiva	Colombia Productiva busca seleccionar hasta 20 empresas de los sectores de cafés especiales, frutas, cacao, acuicultura y lácteos en Cauca y Nariño.	Seleccionar empresas de los sectores de cafés especiales, frutas, cacao, acuicultura y lácteos en las regiones de Cauca y Nariño interesadas en recibir asistencia técnica y acompañamiento especializado en la identificación de las condiciones y requisitos sanitarios que deben cumplir y la asesoría para el mejoramiento de los estándares de calidad e inocuidad.	24/08/2020	23/09/2020
Colombia productiva - Universidad de los Andes	Gerente 4.0	Brindar formación especializada para el desarrollo y/o fortalecimiento de las competencias requeridas en los niveles estratégicos de las empresas, para así promover el desarrollo empresarial, mejorar la productividad y fomentar su transformación digital.	03/09/2020	-- /09/20 20



INNpuls Colombia - Manizales Más	Escalando Empresas de Alto Potencial	Desarrollar un programa de Escalamiento Empresarial con empresas de alto potencial de crecimiento ubicadas en las diferentes zonas del Eje Cafeto, Tolima y Municipios del Norte del Valle del Cauca, empleando la metodología empresas de alto potencial del programa Manizales Más.	18/12/2020	01/03/ 2021
Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) - MinTIC- Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicacione s (MinTIC)	"MiPymesettransforma : Empresas con Mentalidad TIC".	Conformar un banco de empresas (Micro, pequeñas y medianas empresas) para brindar asistencia técnica virtual en transformación digital.	24/03/2021	16/ 04/202 1

Fuente: Elaboración de los investigadores, a partir de la información consultada en los sitios webs de las entidades gubernamentales (2021).

Principales características de las convocatorias dirigidas a las Pymes

Gracias a la unidad hermenéutica del software Atlas ti y la codificación de los datos que da lugar a diferentes códigos y posteriormente, generar una o varias redes conceptuales que nos permite comenzar la fase de conceptualización haciendo uso de las relaciones y vínculos entre los diferentes códigos. A continuación, se muestran las relaciones predeterminadas aportadas por el programa con sus símbolos y lo que denota cada uno de ellos. Asimismo aquellas definidas personalmente de acuerdo con la necesidad de la investigación.



Tabla 2. Tipos de relaciones en el software Atlas. ti 9.

Tipos de relaciones	
Relaciones definidas por el programa	Relaciones definidas personalmente
/ “es un(a)”	-*- “es cofinanciado por”
== “está asociado con”	+ “es una estrategia para”
	<> “especializada en”
	“” “hace parte de”
	-- “conlleva a”
	[] “enfocado a”
	= “garantizan”
	-* “de”
	.. “durante”

Fuente: Elaboración del equipo investigador, a partir de Atlas. ti 9 (2021).

Las redes estructurales que configuran cada una de las convocatorias establecidas por las entidades gubernamentales, se muestra en la gráfica 1 y permite establecer las relaciones entre los códigos, es decir, la creación de estructuras teóricas. Dando la ventaja de usar la metáfora gráfica y el enfoque del hemisferio central derecho, utilizando procesos holísticos, gestálticos y estereognósticos. Miguel Martínez (citado por González & De Castro, 2005)

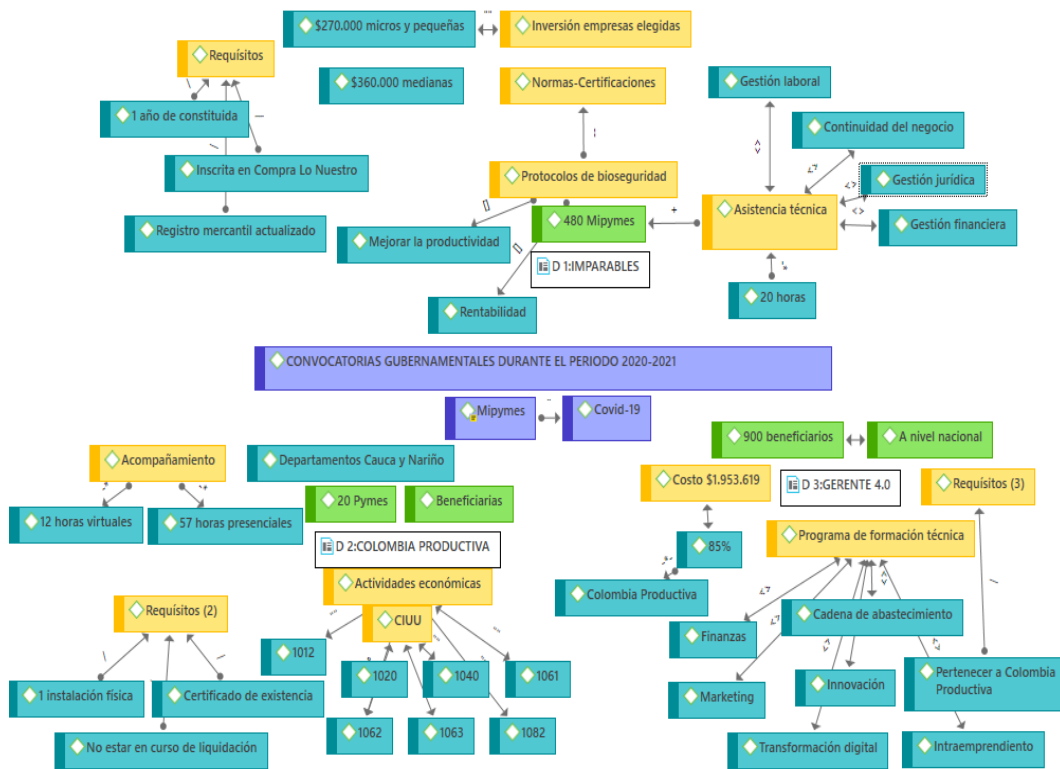
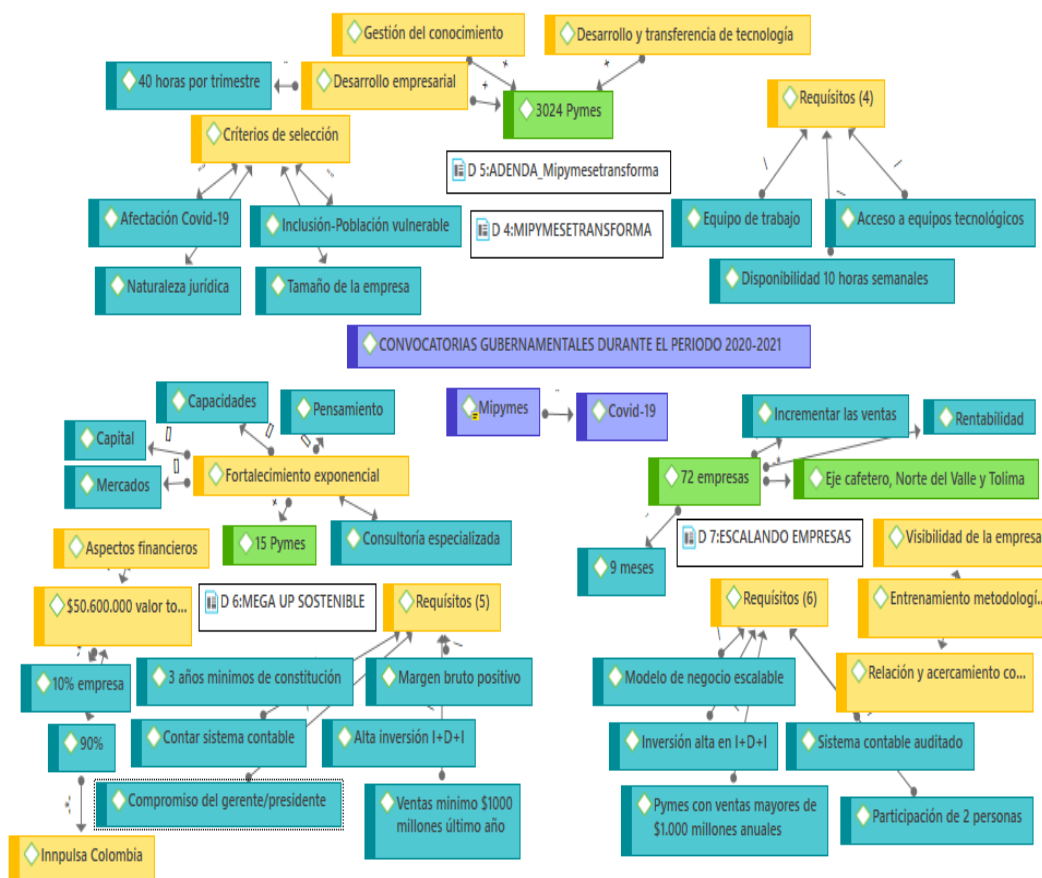


Ilustración 1. Modelo de red de las convocatorias gubernamentales durante el periodo 2020-2021



Fuente: Elaboración del equipo investigador, a partir del software Atlas. ti 9 (2021).

Las redes permiten entrever los principales aspectos de cada una de las convocatorias llevadas a cabo durante el periodo 2020-2021. Se evidencia el alcance que tienen, en cuanto, al número de empresas beneficiarias al igual que la delimitación, es decir, si se establece por regiones, sectores, actividades económicas o si abarca cada uno de los 32 departamentos del territorio nacional. Como factores reiterativos encontramos, el servicio que se está ofreciendo a las pymes, que va desde asistencia técnica especializada en gestión financiera, gestión jurídica y laboral. Al mismo tiempo, acompañamiento en la mejora de los procesos de la unidad económica para aumentar la productividad. En lo que respecta a los programas de formación técnica están dados por ejes, como lo es, finanzas, fortalecimiento de la cadena de abastecimiento, transformación digital, y hasta entrenamiento bajo la metodología de Badson College, universidad #1 de emprendimiento. Cabe mencionar que cada una de las convocatorias se encuentra sujeta a diferentes requisitos para hacer efectiva la postulación a estos proyectos.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos dan cuenta del desafío que tiene el país de transitar hacia una sociedad basada en el conocimiento, la transformación digital y la innovación Así como, el



de lograr una verdadera articulación entre las diferentes entidades del gobierno nacional para apoyar y fortalecer el tejido social empresarial propiciando de esta forma, la competitividad y el desarrollo sostenible. De acuerdo con cifras de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (CONFECAMARAS, 2021), en el último trimestre del 2020 se crearon 65.363 empresas nuevas lo cual manifiesta la confianza y fortaleza del sector productivo colombiano y de sus emprendedores, por propiciar nuevas oportunidades de empleo en el país. Teniendo en cuenta a la Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI, 2020).

En mercados como el colombiano donde más de la mitad de las empresas nuevas fracasan en sus primeros cinco años de vida y solo en el primer año, desaparecen entre 20% y 30% de ellas, resulta imperativo que los empresarios se capaciten para tener las cualidades emocionales y profesionales que les permita asumir una crisis y los altibajos que una empresa puede tener en su vida activa. En este sentido se hace necesario establecer un mayor número de convocatorias dirigidas a las Pymes, sin costo alguno y con un alto beneficio para el fortalecimiento de capacidades y la sostenibilidad empresarial. La investigación nos permitió conocer los tiempos comprendidos entre la apertura y cierre de las convocatorias, siendo este, hasta de un mes y medio, a excepción de dos con un tiempo como máximo de cuatro meses. Lo que conlleva a una disminución en la postulación por parte de algunas Pymes. Entre las opciones que se consideraron, se tiene: falta de acceso a la información, poco o ningún conocimiento de la existencia de estos portales o sitios web gubernamentales. Así como, el hecho de que algunos gerentes y líderes no creen en que puedan salir beneficiados. Estas y otras más consideraciones, sin duda alguna, dará paso a futuras investigaciones, como es el hecho de identificar cuáles son las dificultades que presentan las pymes para acceder a las distintas convocatorias establecidas por el gobierno nacional.

BIBLIOGRAFIA

- Alvarez, M., & Durán, J. (2009). Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas. San Salvador. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/1/Manual_Micro_Pequeña_Mediana_Empresa_es.pdf
- Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI). (17 de Septiembre de 2020). ACOPI. Empresas resilientes, una necesidad para la estabilidad económica. Obtenido de <https://www.acopi.org.co/empresas-resilientes-una-necesidad-para-la-estabilidad-economica/>
- Chiatchoua, C., & Porcayo, A. (30 de Agosto de 2017). Laboratorio de Análisis Económico y Social A.C. Recuperado el 2021, de Laboratorio de Análisis Económico y Social A.C: <https://www.laes.org.mx/debate-economico-no-17/las-mypimes-en-el-mundo-elementos-para-una-redefinicion/>
- Colombia Productiva. (2021). Colombia Productiva. CONVOCATORIAS. Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-servicios/ptp-convocatorias>



- Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (CONFECAMARAS). (14 de Enero de 2021). Confecámaras. 22,9% aumentó la creación de empresas en Colombia durante el cuarto trimestre de 2020. Obtenido de <https://confecamaras.org.co/noticias/775-22-9-aumento-la-creacion-de-empresas-en-colombia-durante-el-cuarto-trimestre-de-2020>
- Congreso de la República. (02 de Agosto de 2004). Ley 905. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. Diario oficial 45628. Recuperado el 2021, de <https://forbes.co/2020/04/29/negocios/oit-436-millones-de-empresas-en-el-mundo-corren-riesgo-de-cerrar/>
- Forbes Staff. (29 de Abril de 2020). FORBES. Recuperado el 2021, de <https://forbes.co/2020/04/29/negocios/oit-436-millones-de-empresas-en-el-mundo-corren-riesgo-de-cerrar/>
- Gobierno de Colombia. (s.f.). Innovamos.gov.co. Recuperado el 11 de Abril de 2021, de <https://www.innovamos.gov.co/informacion/condiciones-de-uso-informacion#:~:text=El%20portal%20de%20innovaci%C3%B3n%20Dinnovamos,al%20ciudadano%20a%20esta%20oferta.>
- González, C., & De Castro, D. (2005). Investigación cualitativa asistida por ordenador en economía de la empresa. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 45-58.
- Hernández Arteaga, I. (2012). Investigación cualitativa: una metodología en marcha sobre el hecho social. *Rastros Rostros*, XIV(27), 57-68.
- Hernández, I. (2008). *Empresa, innovación & desarrollo*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/284158581_Empresa_Innovacion_y_Desarrollo_Universidad_Nacional_de_Colombia_Bogota_2008
- Ibarra, M., González, L., & Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 107-130. Obtenido de <https://doi-org.uniatlantico.basesdedatosezproxy.com/10.21670/ref.2017.35.a06>
- INNpulsa Colombia. (2021). INNpulsa. Convocatorias. Obtenido de <https://innpulsacolombia.com/convocatorias>
- Ministerio de Salud. (24 de Abril de 2020). Min Salud. Resolución N. 000666 DE 2020. Por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia del Coronavirus COVID 19.. Obtenido de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%20666%20de%202020.pdf
- Monterrosa, H. (31 de Agosto de 2019). Mipymes representan 96% del tejido empresarial y aportan 40% al PIB. Recuperado el 2021, de *La República*: <https://www.larepublica.co/economia/mipymes-representan-96-del-tejido-empresarial-y-aportan-40-al-pib-2903247>
- PORTAFOLIO. (27 de Enero de 2021). Portafolio. El largo confinamiento de las pymes latinoamericanas. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/el-largo-confinamiento-de-las-pymes-latinoamericanas-548622>



- Presidencia de la República. (11 de Septiembre de 2019). Decreto 1651 de 2019. Por el cual se establece la organización y funcionamiento del Sistema Nacional de Competitividad e Innovación. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=100140>
- Presidencia de la República de Colombia. (11 de Abril de 2021). Consejería presidencial para la competitividad y gestión público-privada. Obtenido de Sistema Nacional de Competitividad e Innovación - SNCI: <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/snci/el-sistema/quienes-somos>
- Redacción el Tiempo. (s.f.). EL TIEMPO. Recuperado el 2021, de EL TIEMPO: <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/competitividad-de-las-pymes-en-colombia-para-2020-446922>
- SEMANA. (02 de Diciembre de 2020). Publicaciones Semana. Competitividad: La tarea más urgente para Colombia. Obtenido de <https://www.semana.com/pais/articulo/por-que-tras-la-pandemia-se-debe-trabajar-en-competitividad/307940/>
- Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y sociedad*, XXIX(2), 179-198. Recuperado el 23 de Marzo de 2021



ESTRATEGIA DE DESARROLLO PARA PRODUCTORES DE PEQUEÑA ESCALA DE FLOR DE JAMAICA (*HIBISCUS SABDARIFFA* L.): UNA INVESTIGACION INTERDISCIPLINARIA

*María Martha del Socorro Romano Cadena*¹⁵, *Karla Coré Moreno Cortés*¹⁶,
*María del Refugio García Alarcón*¹⁷, *Alma Gabriela Moreno Alva*¹⁸

RESUMEN

En este artículo se presentan resultados de la investigación interdisciplinaria llevada a cabo en el municipio de Huaquechula Puebla con productores de pequeña escala de flor de jamaica (*Hibiscus sabdariffa* L). Se realizó una revisión bibliográfica, entrevista a informantes clave y un análisis FODA mediante el cual se identificaron nuevos nichos de mercado y las oportunidades para diversificar los canales de comercialización como estrategia para genere valor agregado, mejore los ingresos de los productores y contribuir al desarrollo local.

Palabras clave: *Hibiscus sabdariffa* L., agregación de valor, comercialización, nicho de mercado.

ABSTRACT

This article presents results of the interdisciplinary research carried out in the municipality of Huaquechula Puebla with small-scale producers of hibiscus flower (*Hibiscus sabdariffa* L). A bibliographic review, interview with key informants and a SWOT analysis were carried out, through which new market niches and opportunities to diversify marketing channels were identified as a strategy to generate added value, improve producers' income and contribute to local development.

Keywords: *Hibiscus sabdariffa* L., value addition, commercialization, market niche

INTRODUCCIÓN

A partir de estudios anteriores hemos identificado la necesidad de impulsar a los productores de baja escala de flor de jamaica del municipio de Huaquechula Puebla a implementar estrategias que generen valor al proceso de comercialización ya que se identificó a través del análisis FODA que los clientes potenciales de estos productores son los intermediarios y amas de casa del mercado de la ciudad de Atlixco. Ya que la flor de jamaica es un cultivo con altas propiedades nutricionales altamente demandada en estos días en la gastronomía

¹⁵ Ma. Martha del S. Romano Cadena es Profesor Investigador en la Facultad de Administración de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México martha.romano@correo.buapx

¹⁶ Karla Coré Moreno Cortés es Profesor Investigador en la Facultad de Administración de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México karla.morenoc@correo.buap.mx

¹⁷ María del Refugio García Alarcón es Profesor Investigador en la Facultad de Administración de la Benemérita, Puebla, México smary_2003buap@hotmail.com

¹⁸ Alma Gabriela Moreno Alva es alumna de la Licenciatura de Gastronomía en la Facultad de Administración de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México alma.morenoal@gmail.com



nacional, se decidió realizar un estudio interdisciplinario para ofrecer una estrategia que permita poner en práctica la interacción entre dos líneas de conocimiento la administración y gastronomía, para enriquecen los aprendizajes de los alumnos de la licenciatura de Gastronomía y Administración de Empresas de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP). La interdisciplinariedad representa una fase cualitativamente superior de la educación, la cual se inicia partiendo de la concepción y diseño del currículo de la educación, en el cual se manifiestan las relaciones interdisciplinarias, plasmados en el Modelo Universitario Minerva (MUM) de la BUAP.

Pese a que en el municipio de Huaquechula se produce el 49.07% de la producción en el estado de Puebla y su alta demanda en el mercado nacional e internacional, no genera los recursos suficientes a los pequeños productores por lo que ha disminuido el interés de aumentar la producción de la flor de jamaica, para su comercialización y dar continuidad de manera interdisciplinaria a la investigación iniciada en el 2016 la cual centro su estudio con una visión de prospectiva, buscando brindar una aproximación a la PyME agrícola de la flor de jamaica del Municipio de Huaquechula, Puebla. Para ello se levantó información en las instancias pertinentes para conocer la situación actual de la cadena productiva, posteriormente se realizó un análisis para identificar los rasgos característicos, potencialidades y problemas comunes de la cadena de producción. En el proceso de comercialización se identificó que la flor de jamaica se vende a intermediarios locales o de manera directa al ama de casa en el tianguis de Atlixco, Puebla.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

La pandemia que vivimos desde el 2020 conllevó al cierre del tianguis de Atlixco, Puebla, tianguis al que acuden semanalmente los productores del municipio de Huaquechula, Puebla a vender sus productos a granel de manera directa al cliente a un precio justo o a los intermediarios locales a un precio bajo, lo que solo permite recuperar los costos de producción, lo que ha llevado a los productores a buscar alternativas como la albañilería o migración a Estados Unidos, dejando a cargo de la producción del campo a la mujer, quien además ha sido el actor principal en la comercialización de los cultivos. Lo que ha propiciado solo producir para el consumo familiar.

Al identificar los procesos de comercialización y oportunidades que el mercado demanda de alimentos a base de insumos con altos niveles nutricionales, vitamínicos, con actividad antioxidantes como los que ofrece la jamaica, presenta nuevos nichos de mercado que permitirán diversificar y ampliar el sector de mercado para no sólo comercializar el cáliz seco a los intermediarios locales y a consumidores en el tianguis de Atlixco, Puebla; lo que permitirá generar valor agregado y desarrollo de la cadena productiva de la flor de jamaica, así como impactar positivamente en sus ingresos, a través de identificar a clientes potenciales como pudiesen ser los restauranteros de Atlixco y Huaquechula. A través del estudio interdisciplinario se busca impulsar la producción y venta de la rosa de Abisinia como también se conoce la flor de jamaica del Municipio de Huaquechula, Puebla, identificando las tendencias y demanda del cáliz seco de la jamaica en el mercado local y regional y el diseño de estrategias desde una visión glocal e interdisciplinaria para incursionar en nuevos



nichos de mercado rentable, como estrategia de desarrollo para los productores de la flor de jamaica. El estudio interdisciplinario desde el currículo transversal incorporado en cada una de las asignaturas de los diferentes programas educativos, así como en el Modelo Universitario Minerva (MUM) y el PDI 2017 -2021 de la BUAP, busca lograr sinergias que permitan a los estudiantes de las licenciaturas de Administración de Empresas y Gastronomía, aplicar los conocimientos de su área dando un sentido de relevancia al eje transversal “Educación para la Investigación”.

OBJETIVO GENERAL

Identificar de manera interdisciplinaria actividades de valor y nichos de mercado rentable para agregar valor al proceso de comercialización de la cadena productiva de la flor de jamaica (*Hibiscus sabdariffa* L.), para mejorar los ingresos de los productores de pequeña escala del municipio de Huaquechula, Puebla.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar las oportunidades y tendencias del uso de la flor de jamaica en el sector del mercado en el que participan los productores de pequeña escala del municipio de Huaquechula Puebla.
2. Valorar la tendencia del uso de la flor de jamaica como insumo en la gastronomía.
3. Fortalecer en los estudiantes de las Licenciatura de Administración y Gastronomía la habilidad de investigación interdisciplinaria como eje transversal y aplicación del conocimiento.

REFERENTE TEORICO

De acuerdo a (Da Costa *et al.*, 2014), citado en (Romano *et al.*, 2018) a nivel nacional, la demanda de la flor de jamaica, esta insatisfecha en un 50% y se espera que mientras más se sigan difundiendo sus cualidades nutricionales y la diversidad de sus usos, en la industria alimenticia y médica, mayor será la demanda de este cultivo. La producción de la flor de jamaica en el municipio de Huaquechula representa el 74.25 % de la producción del estado de Puebla (SIAP, 2017), pese a ocupar el primer lugar en producción de este producto los pequeños productores no alcanzan obtener los ingresos que les permita mantener una ganancia justa y atractiva que les motive a invertir más en la producción la flor de jamaica, impactando así al desarrollo endógeno de la región.

La jamaica tiene gran diversidad de usos, como colorantes en la industria textil, en la cosmetología, perfumería, medicina, gastronomía, artesanías e incluso como planta ornamental. Generalmente se consume en forma de té, licor, jalea, mermelada, pulpa, gelatina, helado, jarabe colorante, aderezos, dulces, conservas, bebidas refrescante y como aditivo natural para mejorar el aspecto y sabor de otras plantas medicinales o preparados alimenticios; las hojas tiernas o hidratadas se consumen en ensaladas. (Carvajal, s.f) citado en Desarrollo estratégico, aprendizaje y prospectiva de la cadena productiva de la jamaica para general valor (Romano, *et al.*, 2018). Asimismo, la semilla tostada de la flor de jamaica



se consume también sola o como complemento en ensaladas, este producto inclusive se utiliza como alimento pecuario. Por lo anterior se puede identificar el potencial y la rentabilidad que este producto representa para los productores al contar con estrategias de comercialización que conlleven a ampliar sus clientes, mejorar sus canales de distribución generando así valor a los procesos de comercialización de la flor de jamaica.

Actualmente, la flor de jamaica se comercializa generalmente en supermercados, tiendas naturistas empaquetado y etiquetado con información sobre sus propiedades nutricionales ya que cada día adquiere mayor demanda por las recomendaciones terapéuticas, beneficios para adelgazar, bajar el colesterol y la forma de preparar la flor en té. Lo que representa una oportunidad para identificar otros canales de distribución para llegar a otros clientes potenciales, además del ofrecimiento del producto que garanticen que se dispone del bien en el momento preciso, en el lugar adecuado y con la calidad esperada (Hernando, 2014); disminuyendo así la participación de los intermediarios y la venta en los mercados locales y tianguis a los que acuden los productores a vender a granel su producto, diversificando así sus clientes.

De acuerdo con Ramanujam y Varadarajan (1989) la diversificación es la incursión en nuevos mercados, lo que resulta en cambios en la estructura de producción y gestión de una empresa, y es el primer paso en el proceso de lograr la competitividad (Mubarik, 2004) fuente de agregación de valor es la valorización de atributos intangibles que son aquellos que el consumidor le otorga a factores que inciden en la salud, la nutrición, la sostenibilidad de los recursos naturales para un desarrollo endógeno. Asimismo, desde la óptica empresarial se requiere de conocimiento de distintas disciplinas como recursos intangibles para analizar y generar valor total a la cadena productiva identificando las actividades de valor.

Para Porter (2015) el concepto de hace hincapié al analizar y generar valor al sistema productivo u organizacional iniciando por las actividades de valor y del margen siendo este la diferencia entre el valor total y el costo colectivo de desempeñar las actividades que generan valor, las cuales son actividades distintas a las actividades básicas de acuerdo a la naturaleza de la organización; las actividades que generan valor de acuerdo a Giraldo (2011) citado en Porter (2015) son:

- ✓ Logística Interna, enfocada a gestionar los procesos de producción en el caso de la flor de jamaica desde la preparación de la tierra, siembra, cosecha, postcosecha y almacenamiento del producto.
- ✓ Operaciones, esta etapa tiene el propósito de controlar que las operaciones se realicen de manera eficiente y pertinente.
- ✓ Logística Externa o de Salida, proceso enfocado a la venta de los cálices deshidratados de la flor de jamaica, sea al intermediario o en el tianguis de Atlixco.
- ✓ Marketing y Ventas esta categoría pese a ser parte importante para las ventas no es aplicada en los procesos de comercialización de los productores de pequeña escala de flor de jamaica de Huaquechula.
- ✓ Servicios última categoría que aplica en la mayoría de las áreas funcionales del sistema administrativo de toda organización o empresa.



Considerando lo mencionado en los párrafos anteriores es conveniente diseñar una estrategia que genere valor a la cadena productiva de la flor de jamaica y mejore los ingresos de los pequeños productores agrícolas de Huaquechula.

METODOLOGIA

Esta investigación se realizó basada en el modelo positivista, ya que, de acuerdo a Durkheim citado por Taylor, S.J.; Bogdan, R. (2000), afirma que el científico social debe considerar los hechos o fenómenos sociales como cosas que ejercen una influencia externa sobre las personas. El modelo positivista permite al investigador buscar las causas de los fenómenos sociales con independencia de los estados subjetivos de los individuos. La investigación es cualitativa, para la recolección de información primero se hizo una revisión bibliográfica de publicaciones que hemos realizado sobre este tema en el 2018 en la Revista EDUCATECONCIENCIA vol. 8, No. 19, en este mismo año se publicó en el libro “La revalorización de las pequeñas y medianas empresas desde lo local. Innovación y productividad para competir exitosamente”, editorial Académica Española el capítulo titulado “Desarrollo estratégico, aprendizaje y prospectiva de la cadena productiva de la jamaica para general valor”, y el capítulo del libro “Reingeniería de procesos para incrementar la calidad del cáliz de jamaica”, publicado, el libro Experiencia de emprendimiento, editorial Incunabula. Lo que permitió identificar de manera focalizada las debilidades y las áreas de oportunidad del proceso de comercialización del cáliz seco de la jamaica. Además, se revisaron diferentes artículos revistos e informes publicados en la web, para ampliar la información sobre el uso en alimentos y bebidas de la flor de jamaica, lo que permite justificar la investigación la cual tiene como propósito principal incrementar el valor de la jamaica para mejorar los ingresos a los pequeños productores del municipio de Huaquechula, Puebla.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como resultado parcial de esta investigación se identificó que los pequeños productores de Huaquechula, Puebla comercializan de manera directa el cáliz de la flor de jamaica vía el intermediario y en el tianguis en Atlixco Puebla; cuando el intermediario busca el producto acude al productor para adquirir el producto a un precio por debajo de lo justo, los intermediarios distribuyen la flor de jamaica en las centrales de abasto de los municipios de Atlixco, Cuautla, Huixcolotla y Puebla. Cuando los productores de Huaquechula acuden al tianguis de Atlixco recorren aproximadamente 27.3 km, los productores venden directamente su producto al consumidor quienes generalmente son amas de casa quienes destinan el producto para el consumo familiar, entre sus clientes también están comerciantes locales, quienes adquieren el producto a granel para posteriormente revenderlo en las pequeñas tienditas. Por las características del cliente los ingresos percibidos por los productores solo les brinda la oportunidad de recuperar los costos de producción, aunado a esto el cierre de los tianguis y negocios que ha provocado la pandemia ha generado el desinterés por seguir produciendo la jamaica y productos agrícolas pese a la alta demanda de la flor de jamaica para el consumo debido a su nivel nutricional; asimismo fortalecer el desarrollo endógeno regional y calidad de vida de los productores de Huaquechula, Puebla. Asimismo, a la vez



que se fomente la educación para la investigación de manera interdisciplinarias y transversal en los estudiantes de Administración de Gestión de Ventas, Control Estratégico de la Licenciatura de Administración de Empresas, así como de quienes cursan las materias de Calidad e Innovación en el Servicio de Alimentos y Planeación del Menú de la licenciatura en Gastronomía de la Facultad de Administración en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Los resultados parciales obtenidos en la revisión bibliográfica invitan a continuar esta investigación orientándola al área de alimentos y bebidas con la finalidad de diseñar estrategias de comercialización de flor de jamaica, para incursionar en el sector restaurantero, el cual para este producto representa un nicho de mercado rentable, poco explotado para mejorar los ingresos de los pequeños productores.

CONCLUSIONES

El cáliz de la flor de jamaica también conocida como rosa de Abisinia, es una planta altamente demandada por sus propiedades nutricionales, uso en la industria textil, farmacéutica, cosmética, alimenticia y muy útil en la cocina no tan solo como infusión, sino también en la preparación de mermeladas, vinos, conservas, quedadillas, tacos, galletas, postres, etc. En los últimos años ha aumentado favorablemente la demanda del cáliz seco de la flor de jamaica, así como las hojas verdes de la misma planta, en el área restaurantera buscando aprovechar sus propiedades organolépticas (olor, color, sabor, textura, etc.) para cautivar al comensal a través de las sensaciones que producen los platillos. Por lo que es importante ahondar en esta investigación desde la interdisciplinariedad para diseñar estrategias que generen valor al proceso de comercialización de la jamaica de los productores a pequeña escala de la flor de jamaica de Huaquechula logren incursionar en un nicho de mercado rentable el cual por sus características es suficientemente amplio lo que representa que tiene un consumo constante, con potencial para obtener ganancias y ser rentable, otra característica de este nicho es que es estable en el tiempo (aun en pandemia) con perspectiva de crecimiento y permanencia a largo plazo en el mercado, lo que permitiría un crecimiento escalable en las ventas de los productores de la flor de jamaica de Huaquechula.

BIBLIOGRAFIA

- González, H.M.; Reyes, J.A.; Del Val-Díaz, R.; Hernández, A.; González, S. (2011). Galleta de jamaica (*Hibiscus sabdariffa* L.). *Revista Universo de la Tecnológica (en línea)* año III edición 8. Consultada por internet el 17 de abril 2021 <https://www.utnay.edu.mx/revista/files/Revistas/REVISTA%208.pdf>
- Porter, M. E. (2015). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Grupo Editorial Patria
- Ramanujam, V., y Varadarajan, R. (1989). Research on Corporate Diversification: A Synthesis. *Strategic Management Journal*, 10, 523-551.
- Romano, M. M.; García, M.R; Luna, V. G.; Hernández, G.A. “Análisis de la cadena productiva del cultivo de jamaica (*Hibiscus sabdariffa* L.) en Huaquechula, Puebla”, *Revista EDUCATECONCIENCIA (en línea)*, vol. 18, No. 19, consultada por Internet el 17 de abril



- del 2021.
<http://tecnocientifica.com.mx/educateconciencia/index.php/revistaeducate/article/view/69>
- Romano, M.M.; Luna, V. G.; García, M.R. (2019). “Desarrollo estratégico, aprendizaje y prospectiva de la cadena productiva de la jamaica para general valor” (77 – 90pg). En Velazco, M.; Perroni, E. La revalorización de las pequeñas y medianas empresas desde lo local. Innovación y productividad para competir exitosamente. Editorial Académica Española (121 pg.)
 - Romano, M.M. y Romano M.T. (2018). “Reingeniería de procesos para incrementar la calidad del cáliz de jamaica”, (151 - 161). En Morán, L.; Torralba, A.; Flores, M. Experiencias de emprendimiento. Experiencia de emprendimiento. Ed. Incunabula (250 pg).
 - Taylor, S. J.; Bogdan, R. (2000). Tercera edición. “Introducción a los métodos cualitativos de investigación”. Ediciones Paidós
 - Sumaya, M.; Medina. R.; Machuca, M.; Jiménez, E.; Balois, R.; Sánchez, L. (2021). “Potencial de la jamaica (*Hibiscus sabdariffa* L.) en la elaboración de alimentos funcionales con actividad antioxidante. La jamaica como elemento de alimentos funcionales con antioxidante” (en línea), Revista Mexicana de Agronegocios, vol. 35, consultada por internet el 19 de abril 2021. <https://www.redalyc.org/pdf/141/14131676017.pdf>



ESTUDIO DE MARKETING PARA LA EXPANSIÓN EN EL ÁREA DE VENTAS DE LA EMPRESA ROMASHOP DE BARRANQUILLA

Elkyn Rafael Lugo Arias¹⁹, Heidy Margarita Rico Fontalvo²⁰, Fredy Gómez Pedroza²¹, Aura Isabel Almanza Bolaño²², Javier Alfonso Ortiz De los Ríos²³

RESUMEN

El presente trabajo busca realizar un estudio técnico, organizacional y de mercado, mediante el acompañamiento y la asesoría empresarial en la empresa ROMASHOP; que logre incrementar sus ventas y su expansión, dirigiendo su comercialización al cliente meta (mercado consumidor de almacén de cadena) en Barranquilla. Se utiliza la teoría del marketing, donde se estructura una cartera de clientes y se segmenta su mercado, teniendo, así como beneficios que la comercialización que desarrolle la empresa, esté enfocada a su cliente objetivo, el cual permite posicionar sus productos por encima de la competencia, logrando con esto impactar a los clientes. En conclusión, el posicionamiento y la expansión de la empresa ROMASHOP está direccionado a ser identificado y exitoso en varios puntos de venta dentro de la cadena reconocida de Super tiendas y Almacenes Olímpica (SAO), donde es masiva la concurrencia de potenciales clientes y diferentes tipos de personas (estratificación).

Palabras claves: Marketing, estudio técnico, organización, posicionamiento y expansión.

ABSTRACT

The present work seeks to carry out a technical, organizational and market study, through the accompaniment and business advice in the ROMASHOP company; that it manages to increase its sales and its expansion, directing its marketing to the target customer (chain store consumer market) in Barranquilla. Marketing theory is used, where a client portfolio is structured and its market is segmented, having, as well as benefits that the commercialization developed by the company, is focused on its target client, which allows its products to be positioned above the market. competition, thereby impacting customers. In conclusion, the positioning and expansion of the ROMASHOP company is aimed at being identified and successful in various points of sale within the recognized chain of Super Stores and Olympic Warehouses (SAO), where the concurrence of potential customers and different types is massive. of people (stratification).

¹⁹ Doctorante, Magister en Economía, Docente Investigador Corporación Universitaria Minuto de Dios. Director del Grupo DESOGE. e-mail: elkyn.lugo@uniminuto.edu.co.  <https://orcid.org/0000-0002-7049-4451>

²⁰ Doctorante y Magister en Administración, Docente Investigadora Corporación Universitaria Minuto de Dios. Adscrita al Grupo DESOGE. e-mail: hricofontal@uniminuto.edu.co.

²¹ Magister Docente Investigador Corporación Universitaria Minuto de Dios. e-mail: Fredy.gomez.p@uniminuto.edu.

²² Contadora Pública y Egresada de la Especialización en Gerencia Financiera. Corporación Universitaria Minuto de Dios. e-mail: aura.almanza@uniminuto.edu.co.

²³ Egresado de la Especialización en Gerencia Financiera. Corporación Universitaria Minuto de Dios. e-mail: javier.ortiz@uniminuto.edu.co.



Keywords: Marketing, technical study, organization, positioning and expansion.

INTRODUCCIÓN

El planteamiento de este proyecto tiene sus inicios en la motivación humana de buscar independencia económica, proyección futurista positiva, realización de sueños; así mismo, la obtención de recursos, a partir de una idea de negocio; con el cual la empresa se identifique plenamente, teniendo la convicción de dominar y obtener el máximo beneficio del mismo. Esta motivación está generada de sus necesidades, de la observación del comportamiento social con respecto a sus propios intereses y de sus posibilidades para lograr los objetivos planteados a mediano y largo plazo. El emprendedor naciente establece sus propios parámetros con respecto a lo que quiere lograr, cómo y en cuanto tiempo; desarrollando la intuición necesaria para la creación de una idea o modelo de negocio (Méndez, 2016).

De esta forma, observando que hay escepticismo sobre la situación política de los países, estos no muestran esta motivación; que permita al emprendedor desarrollarse de manera optimista, con todo el respaldo que esperaría; sino que, por el contrario, este está dispuesto a tomar el riesgo latente de éxito o fracaso; con el objetivo de lograr sus objetivos plasmados; nacen empresas donde el visionario – emprendedor plasma claramente un modelo de negocio (Cerquera Polo & Bustos Meneses, 2003). Apoyado en la idea que la Empresa ROMASHOP tiene entre sus objetivos, la expansión de mercados, se puede lograr un volumen alto de ventas. Donde se traza el objetivo de ubicar, estudiar, analizar y propender que su estructura financiera y de mercadeo sea lo suficientemente robusta para lograr el crecimiento esperado y su consolidación en el mercado. El cual, en este caso, es específicamente la cadena de Supermercados y Almacenes Olímpica (SAO) de Ventas masivas en la ciudad de Barranquilla; que tienen sucursales principalmente en la Costa Caribe y en las ciudades principales de todo el país.

Actualmente, el citado Emprendedor de la Empresa ROMASHOP, se encuentra vinculado como Persona Natural; pero por ocasión de la apertura de Nuevos Puntos de Ventas en Colombia, la normatividad relativa al Código de Comercio y Régimen Tributario; obliga a los Comerciantes con más de un Establecimiento de Comercio a transformarse en una sociedad (Méndez, 2016; Hernández, et al. 2005).

Al realizar la observación del Negocio, se revisó que teniendo en cuenta los Beneficios Tributarios que ofrece el Gobierno Nacional a las empresas nuevas; se debía crear preferiblemente una S.A.S. (también llamadas Sociedad por Acciones Simplificadas, se establecieron a través de la ley 1258 de 2008, con el objetivo de crear un tipo de empresa que le sirviera a pequeños empresarios para que formaran su compañía). Este cambio a Persona Jurídica, trae consigo algunas obligaciones y gestiones necesarias para continuar legalmente constituidas. El objetivo de este trabajo es realizar un Estudio de marketing para la expansión en el área de Ventas de la empresa ROMASHOP de Barranquilla. A continuación, se desarrollará una teoría con las estrategias para la consolidación de este Modelo de Negocio con la inminente apertura de Nuevos Puntos de Venta.



MARCO REFERENCIAL.

Modelo de calidad en la prestación de servicios. Según Sangüesa et al (2006), se puede categorizar la calidad del servicio o producto ofrecido por las empresas a partir de cinco grandes grupos. El primer tipo de calidad es la calidad que gira en torno a lo trascendente, analizando la calidad como algo innato, de carácter absoluto y que sea reconocido a nivel internacional, de ahí la denominación de trascendente. La segunda categoría es la calidad basada en el producto y se considera así debido al carácter medible del producto (Alain Castro, et al. 2020; Prieto, et al. 2018a; Prieto, et al. 2018b; Maury, et al. 2020).

La tercera es la calidad basada en el usuario, en este punto, la calidad debe medirse desde el nivel de satisfacción del cliente, logrando identificar como producto de mayor calidad el que logra satisfacer de la mejor manera posibles las diferentes necesidades de los clientes. El cuarto nivel de calidad es basado en la producción, y aquí el autor hace referencia al cumplimiento de especificaciones detalladas de un producto adaptado de manera particular a las exigencias del cliente y, por último, el quinto nivel de medición de la calidad es basada en el valor y a esto se refiere a la calidad en relación entre costos y precios (Sangüesa et al, 2016; Lugo, et al. 2018; Lugo, et al. 2019; Lugo, et al. 2020; Roncallo, et al. 2020; Escorcía, et al. 2020).

Modelo de marketing para la atención y la satisfacción del cliente. Actualmente, se incorporan nuevas tecnologías de información en los servicios bancarios, que están alterando continuamente la manera tradicional de usar el producto y servicio, que han cambiado la banca global, desarrollándose la banca por Internet, como un medio de comunicación entre los bancos y sus clientes, ya sean personas naturales o jurídicas, para realizar transacciones en línea a un menor tiempo y costo para sus usuarios, optimizando mejor sus recursos. Según Kotler & Armstrong (2003), quienes afirman que la satisfacción es “es el grado en que el desempeño percibido concuerda con las expectativas del comprador” (p. 15).

Como se puede evidenciar, el nivel de satisfacción del cliente está directamente relacionado con las expectativas con las que éste realiza su primer acercamiento a cualquier empresa, en el caso del sector comercial, el nivel de satisfacción del cliente no sólo se limita al nivel de productos que se puedan ofrecer, sino que también existe un compromiso mayor y es el relacionado con la atención al cliente y este se ha convertido en una de las herramientas de captación más poderosas de las entidades comerciales en la actualidad Kotler & Armstrong (2007).

METODOLOGÍA

Tipo y enfoque de investigación. El tipo de investigación es mixto, de estudio de caso y de carácter descriptivo, sobre variables cualitativas y cuantitativas del estudio de mercado y estudio técnico, a través de encuestas de fuente primaria e información de fuente secundaria suministrada por la empresa ROMASHOP en Barranquilla, Colombia.



Delimitación temporal y geográfica. Barranquilla, como Distrito Capital del Departamento del Atlántico, se encuentra ubicada sobre la margen occidental del río Magdalena, a 15 kilómetros de su desembocadura sobre el mar Caribe. Tiene una altura sobre el nivel del mar que oscila entre los cuatro y los 98 metros. Con una población de 2.460.863 habitantes, de acuerdo al censo base 2015 elaborado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. Con una extensión de 15.400 Hectáreas, distribuidos en 7.611 manzanas que componen 143 barrios.

Sin embargo, más allá de lo económico hay que resaltar que las personas son las que le dan la razón de ser a la ciudad, de ahí la importancia de invertir en el cierre de brechas sociales y garantizar una ciudad inclusiva donde todos tengan acceso a los diferentes beneficios de la misma. En estos términos entendemos al área económica de Barranquilla como una ciudad de 2.4 millones de habitantes (2016), en donde el Distrito aporta el 53% de la población, Soledad el 24%, Malambo el 5%, Sabanalarga 4%, y los 13 restantes municipios contribuyen con el 14%. En la ciudad el 50,6% son mujeres y el 49,4% son hombres.

Es una ciudad con una cultura multidimensional, que ha sido residente de diferentes razas, culturas y credos; lo que permite una pluralidad e inclusión permanente en todos los estratos sociales - culturales. Llevándola a considerarse en ocasiones, como la ciudad capital principal del norte de Colombia.

El espacio temporal de estudio es el periodo 2017-2019, donde se cuenta con información comercial de este negocio y se realizan las encuestas para su viabilidad en el estudio de mercado.

Población y muestra. Una vez el investigador específico el problema con claridad, elabora un diseño de ciertos factores apropiados del estudio y selecciona los instrumentos para recopilar datos, posteriormente selecciona los elementos, de los cuales recopilará los datos, esto corresponde al muestreo que consiste en seleccionar los elementos de una población de la que desea medir. En una investigación, la población no sólo se refiere a la gente, también puede ser una empresa, una industria, etc. La población es el total del caso de estudio. Es importante definir cuál es la población de estudio. En este caso se va tomar como muestreo la población que está en el entorno de los 3 puntos de ventas existentes: Olímpica de la 14, Olímpica la 21 y Olímpica de Simón Bolívar.

ROMASHOP, tiene sus locales en unos puntos estratégicos, si me mira el local que está en la Olímpica de Simón Bolívar, tiene a su alrededor: los cajeros Servibanca, Bancolombia y enfrente de una de las cajas registradoras, como es cultura (económica) estos cajeros, los días 5, 15, 20 y los 30, es donde aumenta la congruencia de personas. También se puede mirar la ubicación de estratificación en donde se encuentran.

Olímpica se concentra en los estratos 3 y 4 de la población, con un posicionamiento asociado a los precios bajos y las buenas ofertas, el cual es reconocido en las encuestas. El diseño de las tiendas, es resultado del aprendizaje realizado por la empresa en estos estratos. "Comparado con los métodos que impusieron las cadenas internacionales, los formatos de



Olímpica pueden parecer un poco desordenados", afirma uno de los proveedores de la empresa. "Sin embargo, funcionan, porque ellos conocen muy bien a su consumidor objetivo". (Revista dinero/2018).

En este estudio se utilizaron como fuentes primarias para la recolección de la información, la encuesta, en una población de aproximadamente 12.000 clientes y visitantes que tiene ROMASHOP en SAO, la cual tiene sus locales en la Olímpica de la 21, Olímpica Simón Bolívar y Olímpica de la 14; en la proyección se estima que, a 5 años, se pueden tener 5 locales. Está estudiando la posibilidad de entrar en SAO Portal del Prado y SAO Hipódromo.

Se tomó como escenario a SAO hipódromo se les realizó una encuesta a 372 personas. Las personas encuestadas son mayores de edad.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Para calcular la muestra, se utilizó la siguiente fórmula de aleatoriedad simple:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{N * E^2 + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

Z: nivel de confianza (1,96)

p: Variabilidad positiva (0,5)

q: Variabilidad negativa (0,5)

N: Tamaño de la población objetivo, clientes y visitantes de SAO (12.000)

E: porcentaje de error (0,05)

Muestra de clientes del Almacén SAO y Romashop:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 12.000}{12.000 * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n = 372

Para ello, se aplicaron en total 372 encuestas, a las cuales se les realizará su formulación y tabulación.

RESULTADOS

ESTUDIO DE MERCADO.

Análisis y proyección de la oferta y la demanda. SAO Hipódromo ocupa el primer lugar de los almacenes, que han sido más visitados en el departamento del atlántico, ya que tiene un buen punto estratégico, al encontrarse en la parte norte del municipio de soledad, limita con el sur oriente de barranquilla y tiene cerca a los municipios de malambo, sabana grande, santo tomas y palmar. "SAO" Hipódromo, está ubicado en la carrera 30, número 29A-218.



Tiene un área total de 5 mil 400 metros cuadrados. Genera 142 empleos entre directos e indirectos. Tiene las secciones víveres, granos, carnes, frutas y verduras, cafetería, delicatessen, panadería, lácteos, congelados, misceláneos, artículos para el hogar, artículos deportivos, textiles, electrodomésticos y muebles.

El horario de atención al público del nuevo “SAO” Hipódromo es de lunes a sábado de 7 de la mañana a las 10 de la noche y los domingos y festivos de 7 de la mañana a 9 de la noche.

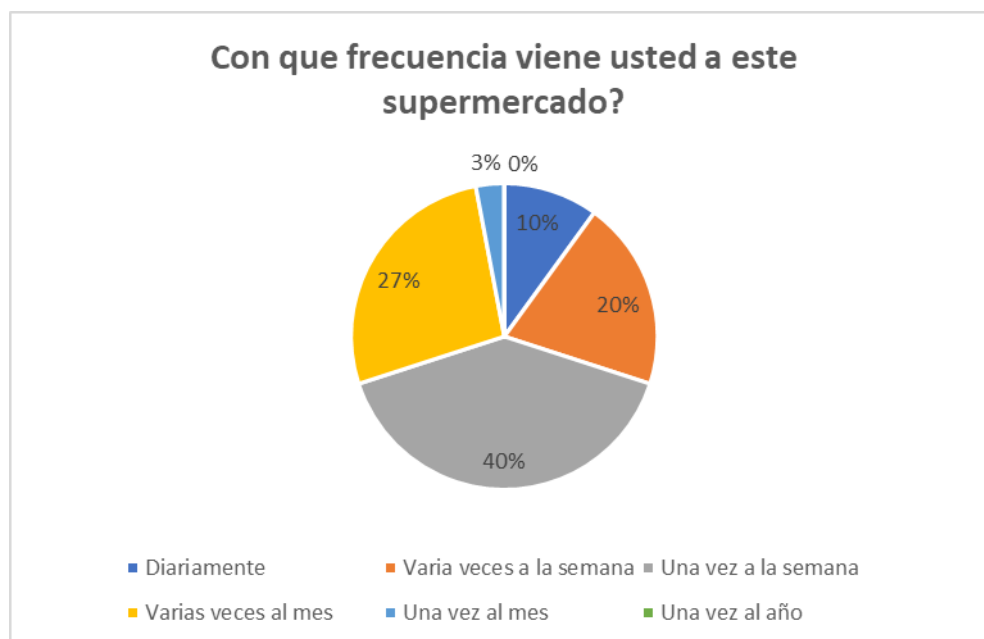


Figura 1. Encuesta: Con qué frecuencia viene usted a este supermercado. Fuente: Autores.

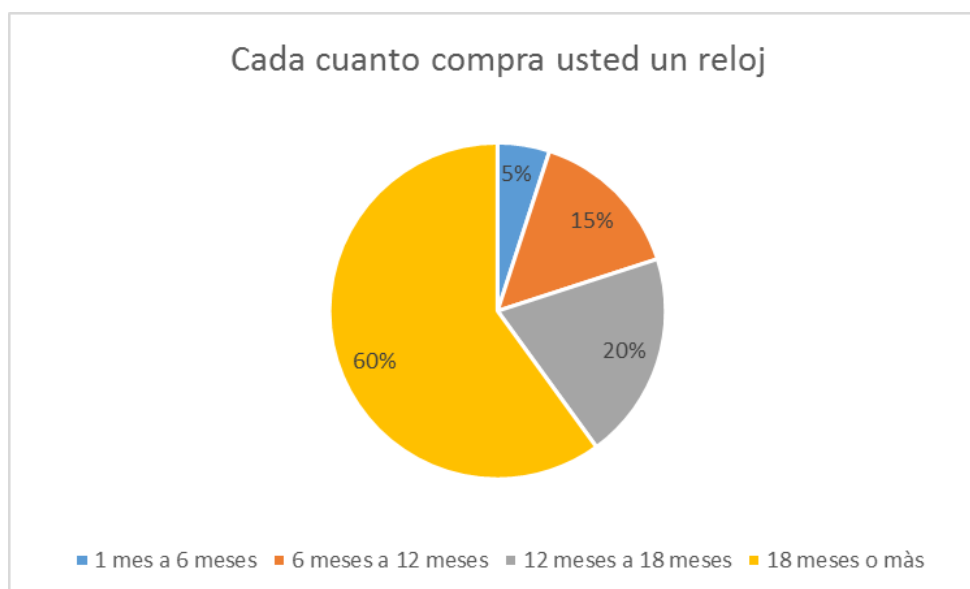


Figura 2. Encuesta: Cada cuánto compra usted un reloj. Fuente: Autores.

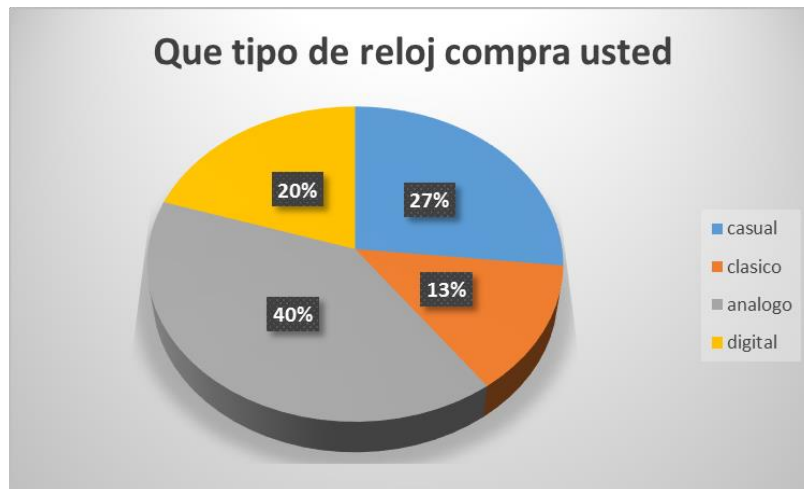


Figura 3. Encuesta: Qué tipo de reloj compra usted. Fuente: Autores.

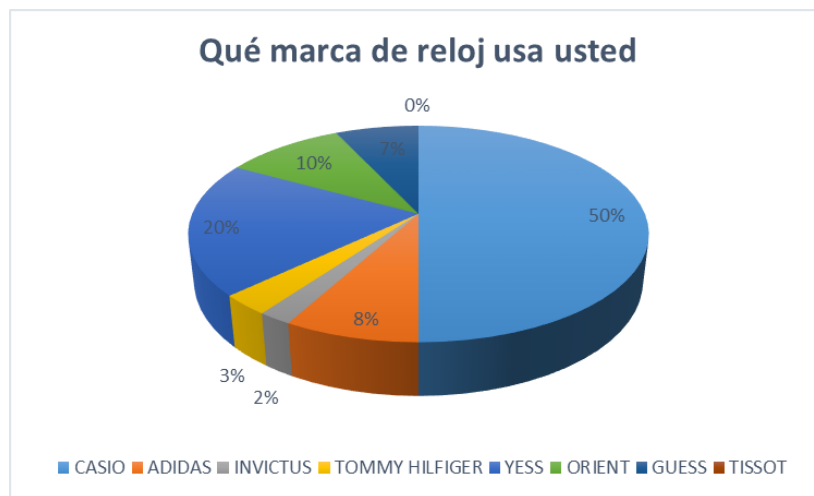


Figura 4. Encuesta: Qué marca de reloj usa usted. Fuente: Autores.

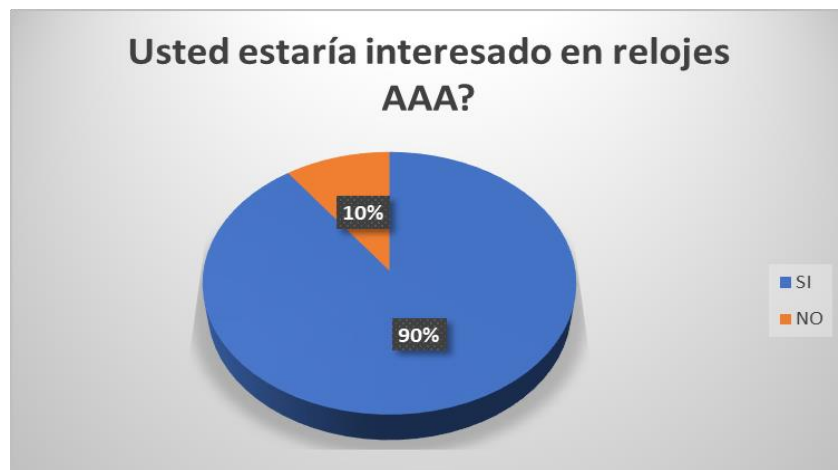


Figura 5. Encuesta: ¿Usted estaría interesado en relojes AAA?. Fuente: Autores.



Figura 6. Encuesta: ¿Cuánto pagaría usted por un reloj de marca?. Fuente: Autores.

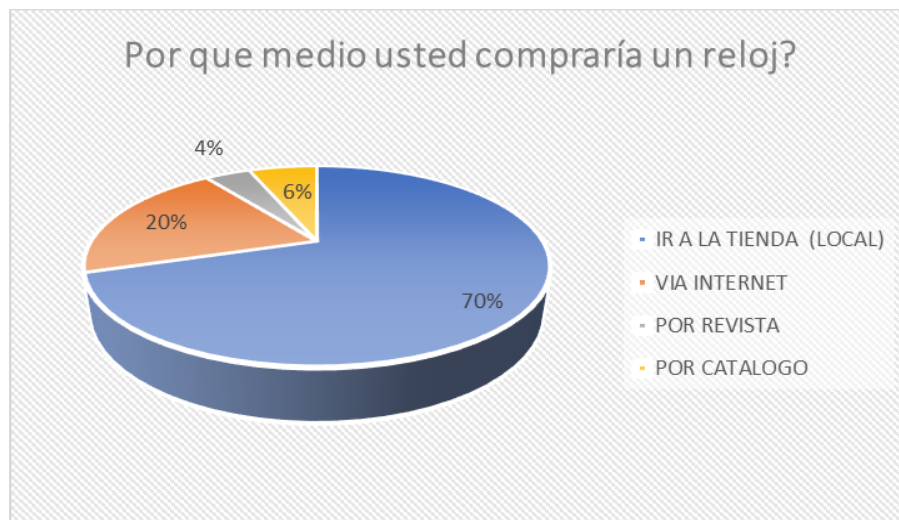


Figura 7. Encuesta: ¿Por qué medio usted compraría un reloj?. Fuente: Autores.

Un punto favorable para ROMASHOP, es ser una empresa autorizada para vender relojes Casio y Yess y La encuesta arrojó que el 50% de las personas compran relojes Casio y el 20% compra relojes Yess.

Y un punto muy importante es que el 70% de las personas les gusta comprar el reloj personalmente, ir directamente al local y va de la mano a la multitud de personas que visitan a SAO hipódromo. Se puede concluir que SAO hipódromo sería un buen punto.

Análisis de unidades vendidas.

Para atender la demanda generada por la afluencia de público, ROMASHOP cuenta con un promedio de costo por producto entre \$80.000 y \$150.000 por referencia según sea la gama



– marca; logrando un precio de venta entre \$150.000 y \$400.000. Obteniendo márgenes brutos por encima del 40%.

Así mismo, tiene las condiciones para lograr atender la demanda que está inmersa en los anhelos en cuanto a precio, comodidad y gusto de los constantes compradores de los almacenes de cadena Olímpica. Según el estudio realizado tiene un promedio de unidades vendidas por punto de venta en funcionamiento entre 45 y 60 unidades; oscilando a los estratos donde se encuentran ubicados los diferentes puntos activos actualmente.

Se mantiene un stock en inventario disponible de aproximadamente alrededor de 400 unidades, distribuidas en las vitrinas de los puntos de venta y la bodega ubicada en la sede principal del negocio. La Comercializadora está en capacidad de generar ventas por 50 unidades de producto durante un mes en un Punto de Venta; que en promedio están significando entre \$4.500.000 y \$5.000.000 mensuales por cada Punto de Venta; que llevando a 3 da un total actual de \$15.000.000 mensuales con una rentabilidad bruta que oscila entre el 35% y el 45% dependiendo de la gama y/o referencia que siempre está relacionada a la marca.

Estas cifras nos ubican en una aceptación de 80 clientes por Punto de Venta, generando una venta efectiva del 62%. Es importante resaltar que las marcas ofrecen diferentes porcentajes de rentabilidad para el negocio; en el cual algunas compensan a otras que no ofrecen tanto.



Figura 8. Fotos de las marcas de relojes de ROMASHOP en las Super tiendas SAO.

Fuente: Autores.

Entre las marcas más rotadas están Casio, Guess, Tempus, Yess, Invicta, entre otras. Donde Invicta ofrece una rentabilidad interesante, es la más demandada, pero que en caso de Yess, por ejemplo, entrega una vitrina de exhibición por la permanente rotación de los productos.



Esto permite un apoyo para el mercadeo del producto, a través de la presentación de estos productos dentro de las supertiendas.

Posibilidad de expansión del negocio. Actualmente se tiene acceso a la compra de estos productos de forma directa, se cuenta con dos datafonos en dos de los 3 puntos aperturados. Se realizaron negociaciones para la firma de contrato de arriendo para dos puntos más antes de cerrar el 2018, con el fin de radicar la marca. Esto representa el aumento de la expectativa de demanda de clientes potenciales en más del 40%; que lograría un alto nivel en volumen de ventas buscado y que es el objetivo más importante del modelo de negocio actualmente.

Siempre con el apalancamiento, a través del sistema financiero, con el cual se cuenta con un buen score y con el cual el socio viene trabajando más de 8 años. Así mismo, se está gestionando la apertura de una página web, con las aplicaciones, redes y enlaces, para captar clientes de forma directa y con un impacto positivo en la marca, fuera de los clientes de consumo masivo dentro del actual nicho, que son: las súper tiendas olímpica.

Análisis del Volumen de Ventas. El objetivo más relevante de esta pre-factibilidad es lograr mantener y lograr una tendencia sostenida de crecimiento para los productos ofrecidos.

En la Figura 9, se puede observar la tendencia histórica de las ventas a medida del tiempo transcurrido desde el mes de diciembre del 2017; donde se observa un constante promedio en ventas por encima de \$4.500.000, que equivalen a aproximadamente de 55 a 70 productos promedio de Venta para un solo Stand de Ventas al público, que ha sido el pionero del negocio.

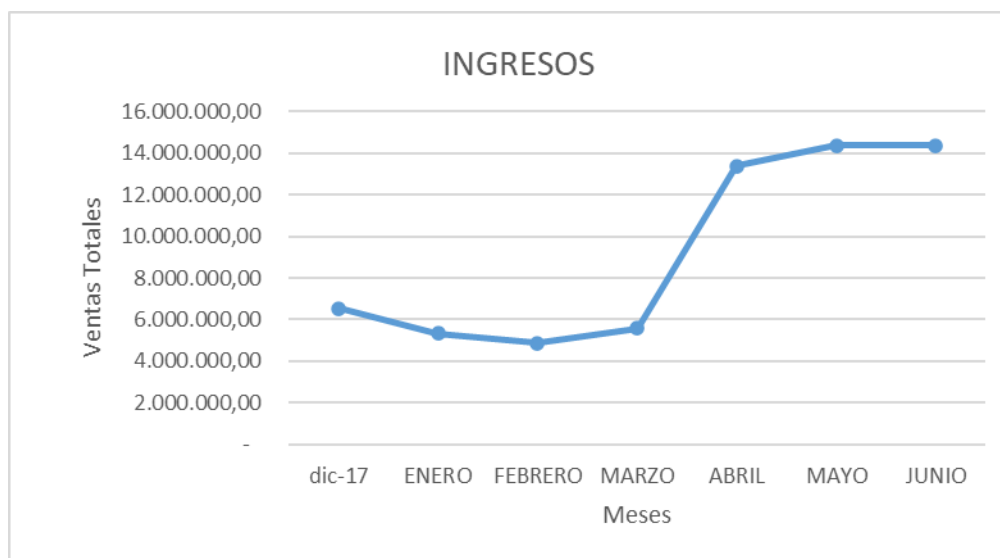


Figura 9. Proyección de Ingresos. Fuente: cálculos propios

Luego durante el mes de abril, se firmaron dos contratos de arriendo adicionales; los cuales aumentaron el volumen de ventas, manteniendo el promedio inicial de productos vendidos; aumentando tres veces el promedio de ventas, mostrando un posicionamiento sostenido en poco tiempo. De este comportamiento, se proyecta con el mismo promedio posicionar la



marca y aumentar el volumen de forma sostenida, logrando el margen deseado a mediano plazo.

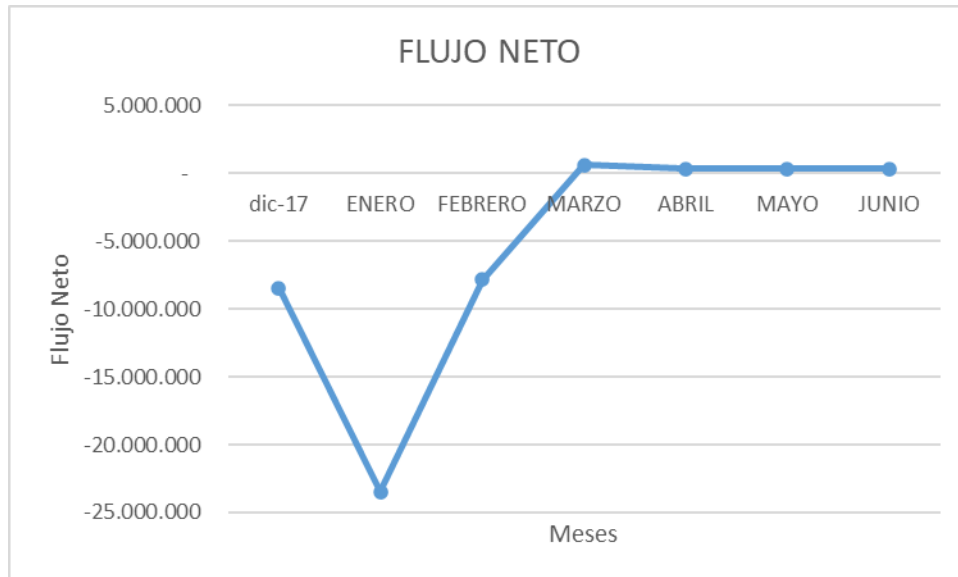


Figura 10. Proyección de flujo Neto. Fuente: Cálculos propios

Como se aprecia en la figura 10, el flujo neto del negocio, tiene un comportamiento adecuado y dentro del promedio normal de los emprendimientos en Colombia; que muestra una Inversión Inicial alta, mostrando flujo negativo.

La puesta en marcha de un negocio, está soportada por capital propio en menor porcentaje y otro más alto porcentaje por créditos bancarios y proveedores; también por gastos y desembolsos por conceptos de compras de inventarios, logísticas generales.

Cabe resaltar, que la rotación de proveedores, siempre es más rápida: máximo 30 días y en cambio, la de los clientes es de 60 y 90 días. Lo que hace que el flujo, lentamente vaya teniendo tendencia positiva.

El sistema de crédito representa el 35% aproximadamente de las ventas realizadas; el auge de las Tarjetas de crédito, ha permitido que el cliente asuma el crédito directamente y por esto, el sistema de crédito por Sistema, se encuentra distribuido en cartera y efectivo permanente.

ESTUDIO TÉCNICO. Selección de la Tecnología

Dentro de las herramientas tecnológicas disponibles, para el manejo de este tipo de negocio se cuenta con un Datafono para recibir los pagos de clientes con tarjetas Débito, Crédito. Así mismo se maneja el sistema de crédito, a través de confirmación por intermedio de una empresa de Crédito y recaudo, que garantiza la recuperación de nuestra cartera en un tiempo pactado y sin afectar el flujo de caja.



Las comunicaciones internas están ampliamente apoyadas por el uso de los celulares, bajo una permanente supervisión por parte del Gerente.



Figura 11. Foto de Data fono. Fuente: Autores.

Además, con la creación de la página web, se busca a través del neuromarketing implícito de este tipo de marcas, llegar al gusto de más clientes potenciales, que buscan “marcar su estilo” y que quieren estar a la vanguardia de productos de calidad.; Teniéndolos al alcance de la mano gracias a los precios competitivos.



Figura 12. Exhibición de los relojes en puntos de ventas. Fuente: Autores.

Ubicación de la empresa. La ciudad de Barranquilla, se conoce a nivel internacional por ser multicultural en la cual convergen diferentes tipos de estas, influyendo en el residente, la apertura hacia cambios y globalización permanente.



Esta empresa nace como iniciativa de un emprendedor, que busca unos objetivos económicos mediante la instalación de su modelo de negocio. Inicialmente incursionó como persona natural, sin una proyección claramente definida de su negocio.

Al realizar su búsqueda y perfeccionamiento del modelo de negocio, encontró un aliado importante que contacta a esta empresa de supermercados de consumo masivo; para ingresar a sus locales físicos e instalar estos puntos de venta, con el ánimo de posicionar la marca. Creando un nicho interesante para relojes de lujo al ser pionero y exclusivo, con la posibilidad de expandirse a través de la misma cadena de almacenes que tiene posicionamiento en toda la ciudad y a nivel del caribe colombiano.

Actualmente se encuentra ubicado en las olímpicas de la 14, Simón Bolívar, la 21. Con proyección para Recreo y Sao Hipódromo. Con la proyección de incursionar en el municipio de Soledad con este último punto de venta.



Figura 13. Stand de relojes en ROMASHOP. Fuente: Autores.

Características del sitio escogido. Las locaciones escogidas como nicho de este modelo de negocio; distribuyen artículos de primera necesidad, lo cual crea una fidelización continua de los clientes frecuentes de estos; generando una proyección positiva de la marca a mediano plazo, dentro de los supermercados olímpica.

El modelo de negocio está planteado de manera que el Punto de Venta, quede cercano a las cajas del supermercado, de la misma forma de los cajeros automáticos o empresas de servicios financieros diversos; de manera que siempre habrá una fila de espera, donde frecuentemente, se puede observar el producto y consultar por su estimado precio de manera inicial.



La experiencia de los Asesores entra en juego, para lograr crear un lazo de identidad y posible compra con los afluentes permanentes del lugar; a través de la toma de datos por cualquier consulta realizada.

Identificación y Justificación de equipos

Entre los elementos utilizados están:

- Los equipos de computación; con herramientas como software para recopilar, clasificar y guardar la información del modelo de negocio.
- Las redes sociales, con el ánimo de la incursión a nivel de internet del negocio, que contribuya al reconocimiento del negocio. Con la creación de una página web motivando la identificación corporativa necesaria, para que los clientes potenciales referencien la marca claramente y con proyección más contundente hacia la expansión inminente del negocio.
- Para la logística se incentivarán alianzas con las marcas de los productos, con la obtención de vitrinas para la exhibición de los mismos, mostrando al cliente marca respaldada por sus distribuidores. Así como, otro tipo de accesorios distintivos de las marcas representativas que a la vista generan identidad por ella.
- Sin duda el uso del Datafono en todos los puntos, será determinante para el recaudo inmediato y seguro de las ventas.
- La Gerencia deberá adquirir un software contable y administrativo, con el objeto de organizar de forma sistemática la información relevante y relacionada con el negocio; buscando siempre la optimización de los recursos. También para cumplir los requerimientos legales exigidos por los órganos fiscales.
- Se hace imprescindible la compra de un automóvil para el desplazamiento y surtido de la mercancía en cada Punto de Venta; permite la organización y puntualidad en la logística general de despacho.

Recurso Humano

El Recurso humano para utilizar en el proyecto objeto de estudio, se describe bajo las necesidades puntuales del mismo y detallado así:

- **Gerente o Administrador:** En este caso es el propietario, que se convierte en un gestor fundamental del mercadeo y ventas de la empresa. Es quien elabora la Estrategia Integral del emprendimiento planteando objetivos puntuales de crecimiento.
- **Asesores de Ventas y/o servicios:** Cuyo perfil está claramente definido como la persona que tiene el primer contacto con el cliente. Está caracterizado por prestar un servicio y atención al cliente. Deberá tener habilidades y destrezas para lograr un impacto positivo al momento de la venta.
- **Asesor página web:** Es un Profesional de Ingeniera de Sistemas especializado en páginas web, que se encargará del diseño, basándose en la Identidad Corporativa de la compañía. Observando su misión, visión y la aceptación en el mercado.



- **Asesor Fiscal y contable:** Es un Profesional de Contaduría Pública que realizará la gestión, asesora acerca de las normativas vigentes al respecto; manteniendo actualizado al Gerente acerca de las solicitudes de los órganos fiscales, que rigen el modelo de negocio planteado.
- **Asesor Financiero:** Es el Profesional de ciencias económicas, que realizará los diagnósticos, análisis económicos tendientes a mostrar la evolución del negocio; haciendo recomendaciones para optimizar los recursos. Así mismo, hará evaluaciones para mitigar el impacto de los gastos especialmente financieros, que generará dentro del flujo operacional de la empresa.

Al revisar el estudio técnico, organizacional y de marketing planteado se puede observar que este proyecto arroja condiciones positivas de proyección de crecimiento; puesto que tiene los objetivos claramente estudiados, partiendo del comportamiento obtenido de las ventas en período de aproximadamente un año. La estrategia definida por el Gerente, está facultada en su experiencia del mercado, haciendo los análisis de probabilidades, según lo experimentado durante el tiempo de actividades del modelo de negocio como tal.

Los seguimientos relacionados, por intermedio de los funcionarios idóneos, garantizarán tener la información debidamente sistematizada y organizada, de forma tal, que se puedan tomar decisiones acertadas en los aspectos operacionales, administrativos y financieros, en ocasión del crecimiento sostenido del modelo de negocio; logrando con esto las pretensiones de la apertura de tres puntos de ventas adicionales al interior de los SAO's de Barranquilla.

CONCLUSIONES.

En este estudio se pudo concluir que la formulación y evaluación de proyectos, permiten que el Gerente de la empresa desarrolle mayores destrezas y aumente su capacidad analítica de los factores predominantes para realizar una buena asesoría financiera; la cual está compuesta de aspectos diversos que en conjunto generan una estrategia clara y de proyección aplicable, brindando una visión más clara del compendio, que constituye un modelo de negocio y direccionando los esfuerzos para el logro de los objetivos con eficacia y eficiencia. A lo largo de la presente investigación, sobre el asesoramiento financiero de un negocio dedicado a la comercialización de relojes y accesorios. Se encontró a un emprendedor con la visión de la expansión, a través de la apertura de cinco puntos de ventas mínimo, antes de cinco años.

Al realizar la observación del negocio, se notó; que la empresa se encuentra como persona natural; por lo cual se le recomienda por razones legales, cambiar su razón social, para obtener los beneficios tributarios, que ofrece el gobierno nacional, por lo cual se le recomendó crear una S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificadas), ya que se beneficiaría de dos años, sin pago de renta.

Se encontró en el estudio técnico, un alto volumen de inventario y una mala ubicación de estos, en los tres puntos de venta existentes. Así mismo, se le hizo un estudio estadístico en la rotación y se observó una baja rotación de inventario de relojes (obsoleto y de términos de garantías), para lo cual se le recomienda a esta empresa, bajar este inventario con estrategias



comerciales, promociones, descuento y facilidades de pago, obteniendo una disminución del 70%.

Se realizó un estudio de mercado en SAO hipódromo, dado que esta supertienda es un buen punto estratégico para expandir el mercado de los productos de ROMASHOP, para lo cual se realizaron aleatoriamente 372 encuestas a los clientes y visitantes de SAO, las cuales arrojaron buenos resultados de aceptación del producto, el precio, la plaza y la promoción, los cuales son buenos indicadores para tomar la decisión de expandir los puntos de ventas.

Como resultado del análisis financiero se puede deducir que hay una pre factibilidad, de que el negocio tenga un buen volumen de ventas, al realizar los análisis de unidades vendidas, proyección de ventas, se pudo observar que tiene una tendencia de crecimiento y de posicionamiento futuro, porque ha creado un nicho dentro del mercado, que lo hace rentable.

Por último, este trabajo permitió la obtención de los indicadores y herramientas necesarias para lograr una buena proyección del posible escenario de negocio a un futuro inmediato; a partir de su realidad dentro del mercado en el cual compete.

BIBLIOGRAFÍA

- Alain Castro, A., Roncallo Pichón, A. D. J., Albino Rolong, A., Paredes-Chacín, A. J., Paz Marcano, A., Molina Medina, B. V.,... & Tordecilla-Acevedo, V. (2020). Funciones esenciales para gestión de las pequeñas y medianas empresas. Editorial del Tecnológico de Antioquia.
- Cerquera Polo, E., & Bustos Meneses, D. (2003). Estudio de factibilidad para la creación del supermercado Merca hogar en el municipio de Gigante-Huila. Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad nacional Abierta y a Distancia, UNAD.
- Escorcía-Márquez, L., Padilla-Ortiz, J., Lugo-Arias, E., & Ferrer-Manotas, F. (2019). Caracterización de las capacidades productivas en la población económica activa del barrio La Ceiba de Baranoa, Atlántico, 2018. *Desarrollo Gerencial*, 11(2), 1-22.
- Hernández Hernández, A., Hernández Villalobos, A., & Hernández Suárez, A. (2005). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. *Cengage Learning Editores y Thomson. México*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. Pearson educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Principios de marketing*. Pearson Prentice Hall.
- Lugo Arias, E. R., Landazury-Villalba, L. F., Ferrer Manotas, F., Jaafar-Orfale, H., Ovallos Gazabon, D., Roncallo Pichón, A., & Lugo Arias, J. L. (2018). Productividad, competitividad y creación de valor del sector agroexportador: un enfoque de los costos, la responsabilidad social y la gestión ambiental en la región Caribe.
- Lugo-Arias, E., Landázury-Villalba, L., Escorcía-Márquez, L., & Padilla-Ortiz, J. (2019). Capacidades económicas de la población vulnerable cabeza de hogar y sus miembros mayores de 17 años en el barrio Ciudad Bonita de Soledad, Atlántico, 2018. *Desarrollo Gerencial*, 11(2), 1-20.



- Lugo Arias, E. R., Ovallos-Gazabón, D., Padilla Ortiz, J. O., Escorcía Márquez, L. F., Lugo Arias, J. L., Lugo Arias, N. A.,... & Redondo Salas, A. (2020). Capacidad productiva de la población vulnerable económicamente activa en el Departamento del Atlántico. Editorial Universidad Simón Bolívar. Barranquilla, Colombia.
- Roncallo Pichón, A., Lugo Arias, E. R., Landazury-Villalba, L. F., Prieto-Pulido, R., Portillo Vásquez, B. M., Maury Campo, M.,... & Lugo Arias, N. A. (2020). Incidencia de las NIIF en la toma de decisiones gerenciales de las cooperativas del sector salud: El caso de la Cooperativa Vida y Salud (Coovisa) de Barranquilla, Colombia. Editorial Universidad Simón Bolívar. Barranquilla, Colombia.
- Maury, M., Landazury, L., lugo, E., Roncallo, A. & Medina, S. (2020). Neuromarketing y Honestidad Empresarial, una aplicación en el sector bancario. Editorial Universidad Simón Bolívar. Barranquilla, Colombia.
- Méndez, R. (2016). Formulación y evaluación de proyectos. Enfoque para emprendedores. *Entornos*, 29(2), 475-478.
- Prieto Pulido, R., Palacios Arrieta, A., Landazury-Villalba, L. F., Gallo-Serrano, E. R., Villafañe-Barros, M. A., Villasmil-Molero, M. D. C.,... & Lechuga-Cardozo, J. I. (2018a). Aspectos Tributarios y Financieros: Una mirada desde lo público y privado Latinoamérica y el Caribe. Editorial Universidad Simón Bolívar. Barranquilla, Colombia.
- Prieto Pulido, R., García Guilianny, J., Rincón Quintero, Y., Lechuga Cardozo, J., Leyva-Cordero, O., Cazallo-Antúnez, A. M.,... & González Morillo, L. (2018b). Liderazgo: tendencias emergentes para inspirar la gestión de personas en las organizaciones. Editorial Universidad Simón Bolívar. Barranquilla, Colombia.
- Sáenz-Zapata, J., Lugo-Arias, E. & Parada-Pérez, J. (2019). "Determinantes de la competitividad internacional del Departamento del Magdalena Colombia: Un enfoque desde la Teoría de la Complejidad Económica." *Saber, Ciencia Y Libertad* 14:190-210.
- Sangüesa, M., Mateo, R., & Ilzarbe, L. (2006). Teoría y Práctica de la Calidad. Madrid: Thomsom Ediciones Paraninfo.



ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE MOLLIS BOMBACIO

Luis Eduardo Santos Moreno²⁴, Santiago Ortiz Pizza²⁵

RESUMEN

Mollis Bombacio está enfocado a la producción y comercialización de artículos 100% orgánicos para el cuidado y aseo personal, brindando seguridad y confianza a nuestros clientes. Mollis tiene como objetivo contribuir al cuidado de la piel mediante la implementación de productos orgánicos. Se denomina orgánico, ecológico, a los productos agrícola o agroindustriales que se producen bajo un conjunto de procedimientos denominados “ecológicos”. En general, los métodos ecológicos evitan el uso de productos sintéticos. Las pretensiones de una mayor seguridad de los productos orgánicos se han basado mayoritariamente en la presencia de residuos tóxicos o dañinos para la piel. Estas preocupaciones están motivadas debido a que las exposiciones masivas y agudas de químicos pueden provocar efectos adversos significativos sobre la salud, segundo, que algunos productos para la piel han sido contaminados ocasionalmente con elementos químicos, lo que puede resultar en un daño agudo para la piel. Tercero, la mayoría de producto comercializado contiene cantidades de químicos.

Palabras clave: Artículos, Jabón, Shampoo, cuidado personal, cosmética, ecológico, seguridad y confianza, piel suave y tensa.

ABSTRACT

Mollis Bombacio is focused on the production and commercialization of 100% organic articles for personal care and hygiene, providing security and confidence to our clients. Mollis aims to contribute to skin care by implementing organic products. It is called organic, ecological, to agricultural or agro-industrial products that are produced under a set of procedures called "ecological". In general, ecological methods avoid the use of synthetic products. The claims of greater safety of organic products have been based mainly on the presence of toxic or harmful residues for the skin. These concerns are motivated by the fact that acute and massive chemical exposures can cause significant adverse health effects, second, that some skin products have occasionally been contaminated with chemicals, which can result in acute damage to the skin. Third, most of the marketed product contains quantities of chemicals.

Keywords: Articles, Soap, Shampoo, personal care, cosmetics, ecological, safety and confidence, smooth and tight skin.

²⁴ Arley Gutierrez es Profesor de matemáticas financieras en la Universidad Fundacion Universitaria Navarra Uninavarra, Neiva, Colombia a.gutierrez@uninavarra.edu.co

²⁵ Floricel Cangrejo es Profesor de la Fundación Universitaria Navarra Uninavarra, Neiva Colombia f.cangrejo@uninavarra.edu.co



INTRODUCCIÓN

Hoy en día la población femenina se plantea un enorme propósito difícil de cumplir en el cuidado de su piel, que se ve opacado por componentes químicos y externos. Los cuales contienen sustancias químicas que podrían provocar dermatitis de contacto alérgico, otras sustancias reducen los aceites naturales de la piel y la resecan. Las causas más recurrentes de resequeidad en la piel son las exposiciones a jabones y solventes; además podemos encontrar que las sustancias desarrollan enrojecimiento, resequeidad y grietas al contacto con la piel. A estas sustancias químicas se les denomina irritantes que es causada recurrentemente por fibra de vidrio, jabones, aceites o fluidos para corte, solventes y humedad. Las sustancias causan varios perjuicios de los que ya se han expuestos, según un reporte del programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente (PUMA) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) nos advierte de los perjuicios que causan las sustancias que perturban la funcionalidad endocrina; La salud humana es dependiente del buen desempeño del sistema endocrino, que regula la liberación de hormonas fundamentales para funcionalidades así como el metabolismo, el desarrollo y avance, el sueño o el estado.

El reporte de las ONU, que es el más enfocado a los PE “problemas externos” llevado a cabo hasta hoy, recalca algunas relaciones entre la exposición a los PE y distintos inconvenientes de salud, en especial la oportunidad de que contribuyan a la criptorquidia (ausencia de descenso de los testículos) en los adolescentes, el cáncer de mama en la mujer, al cáncer de próstata en el hombre, a inconvenientes de avance del sistema nervioso y al déficit de atención/hiperactividad en los jóvenes o al cáncer de tiroides. Además de la exposición a las sustancias químicas, hay otros causantes ambientales y no de los genes, así como la edad o la nutrición, que podrían estar en el origen del incremento visto de algunas patologías y trastornos. En los últimos 10 años la exploración permitió enormes cambios que revelan que las perturbaciones endocrinas tienen la posibilidad de ser muchísimo más extensas y complejas de lo que se suponía, ha dicho el Instructor Åke Bergman de la Facultad de Estocolmo, Mientras la ciencia sigue continuando, es hora de emprender la administración de las sustancias químicas que perturban la funcionalidad endocrina y de proseguir las indagaciones sobre la exposición a ellas y los efectos que tiene.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Muchas personas a lo largo del tiempo han experimentado resequeidad en la piel y enfermedades tópicas relacionadas al uso de productos de aseo para el cuidado personal tradicionales cuyos ingredientes no son buenos para el uso a largo plazo.

Mollis Bombacio está comprometido con la salud y el cuidado personal de los clientes, por ello se contempla la línea de aseo y cuidado personal, la cual está dirigida a mujeres que quieren hidratar y suavizar su piel mientras el extracto de algodón y los aceites naturales aportan sus propiedades tensoras y restauradoras en la piel. Así, contribuir al mejoramiento de la calidad de vida, generando seguridad y confianza para nuestros clientes.



OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa de producción y comercialización de productos para el cuidado y aseo personal con base en productos orgánicos en la ciudad de Neiva.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar un producto con alto grado de calidad.
- Realizar un estudio previo de mercado para conocer la reacción de posibles clientes ante un nuevo producto, y analizar competidores directos.
- Determinar cuál sería la inversión total para poder llegar al objetivo general, es decir, determinar los costos en los cuales debemos incurrir para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

REFERENTE TEORICO

Antes de la década de 1960 hay reportes en Colombia de agricultura sin sustancias químicas, de esta forma como de uso de abonos orgánicos; solo en los 80s estas ideas de producción orgánica principalmente en caficultores. La primera exportación de un producto orgánico se llevó a cabo en 1992, con café orgánico (Esguerra, 2001). Las exportaciones en 1998 ascendían a 4 millones de dólares; hasta 2002 se registraban transferencias por 19 millones de USD. No obstante, hay adversidades en la claridad de las cantidades de exportaciones de productos orgánicos gracias a que la categorización arancelaria que se utilizaba para los productos ecológicos es la misma para los productos habituales como para los no habituales.

En 1999 el país tenía 20.000 hectáreas (ha) certificadas, las cuales fueron repetidas en los 10 años posteriores y según registros de 2012, en todo el mundo están 37,5 millones de administración de agricultura orgánica. La zona con más agricultura orgánica es Oceanía con 12,2 millones de ha, seguido por Europa, América Latina, Asia, Norteamérica y por último África, con 1,1 millones. En América Latina Argentina es el país que más ha tiene de agricultura orgánica, con 3.637.466 millones de ha, seguido de Uruguay, Brasil, México, Perú, República Dominicana, Ecuador, Paraguay, Colombia, con 34.060 ha, Nicaragua, Bolivia, Honduras, Chile y Guatemala. Colombia tiene el 0,08% de la participación de la agricultura orgánica en todo el mundo, no obstante, mostró un descenso en proporción de hectáreas que poseía en años pasados, poseyendo en 2009 47.776 ha, en 2010 33.334, en 2011 34.060, igual que en 2012. En relación a productos estaban palmitos con 6.850 ha, 2 ha de cereales, 164 de cacao, 9.580 de café, 8.322 de frutas tropicales y subtropicales y 82 ha de vegetales. En 2007 Colombia vendió 13 millones de euros en exportaciones de productos orgánicos.

Internacionalmente la producción ecológica según la producción orgánica y el avance de asociaciones de chicos productores y/o recolectores en Latinoamérica, fortaleciendo simultáneamente las construcciones sociales donde trabajan. En países como Colombia,



Perú, Honduras y Costa Rica se está incentivando la certificación con elementos de comercializadoras de todo el mundo, estudiosos y agencias de cooperación (IFOAM, 2013). Además, Brasil, Ecuador, Colombia, México y Perú comenzaron a desarrollar sistemas de certificación alternativos y tácticas de marketing encaminadas a llegar de manera directa a los clientes. Los primordiales mercados de exportaciones de orgánicos, que conforman precisamente el 85% de la producción de las zonas, son la Unión Europea, USA y Japón. Para los países con ecosistemas tropicales y de montaña los primordiales productos de exportación.

El accionar del cliente tiene relación al principio con las opciones y la forma en que estas se forman en la cabeza de la gente (Ozguven, 2012) Múltiples indagaciones evidencian que la actitud ejerce una enorme predominación sobre la elección de adquisición (Stolz et al. 2011). Además, se realizaron distintos estudios sobre los causantes que determinan la selección de un producto de corte orgánico. De esta forma se identificaron nueve agentes que impulsan la adquisición de productos orgánicos: la preocupación por la salud y la nutrición, el gusto superior, la precaución hacia el medio ámbito, la seguridad alimentaria, el interés en el confort animal, el sustento de la economía local, la salubridad, la melancolía y la curiosidad o moda. Las reacciones más indispensables hacia la adquisición de productos orgánicos involucran los temas de preocupación por la salud, el medio ámbito, el gusto y la procedencia del producto.

Mohamad et al. (2014), por su lado, apuntan que el consumo de tales comestibles tuvo un patrón creciente debido al conocimiento de los clientes sobre temas como seguridad alimentaria, calidad, preocupación sobre la salud y compromiso hacia la madre naturaleza, etc. Además, Lee y Yun (2015) establecieron que la percepción sobre cinco causantes de los productos orgánicos (contenido sobre nutrición, contenido natural, confort ecológico, interesante sensorial y atributos del precio) predominación reacciones utilitarias y hedónicas hacia la adquisición de los mismos. Por último, la International Federation of Organic Agriculture Movements (Ifoam 2014) apunta que la base de los principios de la agricultura orgánica comprende temas como salud, ecología, igualdad y precaución. Se encontró, de esta forma, que la salud es por lo general aceptada como el fundamento primario para adquirir comida y productos orgánicos (Lee y Yun 2015). De igual modo, se aprecia que la precaución del medio ámbito está que se encuentra en todos los estudios completados sobre el cliente orgánico y entre los causantes primordiales que impulsan su adquisición.

METODOLOGIA

Se decidió hacer una encuesta con los siguientes interrogantes:

- ¿Conoce productos para el aseo y cuidado personal orgánicos?
- ¿Conoce los beneficios de los productos orgánicos para el cuidado y aseo personal?
- ¿Utiliza productos para el aseo y cuidado personal?
- ¿Cómo considera la calidad de los productos para el cuidado y aseo personal orgánicos?
- ¿Cómo le parece el precio de los productos orgánicos para el cuidado y aseo personal?
- Donde le gustaría encontrar productos orgánicos para el aseo y cuidado personal



- ¿Qué tan importante es para usted una buena atención personalizada?
- ¿Considera usted que es importante el uso de productos orgánicos para el cuidado y aseo personal?
- ¿De sus ingresos, cuanto destina para la compra de productos orgánicos para el cuidado y aseo personal?
- ¿A través de que medios le gustaría recibir información sobre productos orgánicos para el cuidado y aseo personal?

Para la cual se integró una muestra de 70 personas aleatorias escogidas por conveniencia mediante el método bola de nieve. Tomamos arbitrariamente un numero en este caso 70, con este realizamos un método no probabilístico para saber que piensan las personas en la población objetiva teniendo como referencia el rango de edades de 15 a 60 años. Se implemento una matriz DOFA la cual consiste en determinar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la empresa para así mismo aplicar correcciones importantes. Se realizó un análisis de mercado en la ciudad de Neiva con el cual se pudo definir la población objetiva y aceptación en el mercado. Este análisis fue desarrollado mediante el método de encuesta. Mediante un plan de marketing se logró determinar las estrategias para generar ingresos y la implementación de canales de distribución como las redes sociales, voz a voz y ofertas exclusivas. Estas estrategias son implementadas como resultado de la encuesta de mercado donde evidenciamos que mecanismos y que canales son más utilizados por las personas. Para la realización de los productos Mollis Bombacio, se realizó un análisis de infraestructura y logística para establecer los requerimientos en maquinaria y equipo, muebles, enseres, teniendo como resultado final producto de calidad. Este análisis se realizó mediante la implementación de un plano de distribución de planta.

Mediante el análisis administrativo y legal se desarrolló la definición de roles para el personal vinculado a la organización. Donde se determina el rol de gerente a los responsables legales de Mollis Bombacio. Y se define el rol de los colaboradores de la organización. Tras un análisis financiero se logró determinar la viabilidad de Mollis Bombacio, teniendo como objetivo la determinación de estrategias y aspectos financieros en la organización.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN PARCIALES O FINALES

Se estudiaron los análisis correspondientes para el estudio de viabilidad de Mollis Bombacio, en el análisis de mercado se realizó en la ciudad de Neiva en la cual se implementó una investigación exhaustiva para poder definir la población objetiva y dar a conocer la aceptación de nuestro producto en el mercado. Según el plan de marketing Mollis Bombacio se enfoca en estrategias innovadoras para generar ingresos, estrategias que para nuestros clientes son muy atractivas. Las redes sociales pueden generar mucho tráfico. Utilizar los servicios de paginas como Google, Facebook, linkeding para atraer clientes potenciales.

Las estrategias de marketing son novedosas a la hora de ofrecer grandes ofertas a nuestros clientes, ofertas llamativas como pague 1 y llegue 2 productos de la misma referencia en compras superiores a 50.000. Así mismo, ofrecer paquetes premium para incentivar a la



compra de nuestros productos mediante paquetes mensuales y ofertas de suscripción mediante el sitio web MollisStore donde se aceptan todos los medios de pago disponibles en el mercado incluyendo Ethereum y bitcoin. Mollis Bombacio desea cumplir sus objetivos de forma correcta, poniendo en practica la normatividad establecida, siendo transparente en nuestros procesos y así brindar confianza y seguridad a nuestros clientes mediante productos de calidad certificados.

El análisis de infraestructura nos permitió establecer los requerimientos de maquinaria y equipo, adecuaciones físicas, muebles y enceres. El resultado del examen fue el diseño del stand sales donde se vera reflejado los objetivos comerciales de la compañía y sus preferencias en el marketing donde el diseño comunique visualmente al cliente de lo que le espera en cada producto. El proyecto tendrá inicio luego de un mes considerado como mes muerto, mientras se deja todo listo para iniciar el proceso de productividad, legalización de empresa como SAS debido a las características de nuestra compañía. Este tiempo corresponde al periodo estimado entre la fecha de firma del acta de inicio del contrato y la aprobación del lugar de operación. El tiempo improductivo estimado es de 1 mes el cual se denomina como mes muerto, mientras se inicia la etapa productiva, donde se ejecutarán las siguientes actividades:

1. Ubicación del local comercial.
2. Tramites de conformación de la empresa.
3. Permisos y licencias de funcionamiento.
4. Compra de maquinaria y equipo.

Como resultado del estudio financiero hemos establecido que nuestros productos son sumamente rentables en el mercado basándonos en nuestra utilidad neta la cual es bastante optima para reinvertir en la producción, además de tener una proyección de costos rentable a un precio por debajo del mercado que nos permite ser grandes competidores en este mercado potencial.

Tabla 1. Indicadores financieros a 5 años

AÑOS	1	2	3	4	5
ÍNDICES DE RENTABILIDAD					
MARGEN BRUTO DE UTILIDAD	48,75%	48,35%	48,44%	48,53%	48,87%
MARGEN OPERACIONAL	31,93%	32,70%	32,97%	33,23%	34,11%
MARGEN NETO DE UTILIDAD	21,06%	21,70%	22,02%	22,27%	22,86%
ROA - RENTABILIDAD SOBRE EL ACTIVO TOTAL	59,25%	39,41%	29,94%	24,12%	20,62%
ROE - RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO	92,66%	50,32%	35,13%	27,37%	22,95%
ÍNDICES DE ENDEUDAMIENTO					
RAZÓN DE DEUDA	36,06%	21,68%	14,75%	11,88%	10,16%
ENDEUDAMIENTO FINANCIERO	2,44%	1,25%	0,00%	0,00%	0,00%
INDICADOR DE APALANCAMIENTO	56,39%	27,67%	17,30%	13,48%	11,31%
ÍNDICES DE LIQUIDEZ					
RAZÓN CORRIENTE	2,95	4,52	6,72	8,39	9,84
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 336.683.797,17	\$ 667.779.146,89	\$ 1.044.917.293,59	\$ 1.449.048.924,39	\$ 1.888.479.503,00



Tabla 2 Proyección de costosa 5 años – shampoo Head Mollis

SHAMPOO HEAD MOLLIS	1	2	3	4	5
VENTAS	\$ 88.749.976,00	\$ 94.136.181,00	\$ 99.846.401,00	\$ 105.899.982,00	\$ 112.317.422,00
COSTO DE VENTAS	\$ 40.905.253,00	\$ 43.616.440,00	\$ 46.207.744,00	\$ 48.953.244,00	\$ 51.691.685,00
UTILIDAD BRUTA	\$ 47.844.723,00	\$ 50.519.741,00	\$ 53.638.656,00	\$ 56.946.738,00	\$ 60.625.738,00
MARGEN BRUTO DE UTILIDAD	53,91%	53,67%	53,72%	53,77%	53,98%
COSTO UNITARIO	\$ 3.342,00	\$ 3.545,00	\$ 3.735,00	\$ 3.936,00	\$ 4.135,00
PRECIO DE VENTA	\$ 7.252,00	\$ 7.252,00	\$ 7.252,00	\$ 7.252,00	\$ 7.252,00

Tabla 3 Proyección de costos a 5 años – jabón Head Mollis

JABÓN BODY MOLLIS	1	2	3	4	5
VENTAS	\$ 1.409.872.520,00	\$ 1.495.447.250,00	\$ 1.586.170.336,00	\$ 1.682.349.233,00	\$ 1.784.309.644,00
COSTO DE VENTAS	\$ 727.077.233,00	\$ 777.385.050,00	\$ 823.075.734,00	\$ 871.470.285,00	\$ 918.125.610,00
UTILIDAD BRUTA	\$ 682.795.287,00	\$ 718.062.200,00	\$ 763.094.602,00	\$ 810.878.948,00	\$ 866.184.034,00
MARGEN BRUTO DE UTILIDAD	48,43%	48,02%	48,11%	48,20%	48,54%
COSTO UNITARIO	\$ 2.199,00	\$ 2.339,00	\$ 2.463,00	\$ 2.594,00	\$ 2.719,00
PRECIO DE VENTA	\$ 4.264,00	\$ 4.264,00	\$ 4.264,00	\$ 4.264,00	\$ 4.264,00

CONCLUSIONES

Los resultados demuestran la necesidad de abarcar la estrategia de un plan de marketing acorde a las exigencias del mercado actual, es indispensable que la compañía cuente con un lugar físico de ventas con el cual refleje la imagen corporativa y su enfoque visualmente al usuario objetivo. El personal inicial está enfocado al cumplimiento del objetivo general y poseen conocimientos sobre la producción. Fue quizás un aspecto bastante positivo el localizar el nicho de mercado rentable para Mollis Bombacio donde se obtuvo una buena tasa de crecimiento poblacional. Tras finalizar todos los análisis fue muy importante para Mollis determinar estrategias nuevas e innovadoras acorde a las necesidades determinadas la matriz dofa y cada uno de los análisis previos.

BIBLIOGRAFIA

- Alcaldía de Neiva (2020) *Información de municipios*. Alcaldía. Consultado por internet el 11 de junio de 2020. Dirección de internet: <http://www.alcaldianeiva.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>
- Diana Flores, Prompex (2017) *El contexto de los productos naturales en América Latina*. Consultado el 10 de mayo de 2020. https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/1961/Contexto_productos_naturales_america_latina_2007_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, C. & Pardo, R. (2015) *Estudio monográfico del uso y aplicación de productos naturales en la industria cosmética natural y ecológica*. UDCA. https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/1961/Contexto_productos_naturales_america_latina_2007_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y



- Sánchez, C. (2017) Mercado de productos agrícolas ecológicos en Colombia. *Suma de Negocios Volume 8, Issue 18*.
<https://repository.udca.edu.co/bitstream/11158/387/1/TESIS%20FINAL%20JOHN%20HERNANDEZDIEGO%20PARDO%20ESTUDIO%20MONOGRAFICO%20DEL%20USO%20Y%20APLICACION%20DE%20PRODUCTOS%20NATURALES.pdf>
Colectivo de autores. Ética y moral. Enciclopedia colaborativa Abcpedia. 2011 [citado 5 de abril de 2014].
<http://www.abcpedia.com>
- Higuchi (2015). Características de los consumidores de productos orgánicos y expansión de su oferta. *Apuntes vol. 42 no.77 Lima Julio 2015*
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-18652015000200002
- López (2011) Analista económico. *El mercado de productos orgánicos: oportunidades de diversificación y diferenciación para la oferta exportable*. Dirección de inteligencia comercial, Procomer. Marzo de 2011
https://www.tec.ac.cr/sites/default/files/media/doc/el_mercado_de_productos_organicos_0.pdf.
- Restrepo (2019) *Sociedad por acciones simplificadas*. Rankia. Noviembre de 2019
SAS Colombia: definición, características y ventajas - Rankia
- BusinessCol (2020) *Sección PYMES*. BusinessCol. Consultado el 12 de Agosto de 2020
PYMES en Colombia microempresas colombianas pequeñas y medianas (businesscol.com)
- Invima (2020) *Cosméticos*. Invima. Consultado el 20 de abril de 2020
Cosméticos - Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (invima.gov.co)
- Ministerio de protección social (2011) *Código sustantivo del trabajo*. Ministerio de protección social. Consultado el 21 de abril de 2020.
Codigo Sustantivo del Trabajo Colombia (ilo.org)
- Vega (2021) *Requisitos para registrar una marca*. Enero 2021
Requisitos para Registrar una Marca en Colombia – Registro de Marcas en Colombia (registro-marcas-colombia.com)



EVALUACIÓN DEL PROCESO DE SELECCIÓN MEDIANTE LA MEDICIÓN DE LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y EL CLIMA LABORAL EN UNA EMPRESA HOTELERA DE LA CIUDAD DE TECOMÁN, COLIMA, MÉXICO

*Francisco Preciado Álvarez²⁶, Rocío de Jesús Moreno Meza²⁷,
Alejandro Rodríguez Vázquez²⁸*

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad evaluar el proceso de selección que se realiza en una empresa hotelera de la ciudad de Tecomán, Colima, México, mediante el análisis del clima laboral y la calidad en la atención a clientes. Para ello, se desarrolla un estudio de tipo cualitativo, aplicando un análisis numérico de las percepciones recogidas por dos instrumentos, uno enfocado en la medición del clima laboral y otro a la calidad del servicio. Se obtiene como resultado la relación que existe entre ambas variables, lo que permite proponer estrategias para la empresa que le permitan ser más competitivas.

Palabras clave: clima laboral, calidad en la atención al cliente, empresas hoteleras.

ABSTRACT

The purpose of this research is to evaluate the selection process carried out in a hotel company in the city of Tecomán, Colima, Mexico, by analyzing the work environment and the quality of customer service. For this purpose, a qualitative study is developed, applying a numerical analysis of the perceptions collected by two instruments, one focused on the measurement of the work environment and the other on the quality of service. As a result, the relationship between both variables is obtained, which allows proposing strategies for the company to become more competitive.

Keywords: work environment, customer service quality, hotel companies.

INTRODUCCIÓN

Es de vital importancia para las empresas estar conscientes de lo que implica el realizar un proceso de selección correctamente, porque de eso dependerá el buen funcionamiento de la empresa, en otras palabras, entre mejor se lleve a cabo este proceso, es más probable que encuentren a personas idóneas para el puesto requerido y puedan realizar las tareas demandadas por el puesto de la mejor manera posible. Wayne y Noé (2005) dicen: “La selección es el proceso que consiste en elegir entre un grupo de solicitantes a la persona más

²⁶ Francisco Preciado Álvarez es Profesor de Tiempo Completo en la Facultad de Contabilidad y Administración de Tecomán, en la Universidad de Colima, Colima, México fpreciado0@ucol.mx

²⁷ Rocío de Jesús Moreno Meza es Directora de la Facultad de Contabilidad y Administración de Tecomán, en la Universidad de Colima, Colima, México morenomeza@ucol.mx

²⁸ Francisco Preciado Álvarez es Profesor de Tiempo Completo en la Facultad de Contabilidad y Administración de Tecomán, en la Universidad de Colima, Colima, México rodriguezvazquez@ucol.mx



adecuada para un puesto y organización en particular” (p.162). Estudios previos analizados como la evaluación del proceso de selección y reclutamiento realizado por López Torres Camila (2008) enfatiza la importancia de estructurar el proceso de selección, su investigación dejó entrever la importancia de instrumentos de evaluación adicionales a la entrevista para empleados que requieren conocimientos específicos para desempeñar su función, la evaluación del proceso fue realizada mediante entrevistas a trabajadores de la empresa.

Camargo, Ucio & Rodríguez (2012) por su parte, propusieron un sistema de indicadores para evaluar el desempeño en el Hotel “Los Jazmines”, aplicaron la observación directa, entrevistas y encuestas a los empleados del hotel, enfatizan en su trabajo la importancia de la evaluación constante y sistemática de los trabajadores, puesto que lo consideran un indicador importante para detectar fallas en el proceso de selección. Esta investigación de tipo longitudinal alcanzó a recoger resultados sobre las estrategias propuestas, identificando un incremento en el nivel de satisfacción del cliente y la mejora de la disciplina laboral. Finalmente, el trabajo elaborado por Castellano de la Torre Ugarte Franco (2013) destaca la importancia del proceso de reclutamiento y selección como primer paso para la constitución de equipos de trabajo de alto rendimiento, así como la importancia de formar y retener a dicho talento humano, puesto que son las herramientas que ayudan al desarrollo de la empresa.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

La problemática por la cual se realiza este trabajo de investigación fue la falta de conocimiento sobre cómo estaba funcionando la empresa, como laboraban los empleados dentro de ella, debido a la falta de análisis o revisión del proceso de selección, ya que no está debidamente formalizado. Hoy en día es importante para las empresas realizar una autoevaluación de cómo está la situación interna para que puedan identificar si hay áreas de oportunidad, o puedan verificar si la organización se encuentra en un estado óptimo, podrán comprobar la eficiencia de los procesos, también se darán cuenta de la calidad de los empleados que se encuentran laborando dentro de cada puesto de estas.

La elaboración de un diagnóstico interno les permitirá a las organizaciones ver la efectividad del proceso de selección, para que les sea más fácil identificar que el objetivo primordial de todo este proceso es reclutar a los empleados más capacitados para la organización para que puedan lograr un funcionamiento óptimo. Una empresa debe tener establecido un sistema permanente de planeación de recursos humanos, actualizándose continuamente para proveer con efectividad las necesidades cambiantes de la organización, teniendo en cuenta la importancia de la rotación de personal, el clima laboral dentro de la misma, la productividad de sus colaboradores, entre otros aspectos. Con esto la empresa lograra implementar acciones para prevenir necesidades futuras, o bien para que la empresa pueda hacer mejoras en sus procesos y logren un aprovechamiento de los recursos con los que cuentan y puedan crecer como organización.

Una organización es una estructura compuesta por un grupo de personas, las cuales se relacionan entre sí utilizando recursos y herramientas para lograr determinados objetivos en



común. La forma en que esas personas trabajen determinará el éxito o fracaso de la organización. La presente investigación se enfocará en estudiar la efectividad del proceso de selección en una empresa hotelera, esto debido a la importancia que implica el tener un proceso de selección bien establecido para tener al personal mejor calificado para el puesto.

Muchas veces las empresas no cuentan con los conocimientos necesarios para identificar si el proceso implementado es el adecuado y el que les dará mejores resultados, personas poco capacitadas para el puesto provocarán pérdidas importantes para la organización, así como también, personas con carácter inadecuado provocará conflictos entre sus compañeros de trabajo alterando así la armonía que debe existir entre ellos, lo cual inevitablemente afectará en su desempeño laboral. (Grados, 2003 citado por Soto, 2014) dice: la importancia de realizar un buen proceso de selección radica en tener las mejores expectativas de un trabajador en el desempeño de sus actividades, por lo tanto, la evaluación debe de realizarse de manera secuencial y precisa contemplando los siguientes pasos: Experiencia laboral, trayectoria académica y aspectos psicológicos. Este trabajo de investigación identificará si el proceso de selección implementado por la empresa hotelera es el idóneo, porque si no es así, la empresa pueda tener los conocimientos necesarios con dicha investigación y logre identificar cual es la falla en su proceso y así pueda desarrollar o mejorar su proceso de selección para obtener los resultados esperados.

OBJETIVO GENERAL

Evaluar la efectividad del proceso de selección de personal en una empresa hotelera de la ciudad de Tecomán, mediante la medición del clima laboral y la calidad en la atención a clientes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Revisar el estado del arte entorno a las temáticas relacionadas al trabajo de investigación
- Analizar el clima laboral predominante en la empresa
- Analizar la calidad en la atención a clientes

REFERENTE TEORICO

Proceso de selección

De acuerdo a ideas de especialistas en el proceso de selección como son Montes y González (2006) y Chiavenato (2006), el proceso de selección es un punto crítico que deben atender todas las organizaciones o empresa del mundo, ya que consiste en elegir a las personas o individuos más capacitados para realizar las tareas que se demanden dentro de dichas organizaciones, con la finalidad de que el funcionamiento interno sea óptimo y permita a los establecimientos obtener los mayores beneficios posibles para que tengan posibilidades de un crecimiento o expansión dentro del mercado al que pertenezcan, así como también tengan la oportunidad de optimizar recursos.



Las empresas hoy en día deben estar conscientes que ya no basta solo con ofrecer un buen servicio, sino que deben agregar algo extra, un complemento, que les permita satisfacer las nuevas exigencias en el mercado y puedan seguir operando durante un largo tiempo. Esto se puede entender mejor con la ayuda del siguiente autor que menciona algo relacionado a lo que las empresas viven actualmente. López (2017) explica que: Actualmente las organizaciones atraviesan por diversos cambios que se están produciendo en el entorno que las rodea y que las obliga a replantear sus estrategias tanto internas como externas, de igual forma su modo de gestionar a su personal, por consiguiente, se vuelven cada vez más exigentes con sus colaboradores. Las empresas por tal motivo adoptan la gestión por competencias, que busca desarrollar en los trabajadores los comportamientos de alto desempeño que garanticen el éxito en la realización de sus tareas (p.129).

Clima laboral

De acuerdo con Reichers y Schneider (1990), Gan y Berbel (2007) y Bordas (2016), el clima laboral hace referencia a todas las condiciones físicas y psicológicas en las que se encuentran los colaboradores dentro de una organización, esto quiere decir, que es de suma importancia que las empresas verifiquen bien cuál es el ambiente que se les ofrece a sus colaboradores para que realicen sus tareas dentro de las mismas, que se les brinden las herramientas necesarias o adecuadas para facilitarles su trabajo, además de promover una relación con sus compañeros saludable, así para que al momento que se requiera trabajar en equipo no sea un obstáculo y se apoyen entre sí, de esta forma la empresa se beneficiara ya que su funcionamiento será el óptimo, al igual que sus colaboradores sentirán el respaldo por la compañía y por consiguiente pondrán su máximo esfuerzo para que puedan crecer a nivel personal junto con la organización. Cabe mencionar que siempre va a existir una relación de intercambio entre los individuos y la organización. Como dice Chiavenato (2006): El individuo ingresa a la organización cuando espera que su satisfacción sea mayor que sus esfuerzos personales. La organización espera que la contribución de cada individuo sobrepase los costos de tener personas en la organización; la organización espera que los individuos contribuyan con más de lo que ella les brinda (p.76).

Productividad

De acuerdo con Horngren, Datar & Foster (2007), Galindo & Ríos (2015) y Romero (2016), la productividad está estrechamente relacionado con la eficacia de los empleados de una empresa y el funcionamiento de esta. Esto debido a que el término productividad no tiene que ver con trabajar más horas, o con utilizar más recursos para crear los servicios o productos, sino más bien con realizar más con menos recursos empleados, tanto en tiempo como capital humano, así como recursos económicos. Por esto la importancia de que las empresas comprendan bien el significado de este término para obtener un funcionamiento óptimo y por consiguiente obtenga mejores resultados al momento de operar.

METODOLOGIA

La investigación que se realizó en este trabajo es de carácter explicativa según el nivel de conocimientos Del Rio (2013), es una investigación de campo según la estrategia Arias (2012), es de forma mixta según el tipo de datos recogidos, es no experimental según el grado



de la manipulación de las variables, es transversal según el periodo temporal en el cual se realiza. Se diseñaron dos instrumentos de recolección de datos, uno aplicado a los 15 trabajadores del hotel y el otro a 85 clientes, ambas fueron muestras tomadas por conveniencia, debido a que la empresa por atención a las medidas de sana distancia se mantenía operando con un bajo número de personal y poco aforo de clientes.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN PARCIALES O FINALES .

En lo que respecta a la medición del clima laboral, de los trabajadores encuestados, el 86.7% están satisfechos con su salario y consideran que esta acorde a las actividades que desempeñan; el 80% dicen tener una relación sana con sus compañeros de trabajo; el 86.7% dicen que abundan más los comentarios positivos que negativos entre el personal; el 86.7% considera que tiene posibilidades para ascender dentro de la empresa; el 86.7% dicen sentir seguridad y estabilidad laboral; el 93.4% dicen sentir que su trabajo aporta al crecimiento de la empresa; el 66.6% considera que se adaptó rápidamente a su puesto laboral; finalmente, el 100% dicen que existe buena comunicación de manera vertical y horizontal, que se les proporcionó toda la información sobre las tareas, horarios, que se les capacitó al ingresar a laborar, que sus puestos están bien definidos, que están satisfechos con las capacitaciones recibidas, que cuentan con las herramientas necesarias para desempeñar sus actividades, que se sienten motivados para realizar sus tareas, que se sienten valorados, que sus sugerencias y opiniones son escuchadas, que el horario de trabajo les es respetado y que las condiciones son las que les fueron indicadas al ingresar a laborar.

Como se puede apreciar por las respuestas obtenidas, se considera que existe un clima laboral favorable en la empresa, ahora, en cuanto al diagnóstico de la calidad en la atención a clientes se obtuvo lo siguiente: El 7.1% de los clientes considera deficiente la limpieza del hotel; el 3.5% considera lento el servicio a cuartos; el 5.9% considera que existe un trato deficiente por parte del personal; el 2.4% considera que no tiene privacidad; el 9.4% considera deficiente el servicio de restaurante y bar; el 1.2% considera que las opciones en la televisión son deficientes; el 16.5% considera el servicio de internet inalámbrico deficiente. En general, se puede apreciar que existe una atención y servicio de calidad, lo que es consistente con el clima laboral, lo que resulta en un clima laboral favorable y una atención a clientes favorable.

CONCLUSIONES

El proceso de selección que realiza la empresa hotelera de la ciudad de Tecomán, Col., se puede calificar como eficiente debido a que los resultados obtenidos con la aplicación de distintos instrumentos lo respaldan, esto se debe a que los empleados están satisfechos con las condiciones de trabajo que la empresa les brinda, además de que tiene una buena relación de trabajo con sus compañeros, y el índice de rotación de personal es bajo.

Teniendo en cuenta todo lo antes mencionado, se logra plasmar una idea actual de cómo se llevan a cabo las actividades en la empresa hotelera del municipio de Tecomán, Colima, así mismo permite tener una visión de que tan efectivo es el proceso de selección que se aplica en dicha organización.



Se sugiere que al momento de reproducir el presente trabajo de investigación, tener presente que no a todos los hoteles del mismo tamaño pueden obtener el mismo funcionamiento aplicando las estrategias y actividades aplica el hotel de este caso de estudio, ya que pueden influir diversos aspectos en los resultados que desea obtener el negocio, algunos de ellos pueden ser: el área geográfica, la población que reside ahí, la variedad de servicios que ofrezcan dichas empresas, por lo tanto se recomienda definir con claridad la población y muestra a las que se les aplicará el instrumento, así como también explorar todas las variables que les sea posible, para poder obtener resultados con mayor exactitud.

Con este diagnóstico realizado en el presente trabajo de investigación, podrá ser posible diseñar estrategias que permitan apoyar a estos empresarios, para poder aumentar los beneficios que obtenga la empresa, algunas de estas son las siguientes: a) Documentar o formalizar el proceso de selección, para poder crear un procedimiento estandarizado, y así el encargado de llevar a cabo dicho procedimiento pueda escoger a la persona que mayores beneficios le brindara a la organización. b) Ampliar el proceso de selección de personal que ya practica la empresa, agregando pruebas escritas, ya que estas les permitirán obtener un perfil más amplio del candidato, tanto a nivel psicológico como profesional.

BIBLIOGRAFIA

- Wayne, R & Noé, R (2005) Selección: La importancia de la selección del personal. En E. Trejo (Coord.), Administración de recursos humanos (p.161-199). México: Pearson Educación.
- López, C. (2008). Evaluación del proceso de reclutamiento y selección del personal en el Hotel Casa de la Luna en la Ciudad de Chiclayo. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008a/365/Reclutamiento%20y%20Seleccion%20de%20personas%20en%20el%20Hotel%20Casa%20de%20La%20Luna.htm>
- Camargo, I. & Ucio, R & Rodríguez, R. (2012). Sistema de indicadores para evaluar el desempeño en el Hotel “Los Jazmines”. Recuperado de: http://www.ciget.pinar.cu/Revista/No.2012-4/articulos/indicadores_evaluacion_desempeno.pdf
- Castellano, F. (2013). Propuesta de mejora del proceso de reclutamiento y selección en una empresa de construcción e ingeniería. (Tesis, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú). Recuperado de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/305056/castellan;jsessionid=EEEE9F97B87AC3FA7563B706D58E0765?sequence=1>
- Soto, S. (2014). Proceso de reclutamiento y selección de personal aplicado a las empresas distribuidoras de calzado importado en la cabecera departamental de escuintla. (Tesis, Universidad Rafael Landívar, Guatemala). Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2014/01/01/Soto-Sucely.pdf>
- Montes, M y González, P. (2006). La gestión de RR. HH.: Definición, Selección del personal: La búsqueda del candidato adecuado (p.33-58). España: Ideaspropias Editorial.



- Chiavenato, I. (2006). *Administración de Recursos Humanos*. 5°ed. Editorial McGraw - Hill.
- Torres, G. (2017). *La selección de personal y la nueva tecnología* (Tesis, Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Ecuador). Recuperado de: <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/2328/1/La%20Selecci%C3%B3n%20de%20personal%20y%20la%20nueva%20tecnolog%C3%ADa.pdf>
- Reichers, A., y Schneider, B. (1990). *Climate and culture: An evolution of constructs*. En B. Schneider (Ed.), *Organizational climate and culture* (p.5-39). San Francisco: Jossey-Bass.
- Gan, F., y Berbel, G. (2007). *Clima: Definiciones e importancia del clima laboral*, Manual de recursos humanos: 10 programas para la gestión y el desarrollo del factor humano en las organizaciones actuales (1ra edición, 169-210). España: Editorial UOC.
- Bordas, M. (2016). *Concepto de clima laboral: Su influencia sobre las actitudes y conductas en las organizaciones y el desempeño empresarial*. *Gestión estratégica del clima laboral* (1era edición). Madrid: Editorial UNED.
- Horngren, Ch., Datar, S. & Foster, G. (2007). *Estrategia, cuadro de mando y análisis estratégico de la rentabilidad: medición de la productividad*, *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial* (12° ed., p. 455-491). México: Pearson Educación.
- Galindo, M. & Ríos, V. (2015). *Productividad*. Recuperado de: https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201508_mexicoproductivity.pdf
- Romero, G. (2016). *Técnicas de dirección en restauración*, UF1090: *Dirección y recursos humanos en restauración* (1° ed.). IC Editorial.
- Arias, F. (2012). *La investigación científica: La investigación de campo*, *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (6° ed., p. 21-36). Venezuela: Editorial EPISTEME, C.A.
- Del Rio, D. (2013). *Diccionario-glosario de la metodología de la investigación social* (1°ed.). Madrid: Editorial UNED.



FACTORES CONTABLES Y DE LAS TIC PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS NORMAS INTERNACIONALES NIIF EN LAS INSTITUCIONES DEL SECTOR SALUD DE BARRANQUILLA COLOMBIA²⁹

*Luis Fernando Landázury Villalba³⁰, Ana Elena Mugno Noriega³¹
Tania Marina Baquero Suárez³², Merlys Tafur Campo³³*

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue analizar los factores contables y de las TIC, que incidieron en la implementación de las NIIF en las Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud (IPS) de Barranquilla, según información de la base de datos de las entidades departamentales y distritales del sistema General de Seguridad Social SGSS, con fecha de corte al 30 de Julio de 2019, calculándose una muestra de treinta y ocho (38) Instituciones Prestadoras de Salud IPS entre ciento diez (110) IPS públicas y privadas de salud integrales, clasificadas según su nivel de complejidad del I-IV Nivel y las Instituciones de naturaleza privada que prestan servicios considerados como atractivos para exportar en el mercado extranjero, atendiendo servicios de laboratorios, odontológicos, oftalmológicos, cirugía plástica y estética, en donde se halló factores, tales como, el costo, la estructura contable de la compañía, la actualización de los usuarios de la información y el desconocimiento de la nueva Norma Internacional Contable NIC que influyeron en la decisión de implementación de las Normas Internacionales Financieras NIFF en las IPS.

Palabras clave: Normas Internacionales Financieras NIIF, Normas Internacionales Contables NIC, Prestación de Servicios Clínicos, Servicios de salud, Sistema General de Seguridad Social.

²⁹ Este trabajo surge de una investigación más amplia desarrollada en el marco de un proyecto de investigación en donde se produjo la publicación de un libro de LANDAZURI, L. BALLESTAS, A. LUGO, E. MAYA PABÓN, Raúl. JAY, W. BERTEL, G. TAFUR, M. DURANGO, Elkin. BARRIENTO, E. BAQUERO SUÁREZ, Tania M. MOSQUERA R. SANDOVAL, Jessica. SANDOVAL, Rigail. titulado "Normas Internacionales de Información Financiera NIFF – Sector Salud. Barranquilla Colombia". Grupos de Investigación Desoge, Pensamiento Contable y Gestión Internacional, Gecaes y Apolo Infinito. Barranquilla, Atlántico. Colombia.

³⁰ Luis Fernando Landázury Villalba es Contador Público. Candidato a Doctor en, Magister en Administración de Empresas e Innovación. Especialista en Revisoría Fiscal. Docente Investigador Universitario del Programa de Contaduría Pública modalidad virtual de la Corporación Universitaria Americana (Atlántico – Barranquilla). Investigador Asociado categorizado en MinCiencias. Barranquilla, Colombia. Email: llandazury@coruniamericana.edu.co Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0003-1190-4171>

³¹ Ana Elena Mugno Noriega es Administradora de Empresas y Contadora Pública. Magister en Gestión de la Tecnología Educativa. Especialista en Revisoría fiscal y Auditoría externa. Especialista en la Administración de la informática Educativa. Docente Investigador Universitario del Programa de Contaduría Pública modalidad virtual de la Corporación Universitaria Americana (Atlántico – Barranquilla). Investigadora Junior categorizada en MinCiencias. Barranquilla, Colombia. E-mail: annymug@hotmail.com Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0002-2027-8259>

³² Tania Marina Baquero Suárez es Abogada. Doctora en Ciencias Políticas. Magister en Derecho. Especialista en Sistemas de Calidad y Auditoría de Servicios de Salud. Especialista en Derecho Administrativo. Especialista en Gerencia Tributaria. Docente Investigador Universitario de Pregrado y Postgrados de Contaduría Pública en la Corporación Universitaria Americana (Atlántico – Barranquilla). Par Evaluador e Investigadora Junior categorizada en MinCiencias. Barranquilla, Colombia. E-mail: tamabasu@yahoo.com Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0002-1881-7567> Id SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57219439621>

³³ Merlys Tafur Campo es Contadora Pública. Magister en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Especialista en Gerencia Tributaria. Docente Investigador Universitario del Programa de Contaduría Pública modalidad virtual de la Corporación Universitaria Americana (Atlántico – Barranquilla). Investigadora categorizada en MinCiencias. Barranquilla, Colombia. mtafur@coruniamericana.edu.co Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0001-9709-0943>



ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the accounting and ICT factors, which influenced the implementation of IFRS in Barranquilla's Health Service Lending Institutions (IPS), according to information from the database of departmental and district entities of the SGSS General Social Security System, with a cut-off date as of July 30, 2019, a sample of thirty-eight (38) IPS Health Lending Institutions between one hundred and ten (110) comprehensive public and private health IPSs, classified according to their level of complexity of I-IV Level and private institutions that provide services considered attractive for export in the foreign market, serving laboratory, dental, ophthalmological, plastic surgery and aesthetic services, where factors were found, such as the cost, accounting structure of the company, updating users of information and disrecognising the new NIC International Accounting Standard that influenced the decision to implement the NIFF International Financial Standards in IPS.

Keywords: IFRS International Financial Standards, NIC International Accounting Standards, Clinical Services Delivery, Health Services, General Social Security System.

INTRODUCCIÓN

Esta investigación presenta el escenario que afrontaron las instituciones prestadoras de servicios de salud de la ciudad de Barranquilla, en el camino que los condujo a llevar a sus entidades a la estandarización de los procesos contables, como herramienta homogeneizadora global de la información contable. Como consecuencia de los tratados de libre comercio y de los exigencias del mercado a nivel mundial, se ha creado la necesidad de converger a un sistema de información financiera internacional, con el objetivo de promover una información financiera de calidad que le permita a las empresas acceder a mercados a nivel general, tal y como lo estipula la Ley 1314 de 2009 para Colombia, que pretende disminuir la imposibilidad de comparar estados financieros entre empresas pares de diferentes regiones o países, a razón de ser elaborados bajo criterios diferentes. Las entidades que conforman el Sistema General de Seguridad Social en Salud de nuestro país, no son ajenas al proceso de la globalización y tienen que realizar esfuerzos no solo para su sostenimiento en el mercado tal como indica Baquero y Liñán (2020) de la salud a nivel nacional, sino para lograr su inclusión a nivel mundial, como lo plantean los requerimientos de las normas internacionales de información financiera (NIIF) a los que se debió acoger de manera obligatoria. Pero a raíz de la crítica situación de sostenibilidad financiera por la que atraviesa el sector de la salud se otorgó un aplazamiento para todas las entidades que componen el Sistema General de Seguridad Social (SGSS), esta disposición se hizo en el artículo 2 del Decreto 2496 expedido por el Ministerio de Comercio el 23 de diciembre de 2015 (Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad IASB, 2015)

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Todas las Instituciones de prestadoras de servicios de salud, tanto públicas como privadas debieron realizar la transición a estándares internacionales y abandonar los principios



contables colombianos tal como lo estipula la normatividad vigente. Teniendo en cuenta todo lo anterior, se hace necesario plantear el siguiente interrogante de investigación así:

Pregunta problema

¿Cuáles fueron los factores contables que tuvieron incidencia en la implementación de las NIIF en las instituciones de salud en Barranquilla, año 2019?

Justificación del Problema

El Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) es la entidad encargada de emitir las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), cuyo origen data de 1967 con la creación del Accountants International Study Group (AISG), que fue reemplazado por el International Accounting Standards Committee (IASC) en 1973, que estaba conformados por profesionales de los organismos contables de diferentes países (Buendía Marín, 2015; IASB, 2014).

Este comité empezó a adquirir reconocimiento cuando emite las primeras NIC que eran la NIC 1: Revelación de Políticas Contables y la NIC 2: Valoración y Presentación de Inventarios en el Contexto del Sistema de Coste Histórico, lo que le hizo adquirir el reconocimiento como emisor de Normas Internacionales de Contabilidad NIC por parte de la Federación Internacional de Contadores, que era la que revisaba los principios contables. Producto de este reconocimiento para 1982 su Consejo amplía los miembros a 17 dentro de los cuales mantenía representantes de organismos encargados de la emisión de las normas contables en otros países (Deloitte, 2014).

OBJETIVO GENERAL

Identificar y analizar los factores intrínsecos y extrínsecos que incidieron en la implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera NIIF en las Instituciones del Sector Salud de Barranquilla, en el año 2019

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Actualizar el software para el registro de información financiera bajo normas NIIF en las instituciones de salud de Barranquilla en el año 2019
- Identificar los procesos documentados relacionados con las etapas de transición y/o implementación de las NIIF en las instituciones de salud de Barranquilla en el año 2019
- Analizar las IPS, que se prepararon para aplicar las nuevas normas a partir del 1 de enero de 2016 y los factores que incidieron en su implementación y que requirieron la prórroga al 1 de enero de 2019

REFERENTE TEORICO

Según Vergara, et al. (2015) en su estudio acerca de la adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera en Colombia, expone que, a lo largo de los años, la dinámica de los procesos ha ido cambiando, generando así modificaciones, que se han



surtido gracias a las directrices, que en tal sentido han impartido los respectivos organismos de control y vigilancia. Esto, tanto implícita como explícitamente, deja entrever, que esa serie de cambios pese a que se ha ido produciendo, se ha tornado de forma repetitiva, no alcanza a llegar a concertar los niveles de exigencia y competitividad que se encuentran debidamente enmarcados en las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), el gobierno siendo un conocedor de este hecho lo manifiesta a través del artículo 63 de la ley 550 de 1999, en la actualidad artículo 122, inciso 1 de la ley 1116 de Diciembre del 2006.

Existe una necesidad latente de establecer un sistema de información contable estándar que minimice las discrepancias surgidas entre las normas contables nacionales y las internacionales; y que a la vez sea adoptado como herramienta homogeneizadora global de la información contable. Con la implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), la globalización de los mercados llevará a las empresas colombianas a ser más competitivas y ayudará a mejorar la percepción internacional de nuestro país y de sus empresas, de esta manera los inversionistas de cualquier lugar del mundo, podrán entender los balances, debido a que estos están estandarizados.

METODOLOGIA

Tipo de estudio

Se realizará un estudio descriptivo de corte transversal de tipo mixto, en el que se considerarán los factores cuantitativos y cualitativos, así como intrínsecos como extrínsecos, que influyeron en la implementación de las NIIF en las Instituciones Prestadoras de Servicios de salud en el año 2019 en la ciudad de Barranquilla.

Poblacion de estudio

Se tomará como universo, las instituciones prestadoras de servicios de salud, reportadas en el Registro Especial de Prestadores de Servicios de Salud de Barranquilla, según información de la base de datos de las Entidades Departamentales y Distritales de Salud, en la cual se efectúa el registro de los Prestadores de Servicios de Salud que prestan integralidad en su atención, con fecha de corte al 30 de Julio de 2019, calculándose en 110 IPS entre públicas y privadas, clasificándolas según su naturaleza en 3 para las instituciones públicas y 107 para las instituciones privadas. En la tabla 1, se muestra el universo de 107 instituciones prestadoras de servicios de salud de naturaleza privada, inscritas en el REPS de Barranquilla. A partir de la población para efectos de establecer el tamaño muestral, se determina una muestra de 38 IPS. 1 IPS Pública y 37 privadas, según la tabla 1.

Criterios de inclusión.

Se tomó como criterio de inclusión a todas las Instituciones prestadoras de servicios de salud integrales, clasificadas según su nivel de complejidad del I-IV Nivel y las Instituciones de naturaleza privadas que prestan servicios considerados como atractivos para exportar en el mercado extranjero: Laboratorios, odontológicos, oftalmología y cirugía plástica y estética



Criterios de exclusión.

Se excluirá de este estudio aquellas Instituciones Prestadoras de Servicios de salud que manifiesten no estar interesadas en participar en el estudio.

PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCION DE DATOS.

En el desarrollo de la investigación, la recolección de la información se tomará de fuentes primarias para lo que se aplicarán encuestas a través de formularios, aplicados personalmente, por correo o a través de llamadas telefónicas, dirigidas al responsable del proceso de convergencia a NIIF designado, gerente, revisor fiscal y/o representante legal de las instituciones incluidas en este estudio con relación al objeto de investigación. (Ver anexo 1. Instrumento para la recolección de la información).

PROCESAMIENTO DE DATOS.

Para el procesamiento y análisis de la información se tabularán los datos en Excel. Se presentarán los resultados a través de tablas y gráficos en concordancia con la naturaleza de las variables. Para el análisis e interpretación de los datos se tuvieron en cuenta las medidas de tendencia central, en el marco de la estadística descriptiva.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Este estudio se llevará a cabo con personal que labora en el área Financiera o de Administración y Finanzas (usuarios de la información como contadores públicos, gerentes, representante legal, revisor fiscal y demás personas encargadas de la preparación de estados financieros) de las IPS registradas en el REPS en la ciudad de Barranquilla., que deseen participar en este proyecto, a través de encuestas que serán tabuladas para responder a los objetivos generales y específicos del presente estudio.

En Colombia y en el mundo, sobre la temática de la convergencia a Normas Internacionales de Información Financiera, se hicieron búsquedas fundamentadas que fueron realizadas por Instituciones o entes de credibilidad y rigor científico, como el Consejo Técnico de Contaduría Pública (CTCP), Instituto Nacional de Contadores Públicos (INCP), Grupo Latinoamericano de Emisores de Normas de Información Financiera (GLENIF), Ministerio de Industria y Comercio, Ministerio de Salud, en las cuales no se encuentran estudios puntuales referentes a esta problemática que se relacionen con el análisis de los factores relacionados en la implementación de las normas internacionales de información financiera en las instituciones del sector salud, sino más orientados al impacto de su implementación.

CONCLUSIONES

Colombia fue uno de los últimos países latinoamericanos en aplicar las Normas Internacionales de Información Financiera. Convergencia hacia estándares internacionales se convirtió en una necesidad, puesto que las políticas económicas del país, estaban encaminadas hacia la firma de los tratados de libre comercio, mientras que las exigencias del



mercado a nivel mundial se centran en proveer información financiera de calidad, comparable, clara, confiable y transparente entre empresas pares de diferentes países del mismo sector, por lo que se promulgó la Ley 1314 de 2.009 para la implementación de la NIIF en Colombia. Considerando que Colombia es un país competitivo a nivel mundial por la exportación de productos, pero no ha dado grandes pasos en la exportación de servicios, con la implementación de la Norma Contable de Información Financiera se crea la oportunidad para las instituciones prestadoras de servicios de salud para hacerlo.

Los resultados de este estudio sirvieron para que el grupo investigador diseñara una estrategia comercial enfocada en brindar asesorías y acompañamiento a los prestadores que lograron implementar la norma y que pretenden incursionar en el mercado internacional ofertando sus servicios de salud. Con lo que se fortalecerá el sector, generando de nuevos empleos, crecimiento, desarrollo económico y social de la ciudad, puesto que se posee el talento humano capacitado y capaz de ofrecer servicios de salud óptimos demandados por el mercado internacional.

El 60% de las entidades incluidas en este estudio aplicaron la Norma Internacional de Información Financiera, mientras que el 40% restante no lo hizo. La pequeña empresa se destacó por presentar el mayor porcentaje de implementación de la norma financiera, en comparación con la mediana y con la gran empresa. Estas características permitieron que la pequeña y mediana empresa lograra, implementar la Norma de Información Financiera en mayor proporción.

Las empresas que ofertan servicios específicos de odontología, laboratorio, cirugía plástica y estética y de oftalmología tuvieron una mayor proporción de implementación de la norma en comparación con los prestadores de servicios salud integrales, aumentando la probabilidad de realizar exportaciones de servicios de salud, considerando que Barranquilla tiene gran potencial para liderar el turismo de la salud, lo que contribuye a la generación de nuevos empleos, a que se cuenta con el talento humano capaz de ofrecer servicios óptimos demandados por el mercado internacional.

RECOMENDACIONES

Para el sector empresarial, en cabeza de los gerentes, se les invita a:

- Diseñar estrategias que le permitan ofrecer su portafolio de servicio en los mercados identificados por ubicación geográfica como estratégicos para la exportación de servicios de salud como lo son el Caribe, Ecuador, España y Estados Unidos. (25).
- Formar un equipo de trabajo o buscar asesores externos de empresas que se encarguen del marketing digital de su empresa que le permita acceder al mercado de la salud extranjero con lo que lograra ampliar su campo de acción, generando mayores ingresos, fortaleciendo su Good Will a nivel mundial.
- Fortalecer su recurso humano capacitándolo en servicio al cliente y manejo de segunda lengua.



- Al Gobierno Nacional se solicita que brinde apoyo:
- Financiero a los prestadores de servicios de salud de la ciudad de Barranquilla, ya que por su localización estratégica y productor de servicios de salud de calidad tiene gran potencial para exportarlos al exterior más aun, luego de la implementación de la NIIF
- Solicitar un mayor acompañamiento, orientación en los procesos de planeación, transición y aplicación de la NIIF por parte del Consejo Técnico de Contaduría Pública a los preparadores de la información financiera en las Instituciones de Prestación de servicios de salud de la ciudad.

BIBLIOGRAFIA

- Álvarez, (2015). Conveniencia de la aplicación de las NIIF en entidades sin ánimo de lucro en Colombia. MBA en Administración. Universidad Eafit - Escuela de Administración, Pereira.
- Baquero, É. E. S. (2013). Efectos de la implementación de la NIIF para las PYMES en una mediana empresa ubicada en la ciudad de Bogotá. Cuadernos de contabilidad, 14(35), 395-414.
- Baquero Suárez, T., & Liñan Solorzano, A. (2020). Incidencia de la pandemia covid-19 en la economía del Estado colombiano / Incidence of covid-19 pandemic in the Colombian state economy. Utopía y Praxis Latinoamericana, 25(1), 292-302. Recuperado de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/article/view/34181>
- Batista, F. M. (2014). Modelo de adaptación de las Normas Internacionales de Información Financiera a la estructura patrimonial de las cooperativas panameñas. Gestión Joven, (12), 2.
- Benítez, (2015) Impacto de las NIIF en el tratamiento del capital institucional de las Cooperativas de trabajo asociado, en Bogotá. Universidad de la Salle, Bogotá, Colombia.
- Bernal, C. (2006). Metodología de la investigación. México: Pearson Educacion.
- Buendía, (2015) “Guía de Elaboración de Estados de Flujo de Efectivo Según La Nic 7, para la adecuada presentación a la superintendencia de compañías”. Trabajo de titulación previo a la obtención del título de ingeniero en contabilidad y auditoría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Cajo, J., & Álvarez, J. (2016). Manual Práctico de las NIIF: Tratamiento Contable y Tributario Tomo II.(1ra. Edición). Breña, Lima, Perú. Revista Actualidad Empresarial.
- Campos Plascencio, I. Z., & Bejarano Ávila, C. L. (2013). Diseño del procedimiento para la implementación de la NIIF 1 en la presentación de los estados financieros de la empresa AGANPI SA del cantón Naranjal (Bachelor's thesis).
- Casinelli, (2015). El uso de La NIIF para las PYMES en América Latina y El Caribe: un breve análisis. Disponible en: <https://www.ifac.org/global-knowledge-gateway/business-reporting/discussion/el-uso-de-la-NIIF-para-las-pymes-en-am-rica>
- Cheng Vargas, César (compilador) (2008). Deloitte. Globalización Contable. Guía para la adopción de ifrs. Bogotá: Editorial Planeta.
- Choéz, P. J. C. (2016). Aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) en Ecuador, caso Pymes de la construcción en la ciudad de Manta. Dominio de las Ciencias, 2(1), 44-62.



- Consejo Tecnico De Contaduria Publica, (2015). Convergencia con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) en Colombia. http://www.ctcp.gov.co/puerta/athena/_files/docs/1472851943-1453.pdf. Pág, 42, 44-45.
- Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB, 2015). Proyecto de Norma Marco Conceptual Para la Información Financiera, IFRS Foundation Publications Departament. Recuperado de: <https://www.ifrs.org/-/media/project/conceptual-framework/exposure-draft/published-documents/ed-conceptual-framework-es.pdf>
- Culmo Saavedra, M., & Sánchez Colina, Y. P. (2017). Análisis de la aplicación de la NIIF para microempresas en la empresa Guevara Inversiones SAS de la ciudad de Villavicencio Meta en el año 2015 (Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios).
- Dănescu, T., Spătăcean, O. and Mateiu, M. (2013), Cercetări Privind Tranziția La IFRS a Firmelor de Investiții. (Romanian). Research upon the IFRS Transition of Investment Firms. (English) 11(108): 25–36.
- Daza, J. J. (2003). Las normas internacionales de contabilidad NIC y su aplicación en Colombia. *Revista Gestión y Desarrollo*, 1, 39-47.
- Deloitte. (2014). Guía Rápida IFRS. Madrid: CIBS.
- Freire Y Quispe, (2012). “Modelo para la aplicación de las normas internacionales de información financiera (NIIF) y el impacto tributario aplicado a las pymes, dedicadas a la comercialización de productos eléctricos y telefónicos en la provincia de cotopaxi”. Tesis de Grado Ingeniería en Contabilidad y Auditoría. C.P.A. Unidad académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas - Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga – Ecuador.
- García Reyes, S. E., & Pino Mielles, P. A. (2011). Implementación de las normas Internacionales de información financiera en una sucursal de una empresa multinacional con matriz en el exterior (Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2011.)
- Giraldo Rivera, J. L. (2014). Implementación De Las NIIF En Colombia, ¿Ventaja O Amenaza?.
- Grisales Álvarez, F. (2016). Conveniencia de la aplicación de las NIIF en entidades sin ánimo de lucro en Colombia (Master's thesis, Universidad EAFIT).
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). México: McGrwall Hill Education.
- Hincapié Herrera, D. C. (2017). Efectos en los estados de resultados de los grandes contribuyentes en Colombia frente a la implementación de las normas internacionales de información financiera.
- IASB. (2014). Marco conceptual para la información financiera.
- Ivanovich Pages, J., Peña Cortés, A., & Torres Zapata, I. (2012). Un análisis crítico a las NIIF IFRS y a los procesos de adopción e implementación en América Latina y el Caribe. Obtenido de Asociación Latinoamericana de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración: http://www.alafec.unam.mx/docs/macroyectos/analisis_macro.pdf
- Landazury, L. Ballestas, A. Lugo, E. Maya Pabón, Raúl. Jay, W. Bertel, G. Tafur, M. Durango, Elkin. Barriento, E. Baquero Suárez, Tania M. Mosquera R. Sandoval, Jessica. Sandoval, Rigail. Titulado “Normas Internacionales De Información Financiera Niff – Sector Salud. Barranquilla Colombia”. Grupos De Investigación Desoge, Pensamiento Contable y Gestión Internacional, Gecaes Y Apolo Infinito. Barranquilla, Atlántico. Colombia.



- Landazury, L., Basso, M., Neugovsen, G., Mercant, S., Jaafar, H. y Ruz, A. (2018). Toma de decisiones y sus repercusiones sobre costos transaccionales en las empresas. *Revista espacios*, 39(24).
- Landazury, L., Jaafar, H., Cristofani, M. y Canales, R. (2018). Innovación y modelos de gerencia: su reflexión transformadora desde lo humano y el conocimiento. *Revista espacios*, 39(13).
- Landazury, L., Lechuga, J., Ferrer, F. y Prieto, R. (2017). Innovación como eje transversal en los negocios internacionales. Libro *la Producción de Conocimiento desde el Campo de las Ciencias Económicas, Administrativas y Contables*. Universidad Simón Bolívar, ISBN: 978-980-427-018-5.
- Landazury, L., Lugo, E., ...Ovallos, D. (2018). Liderazgo: Tendencias emergentes para inspirar la gestión de personas en las organizaciones. Ediciones Universidad Simón Bolívar. ISBN: 978-958-5533-27-17.
- Landazury, L., Lugo, E., Ovallos, D. y Roncallo, A. (2018). Análisis del marco normativo y regulatorio del mercado de capital en Colombia. Ediciones Universidad Simón Bolívar. ISBN: 978-958-5533-32-5.
- Landazury, L., Lugo, E., ...Roncallo, A. (2018). Aspectos tributarios y financieros: Una mirada desde lo público y privado, Latinoamérica y El Caribe. Ediciones Universidad Simón Bolívar. ISBN: 978-958-5533-32-5
- Llopis, R. M., Becerra, O. A. D., Vásquez, J. C. C., & Casinelli, H. P. (2014). El proceso de convergencia con las Normas Internacionales de Información Financiera en España, Perú y Argentina. *Contabilidad y Negocios: Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas*, 9(18), 6-26.
- Lugo, E. (2017). Determinantes de la competitividad de las exportaciones mundiales de aceite de palma, 2007-2015. Tesis de grado de Maestría en Economía. Universidad del Norte, Barranquilla Colombia.
- Lugo, J. y Lugo, E. (2018). Beneficios socio ambientales por potabilización del agua en los pueblos palafíticos de la Ciénaga Grande de Santa Marta-Colombia. *Revista U.D.C.A, actualidad y divulgación científica* 21(1): 259-264, Bogotá-Colombia.
- Lugo, E., Lugo, J., y Saenz, J. (2018). La productividad como factor de competitividad de las exportaciones de aceite de palma del departamento del Magdalena Colombia, 2007-2015. *Revista ciencia, saber y libertad*, 13(1):145:163. Universidad Libre. Cartagena-Colombia.
- Lugo, E., Landazury, L, Ferrer, F, Roncallo, A, Lugo, J., Jaafar, H. y Ovallos, D. (2018). Productividad, Competitividad y Creación de Valor del Sector Agroexportador: Un enfoque de los Costos, la Responsabilidad Social y la Gestión Ambiental en la Región Caribe. Libro *Ciencias Económicas, Administrativas y Contables*. Universidad Simón Bolívar, ISBN: 978-958-5533-09-7.
- Luna, J. y Muñoz, L. (2011). Colombia: Hacia la adopción y aplicación de las NIIF y su importancia. *Revista Adversia*. (8), 26-43.
- Mantilla, Samuel. 2007. *IFRS, Valor Razonable y gobierno corporativo*. Bogota Colombia. 1era Edición.
- Martínez, (2015). Modelo de adaptación de las Normas Internacionales de Información Financiera a la estructura patrimonial de las cooperativas panameñas. Artículo científico



Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas (AJOICA) 12(1):15-30.

- Mora, E. S. (2016). La hibridación de modelos para la medición de activos según las normas internacionales de información financiera (NIIF). (Hybridization of valuation models in measuring assets under International Financial Reporting Standards (IFRS)). *Tec Empresarial*, 10(2), 29-40.
- Ojeda Arévalo, S. F., & Rodríguez Ríos, S. A. (2017). Análisis del impacto de las NIIF en la empresa COOTRANSHACARITAMA LTDA (Doctoral dissertation).
- Ovallos, D., Landazury, L., Redondo, A. y Lugo, E., (2018). Innovación y competitividad: Una revisión de la literatura usando herramientas de minería de datos. En Colombia 2018. Ediciones Universidad Simón Bolívar. ISBN: 978-958-5533-27-17.
- Pérez Hoyos, J. (2016). Guía de Normas Internacionales de Información Financiera para Entidades Sin Ánimo de Lucro Pymes de Grupo 2. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá.
- Pincay, D. E. Á., Barahona, C. A. Z., Reyes, S. G. S., & Bozada, S. P. T. (2016). Normas Internacionales de Información Financiera y la gestión Contable-Financiera: Realidades y perspectivas. *Sinapsis*, 2(9).
- Recavarren, F (2014). “Impacto de las normas internacionales de información financiera en el desarrollo de las grandes empresas familiares del Perú”. Tesis para optar el grado de doctor en contabilidad y finanzas. Facultad de ciencias contables, económicas y financieras sección de posgrado, Universidad Veritas.
- Rico, F., Rico, M., Martínez, Z. y Sepúlveda, P. (2015). Comportamiento innovador en el sector alimentos en el Distrito de Barranquilla. Libro la Producción de Conocimiento desde el Campo de las Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. Universidad Simón Bolívar, ISBN: 978-958-8930-06-0.
- Rivera Ventura, J. A., & Mejía Gavarrete, N. G. (2011). Transición a la Norma Internacional de Información Financiera para pequeñas y medianas entidades, en las empresas comerciales del municipio de San Salvador (Doctoral dissertation, Universidad de El Salvador).
- Sáenz, J., Lugo, E. y Parada, J. (2019). Determinantes de la competitividad internacional del departamento del Magdalena: Un enfoque desde la teoría de la complejidad económica. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 14(1):190-210. Ed: Publicaciones Universidad Libre ISSN: 1794-7154.
- Sánchez Coronado, L. M., Romero, S., & Hernán, D. (2017). Inconveniencia de la aplicación de NIIF en fundaciones sin ánimo de lucro en Colombia (Bachelor's thesis, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano).
- Sugas, J. C., & Illanes, J. F. Á. (2016). Manual práctico de las NIIF: tratamiento contable tributario. Instituto Pacífico.
- Superintendencia de Sociedades (2014). Guía práctica para elaborar el Estado de Situación Financiera de Apertura bajo NIIF PYMES. Bogotá DC.
- Torres, J. (2015). Análisis Financiero con la Implementación de las NIIF en Colombia. Colegio de Estudios Superiores de Administración, CESA. Maestría En Finanzas Corporativas de Bogotá.



- Vásquez-Quevedo, N., Carril-Márquez, M. A., & Pascual-García, M. (2013). Convergencia y adopción de NIIF en Latinoamérica: un análisis de afinidad. *Revista Contabilidad y Auditoría Investigaciones en Teoría Contable*, 38.
- Vergara-De la Ossa, R., Londoño-Vega, C. I., Pérez-Benítez, N. D. C., & Torres-Castellar, R. (2015). La adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera en Colombia. *Revista Panorama Económico*, 23(1), 119-132.
- Wang, Y. and Campbell, M. (2012), Corporate Governance, Earnings Management, and IFRS: Empirical Evidence from Chinese Domestically Listed Companies. *Advances in Accounting* 28(1): 189–192.
- Yate Bejarano, A. A. (2015). Análisis de los criterios de modelos contables aplicados en medianas empresas para la adopción de NIIF-Pymes: estudio de caso (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Colombia-Sede Bogota).



FACTORES ECONÓMICOS PARA LA CREACION DE VALOR EN LA EMPRESA COMFAMILIAR DEL DEPARTAMENTO DEL ATLANTICO, 2017-2018

*Fredy Julián Gómez Pedroza³⁴, Heidy Margarita Rico Fontalvo³⁵,
Enrique Carlos Mendoza Manotas³⁶, Elkyn Rafael Lugo Arias³⁷,
Luis Eduardo Manotas Cabarcas³⁸*

RESUMEN


Este trabajo se originó por la necesidad que tiene el sector de las cajas de compensación familiar, de mejorar su competitividad y rendimiento financiero en los distintos planes que ofrece la empresa COMFAMILIAR en el departamento del Atlántico. En concreto, la investigación presentada tiene como finalidad, establecer una propuesta instructiva que permita evidenciar la situación financiera que ha presentado la empresa durante los periodos 2017 y 2018, para contribuir a establecer los factores que la afectan y a partir de ahí, diseñar planes de acción que mejoren los indicadores y generen mayor valor económico agregado. Es importante la aplicación del método de Valor Económico Agregado (EVA) en las Cajas de Compensación, dada que por su naturaleza, son personas jurídicas de derecho privado sin ánimo de lucro, organizadas como corporaciones en la forma prevista en el Código Civil, cumplen funciones de seguridad social y se hallan sometidas al control y vigilancia del Estado en la forma establecida por la ley, cuya principal función es la administración del Subsidio Familiar; razón por la cual deben administrar eficientemente estos recursos para ser competitivos y tener responsabilidad social y buena gestión empresarial, en lo contable, comercial, operativo, administrativo y financiero.

Palabras clave: creación de valor, cajas de compensación, análisis financiero, factores.

ABSTRACT

This work originated from the need of the family compensation fund sector to improve its competitiveness and financial performance in the different plans offered by the COMFAMILIAR company in the department of Atlántico. Specifically, the purpose of the research presented is to establish an instructive proposal that allows evidence of the financial situation that the company has presented during the periods 2017 and 2018, to help establish the factors that affect it and from there, design action plans that improve the indicators and

³⁴ Fredy Julián Gómez Pedroza - Ingeniero Financiero, Especialista en Gerencia Publica, Magister en Administración de Empresas,

³⁵ Heidy Margarita Rico Fontalvo, Magister en Administración de empresas e innovación, Docente investigadora, Corporación Universitaria Americana, Barranquilla - Colombia; Grupo de investigación Gisela, hrico@coruniamericana.edu.co  <https://orcid.org/0000-0003-4509-6117>.

³⁶ Enrique Carlos Mendoza Manotas - Estudiante de Grado del programa de Contaduría. Semillero Proyectando Futuro. Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO. emails emendozaman@uniminuto.edu.co

³⁷ Elkyn Rafael Lugo Arias Magister en Economía, Docente Investigador Corporación Universitaria Minuto de Dios. Director del

Grupo DESOGE. e-mail: elkyn.lugo@uniminuto.edu.co.  <https://orcid.org/0000-0002-7049-4451>

³⁸ Luis Eduardo Manotas Cabarcas - Docente Investigador Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO. emails lmanotascab@uniminuto.edu



generate greater added economic value. It is important to apply the Economic Value Added (EVA) method in the Compensation Funds, given that by their nature, they are non-profit private law legal persons, organized as corporations in the manner provided in the Civil Code, they fulfill functions of social security and are subject to the control and surveillance of the State in the manner established by law, whose main function is the administration of the Family Allowance; reason for which they must efficiently manage these resources to be competitive and have social responsibility and good business management, in accounting, commercial, operational, administrative and financial matters.

Keywords: value creation, compensation funds, financial analysis, factors.

INTRODUCCIÓN

En este trabajo de investigación se observa la necesidad que afronta las cajas de compensación familiar, para mejorar su rentabilidad y competitividad en las diversas áreas y servicios que presta la entidad COMFAMILIAR en el departamento del Atlántico, pero en si el objetivo de esta investigación es determinar una propuesta instruccional que permita determinar la situación financiera que presenta la entidad en los años 2017-2018, para de esta manera poder establecer aquellos ítems que afectan sus razones financieras que las desmejoran y a partir de estos determinar unos pasos a seguir que nos permitan mejorar los indicadores y sobre todo generen un valor Económico Agregado.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Se puede observar el resumen del estado de la situación financiera de la empresa COMFAMILIAR, en el periodo 2017-2018, muestra un aumento excesivo de los pasivos de casi 15 mil millones de pesos en el 2018, con respecto al 2017. Dicho aumento del 27% en los pasivos es mucho mayor que el crecimiento de los activos (13.1%) y del patrimonio, el cual fue de 4%.

Tabla 1, variación del, activo, pasivo y patrimonio de COMFAMILIAR, 2017-2018 (en miles de millones)

	Año 2018	Año 2017	Incremento
Activo	152.281.383	134.583.107	13.1%
Pasivo	64.780.420	50.611.663	27.9%
Patrimonio	87.500.963	83.971.444	4.2%

FUENTE: estados financieros de COMFAMILIAR ATLANTICO

Esta situación financiera, presentada puede ser producto de decisiones estructurales, las cuales pueden ser: un aumento de la inversión para el crecimiento de este sector frente a la competencia, donde la empresa podría estar asumiendo un mayor riesgo en invertir en la expansión de la empresa o también podría ser una decisión administrativa de endeudamiento no oportuna e innecesaria o de invertir en propiedad, planta y equipo, lo cual hace que



aumenten los pasivos y el costo de capital, situación que disminuye la rentabilidad y las utilidades para sus accionistas. Dada esta situación, se realiza la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué factores son determinantes para aumentar la creación de valor económico agregado en la empresa COMFAMILIAR en el departamento del Atlántico?

La meta de cualquier empresa es buscar elevar el valor de la empresa a través de maximizar las utilidades para los accionistas, equilibrar el pasivo y el patrimonio a fin minimizar los niveles de riesgo y tener una liquidez adecuada para afrontar los compromisos del corto plazo, es en esta búsqueda que se comienza el verdadero reto de hallar el valor de la empresa e interpretarla, para lo cual se tiene dos planteamientos: el tradicional a través de los Indicadores Financieros, que si bien son razones claras y fáciles de calcular, reducen su efectividad como instrumentos de medición de riqueza y el Valor Económico Agregado (EVA), el cual es una herramienta que trata de contrarrestar las limitaciones de estos indicadores al valorizar y evaluar el desempeño de la gestión a través de la creación de valor.

OBJETIVO GENERAL

Determinar los factores económicos que inciden en la creación de valor agregado para la empresa COMFAMILIAR en el departamento del Atlántico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los factores o rubros económicos dentro de los estados financieros que inciden en el proceso de operación, gestión, y funcionamiento de los servicios de la empresa COMFAMILIAR en el departamento del Atlántico.
- Estimar los indicadores financieros de creación de valor empresarial: capital invertido, Ebitda, CPPC, ROI y EVA de la empresa COMFAMILIAR en el departamento del Atlántico.

REFERENTE TEORICO

El valor económico agregado o utilidad económica es el producto obtenido por la diferencia entre la rentabilidad de sus activos y el costo de financiación o de capital requerido para poseer dichos activos. EVA es más que una medida de actuación, es parte de una cultura: la de Gerencia del Valor, que es una forma para que todos los que toman decisiones en una empresa se coloquen en una posición que permita delinear estrategias y objetivos encaminados fundamentalmente a la creación de valor.

EVA es una variante del ingreso residual comercializado por Stern Stewart & Co., una firma consultora de Nueva York, con el propósito de promover un comportamiento que maximice el valor en los gerentes corporativos. Este artículo revisa el sistema EVA a la luz de este propósito. Primero, describe la justificación del uso de los ingresos residuales en la "gestión basada en el valor", destacando las posibles deficiencias de los ingresos residuales como un indicador de rendimiento de un solo período. En segundo lugar, considera los ajustes a la contabilidad basada en los PCGA recomendados por Stern Stewart para producir una versión



económicamente más significativa del ingreso residual (EVA) que pueda servir como un indicador efectivo del desempeño de un solo período. Tercero, examina el enfoque de Stern Stewart para establecer los puntos de referencia de EVA. Finalmente, revisa la lógica detrás del uso del "banco de bonos" para separar la concesión de bonos basados en EVA del pago de dichos bonos, O'Hanlon (1998).

“Aunque el concepto del EVA se remonta a hace más de un siglo, su denominación reciente como EVA tiene poco tiempo, no más de dos décadas, la cual se debe a la firma Stern Stewart & Co., quien la tiene registrada como marca propia. No obstante, autores tan conocidos en el ámbito administrativo como Peter Drucker y otros, han llegado a establecer ideas muy parecidas al concepto de EVA desde hace varias décadas, al indicar que mientras un negocio no genere un rendimiento superior al costo de capital incurrido para obtener sus recursos, no estará generando realmente ganancias. Otra firma como McKinsey & Co. Ha manejado este mismo concepto bajo la denominación de Beneficio Económico.”

A lo largo de la investigación se muestra como el EVA de ser un valor para la creación económico agregado, para algunos no puede serlo, como muestra el profesor Fernández, P (2001), del departamento de Dirección Financiera de IESE Business School, en su artículo nos muestra que el Eva no mide la creación de valor para accionistas, nos dice que varias consultoras proponen el EVA (economic value added) para medir la creación de valor para los accionistas, y definen el EVA como el beneficio antes de intereses menos el valor contable de la empresa multiplicado por el coste promedio de los recursos. En la publicidad de Stern Stewart & Co (1991), *The Quest for Value*, destacan afirmaciones como las siguientes:

- El EVA es la medida que tiene en cuenta correctamente la creación o destrucción de valor de una empresa.
- Hay evidencia de que aumentar el EVA es la clave para aumentar la creación de valor de la empresa.
- El EVA es el parámetro que más relación guarda con la creación de valor para los accionistas a lo largo del tiempo.

En una comunicación de febrero de 1998 de la dirección de Monsanto a sus empleados se puede leer: "cuanto mayor es el EVA, mayor es el valor que se ha creado para nuestros accionistas". Sin embargo, la evidencia de que el EVA no es una buena medida de la creación de valor para los accionistas es abrumadora. Fernández (2004), Griffith (2004), Malmi e Ikaheimo (2003), Riceman, Cahan y Lal (2002), Biddle, Bowen y Wallace (1999), y Vélez-Pareja (2001), entre otros, muestran que la pretensión de que el EVA mida la "creación de valor" de la empresa en cada periodo es un tremendo error: este parámetro puede tener cierta utilidad para proponer objetivos a los directivos y a las unidades de negocio, pero no tiene ningún sentido dar al EVA el significado de creación de valor en cada periodo.



METODOLOGIA

El método utilizado en la investigación es: Cuantitativa y de carácter descriptivo, La investigación se basa en un estudio y análisis de la entidad COMFAMILIAR de la cual dé a través de diferentes procedimientos basados en la medición hallan los resultados buscados. Este tipo de metodología permitió un mayor nivel de control e inferencia que otros tipos de investigación, siendo posible realizar experimentos y obtener explicaciones contrastadas a partir de hipótesis. Los resultados de esta investigación se basan en los estados financieros de la entidad.

Análisis de estados financieros el conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación financiera y económica de la empresa y su perspectiva futura a fin de poder tomar decisiones adecuadas. De esta forma desde una perspectiva interna, la dirección de la empresa puede ir tomando decisiones que corrijan los puntos débiles que puedan amenazar su futuro, al mismo se saca provecho de los puntos fuertes para que la empresa desde una perspectiva externa, esta técnica es de gran utilidad para aquellas personas interesadas en conocer la situación económica, financiera y evolución previsible de la empresa, tales como: entidades financieras, accionista, proveedores, clientes, analistas financieros, inversores, etc.

Se considera que la comprensión de la realidad económico-financiera de las empresas del territorio requiere de un proceso de problematización, en la cual nosotros como estudiantes podamos ejercitando en busca de una solución y desarrollar a la vez su capacidad para deducir e inducir, formular hipótesis e incluso experimentar el resultado de sus formulaciones intelectuales. La relación de los estudiantes con la empresa y los hechos económicos, su conocimiento de la realidad y financiera facilita la exploración científica y el conocimiento más profundo de la entidad.

El análisis de la realidad económica, contable y financiera de las empresas evidencia que, a diario, los contadores se enfrentamos a necesidades, resuelve problemas contables y financieros, realiza variadas operaciones intelectuales. Esto es posible debido a los conocimientos que posee y que existen como realidad económica en su conciencia individual y colectiva. Antes de tomar una decisión acerca del registro de un hecho económico determinado, el contador lleva a cabo un conjunto de reflexiones y análisis que la permiten optar por uno en específico, entre varias alternativas, para resolver una situación económica determinada o asumir una actitud. El contador se informa, hace un inventario de posibilidades, formula hipótesis de desarrollo, analiza implicaciones y decide.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN PARCIALES O FINALES .

Indicadores de creación de valor económico de la empresa comfamiliar

Para calcular la creación del valor económico agregado de la entidad comfamiliar, se calculan los indicadores de creación de valor, los cuales son: el capital invertido, el costo promedio ponderado del capital, el retorno operacional de la inversión y el valor económico agregado EVA.



Capital invertido

La definición más básica de capital invertido o de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente se conoce como activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios). La empresa para poder operar requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

Para determinar el capital de trabajo de una forma más objetiva, se debe restar de los activos corrientes, los pasivos corrientes. De esta forma se obtiene lo que se llama el capital de trabajo neto contable. Esto supone determinar con cuántos recursos cuenta la empresa para operar y se pagan todos los pasivos a corto plazo.

Ecuación 4. Capital de trabajo.

Capital de trabajo = Activos corrientes - Pasivos corrientes.

Tabla 31, datos del estado de situación financiero de COMFAMILIAR 2018, 2017

Concepto	2018	2017
Total Activo corriente	42.988.331	35.133.166
Total Pasivo corriente	39.714.325	33.549.654
Capital invertido	3.274.006	1.583.512

FUENTE: Comfamiliar

Costo promedio ponderado del Capital (CPPC o WACC)

Este valor es un dato fundamental para el proceso de toma de decisiones de inversión. El cálculo se realiza multiplicando el costo específico de cada forma de financiamiento por su proporción en la estructura de capital de la empresa y sumando los valores ponderados. Para hallar este valor se ha considerado la siguiente fórmula:

Ecuación 5. Costo promedio ponderado del Capital (CPPC o WACC).

CPPC = (% Costo de la deuda (% deuda) x (1-T)) + (% Costo de capital X (% patrimonio))

CPPC = % Costo de la deuda (pasivo/activo) x (1-T) + % Costo de capital x (patrimonio/activo).

CPPC = % Costo sobre los pasivos después de impuesto + % Costo sobre el patrimonio.

Dónde:



CPPC, es el costo promedio ponderado del capital
 T es igual al impuesto de renta que es el 35%.
 Costo de la deuda es = ((obligaciones financieras/pasivo) *100)

Calculando el CPPC para el año 2018, se tiene:

$$\text{CPPC} = (27.40 \% (42.54\%) \times (1-0.35)) + (2.6205\%) \times (57.46\%)$$

$$\text{CPPC}_{2018} = 7.57 \% + 1.50\%.$$

CPPC₂₀₁₈ = 7.68%

Calculando el CPPC para el año 2017, se tiene:

$$\text{CPPC} = (\text{Costo de la deuda } (\% \text{ deuda}) \times (1-T)) + (\% \text{ Costo de capital } \times (\% \text{ patrimonio}))$$

$$\text{CPPC} = 25.90\% (37.61\%) \times (1-0.35) + 0.8153\% \times (62.39\%).$$

$$\text{CPPC}_{2017} = 6.33\% + 0.50 \%$$

CPPC₂₀₁₇ = 6.36 %

Se observa que el costo promedio ponderado del capital fue menor en 2017, con 6.72%, lo cual indica que la empresa tuvo que asumir menor gasto financiero o riesgo, (en este caso las obligaciones financieras).

Retorno Operacional de la Inversión (ROI)

El índice de retorno sobre la inversión (ROI por sus siglas en inglés) es un indicador que mide la rentabilidad de una inversión. Se trata de la relación que hay entre la utilidad neta y la inversión.

Ecuación 6. Retorno Operacional de la Inversión (ROI).

$$\text{ROI} = \text{Remanentes del ejercicio} / \text{Capital invertido}$$

Tabla 32. ROI de la entidad COMFAMILIAR, 2018-2017

CONCEPTOS	2018	2017
Remanentes del ejercicio	2.292.995	684.672
Capital Invertido	3.274.006	1.583.512
ROI = Remanentes del ejercicio/Capital invertido	70.03%	43.24%

En la tabla, se observa que el remanente del ejercicio sobre el capital invertido fue de 70.03% en 2018, mientras que, en 2017, fue menor con 43.24%. La definición anterior es igual al indicador ROI, el cual quiere decir, que, por cada peso de capital invertido por la empresa, esta obtuvo 70.03 centavos en 2018 y 43.24 centavos en 2017 de utilidad neta.



Valor económico agregado (EVA)

El Valor Económico Agregado (EVA) es el importe que queda en una empresa una vez cubiertas la totalidad de los gastos y la rentabilidad mínima proyectada o estimada, Federico Li Bonilla (2016), académico de la Escuela de Ciencias de la Administración de la Universidad Estatal de Costa Rica. Este es un método de desempeño financiero para calcular el verdadero beneficio económico de una empresa. Además, el EVA considera la productividad de todos los factores utilizados para realizar la actividad empresarial, Bonilla (2016). Por otro lado, la Universidad EAFIT, define al EVA como una medida absoluta de desempeño organizacional que permite apreciar la creación de valor, la cual también permite medir la calidad de las decisiones gerenciales. El Eva se compone de factores que determinan el valor económico como: crecimiento, rentabilidad, capital de trabajo, costo de capital, impuestos y activos de largo plazo.

En texto del CPC Mario Apaza Meza menciona que Peter Drucker comento: “El EVA está basado en algo que hemos sabido por largo tiempo: aquello que en los estados financieros denominados utilidades, usualmente no representan verdaderas utilidades. Hasta que un negocio no genere una utilidad superior al costo de capital”. Deduciendo la formula esta se puede presentar de la siguiente forma:

Ecuación 7. Valor Económico Agregado (EVA).

$$\text{EVA} = (\text{ROI} - \text{CPPC}) * \text{Capital Invertido}$$

Tabla 33. EVA de la entidad COMFAMILIAR, 2018-2017

CALCULO DEL EVA	2018	2017
ROI	70.03%	43.24%
CPPC	7.68 %	6.36%
ROI – CPPC	62.35%	36.88%
Capital Invertido	3.274.006	1.583.512
EVA = (ROI - CPPC) * Capital Invertido	2.041.342,7	583.999,2
Incremento del EVA 2018	249.55%	-----

Se debe tener presente que la diferencia del (ROI - CPPC) es un valor determinante para que una empresa genere valor, de lo que se desprende la siguiente regla de decisión:

Según las tablas anteriores, la entidad COMFAMILIAR, generó un valor económico de \$2.041.342 (miles de millones) en 2018, muy por encima de lo generado en el 2017, el cual en comparación al 2018, es muy bajo, con tan sólo \$583.999 (miles de millones) de valor económico agregado generado en 2017, mostrando que en el año 2018 la entidad COMFAMILIAR creó valor agregado más de lo esperado que en el año anterior, generando un incremento de 249.55%.



Tabla 34. Creación de valor de la entidad COMFAMILIAR, 2018-2017

Comparación	Resultado
ROI > CPPC	Genera valor
ROI = CPPC	No crea ni destruye valor
ROI < CPPC	Destruye valor

CONCLUSIONES

- ✓ Una empresa orientada al éxito debe buscar aumentar su Valor Económico Agregado de manera sostenida en el tiempo.
- ✓ Para maximizar el valor económico agregado, debe buscarse eficiencias operativa y financiera, a través de acciones estratégicas como: aumentar los ingresos operacionales y reducir los gastos operacionales.
- ✓ Los resultados del EVA para el año 2018 fueron favorables para la entidad, creando un aumento de más del 100% en la creación de valor.
- ✓ Uno de los puntos favorables para la entidad COMFAMILIAR en la creación de valor fue el aumento del capital invertido, aumentando en el año 2018 cuentas del activo corriente como las cuentas de deudores y Fondos de Ley con destinación específica.
- ✓ En la segunda parte del proyecto de investigación se aplican métodos como el ROE, ROA, relación beneficio costo y sistema Dupont para estimar la rentabilidad de la entidad en los años 2018 y 2017, dando resultados favorables para la entidad en el año 2018, respecto al año 2017.
- ✓ Los índices de creación de valor económico de la empresa, tales como: el capital invertido, ROI, CPPC y EVA, fueron importantes para evaluar la empresa sin distorsiones contables y determinaron la generación del valor del capital invertido en el periodo de estudio, 2017-2018.
- ✓ El valor económico agregado, es uno de los mejores indicadores más completos para la búsqueda del aumento en el valor de la empresa, es un indicador financiero que analiza el valor generado por encima del costo de capital y los gastos, creando incentivos que motivan tanto a los directivos como a los demás empleados.
- ✓ El EVA indudablemente ha demostrado funcionar como un indicador financiero que analiza con rapidez y viabilidad los recursos generados a consecuencia de las acciones realizadas por los inversionistas, complementando satisfactoriamente la información suministrada por otras técnicas y procedimientos de análisis tradicionales, utilizadas con vistas al logro de una mejor comprensión y conocimiento de la realidad y salud económico-financiera de la empresa.

RECOMENDACIONES

Una recomendación es el de bajar un 5% los costos operacionales, como los costos de ventas y de prestación de servicios de mercadeo, estos son los costos incurridos en la adquisición, manejo y venta de bienes y productos que no sufren transformación, de adquirir estos bienes



con más frecuencias y más cantidades para que las entidades les puedan hacer descuento en cada compra que realice.

BIBLIOGRAFIA

- Izar, J (2007), Contabilidad Gerencial, Edition: 1, Chapter: 10, Publisher: Editorial Trillas, pp.23-27.
- Drucker, P (1995), La administración en una época de grandes cambios.
- McKinsey & Co.: Gestión del conocimiento y el aprendizaje. Harvard Business School Caso 396-357, junio de 1996.
- J. A. Pabón-León, L. M. Bastos-Osorio, J. M. Mogrovejo-Andrade (2015). “Valor económico agregado en las empresas del sector industrial manufacturero de Cúcuta periodo 2008-2012”, Respuestas, vol. 20, no. 2, pp. 54-72.
- Mamani, H (2017), impacto del valor económico agregado en las decisiones financieras de la empresa san gabán s.a., periodo 2014 – 2015, Tesis para optar el título de contador público.
- Small, J. (2018). Análisis de la generación del valor (EVA) de las principales inmobiliarias del Perú (Trabajo de Suficiencia Profesional de licenciatura en Administración de Empresas). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Administración de Empresas. Lima, Perú.



FACTORES ECONÓMICOS PARA LA NO IMPLEMENTACIÓN DE LAS NORMAS INTERNACIONALES FINANCIERAS NIIF EN LAS INSTITUCIONES DEL SECTOR SALUD DE BARRANQUILLA COLOMBIA

*Ana Elena Mugno Noriega³⁹, Luis Fernando Landázury Villalba⁴⁰,
Tania Marina Baquero Suárez⁴¹, Merlys Tafur Campo⁴²*

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue determinar los factores económicos que incidieron para que no se implementarán las Normas Internacionales Financieras NIIF en las Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud (IPS) de Barranquilla, reportadas en el Registro Especial de Prestadores de Servicios de Salud (REPS) de Barranquilla Colombia, utilizando la teoría de la contabilidad y el control, en esta se utilizaron las teorías de los sistemas de información, las finanzas, la contabilidad y el control de los conglomerados empresariales, entre pequeñas, medianas y grandes empresas, donde se recolectó información a través de formularios dirigidos al responsable del proceso de convergencia a NIIF designado, gerente, revisor fiscal y/o representante legal de las IPS con relación al objeto de investigación, donde se determinó una muestra de 110 de un total de 555 IPS, siendo 38 instituciones las que se prestaron para realizar las encuestas, en las cuales se encontró que 15 IPS, entre ellas 1 pública y 14 privadas, no han implementado las NIIF.

Palabras clave: Normas Internacionales Financieras NIFF, Normas de Aseguramiento de la Información NAI, Servicios Médicos, Otras normas e información financiera (ONI), Sistema General de la Seguridad Social.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the economic factors that affected the non-implementing of IFRS International Financial Standards in Barranquilla's Health Service Providing Institutions (IPS), reported in Barranquilla Colombia's Special Register of Health Service Providers (REPS), using accounting and control theory, this used the theories of

³⁹ Ana Elena Mugno Noriega es Administradora de Empresas y Contadora Pública. Magister en Gestión de la Tecnología Educativa. Especialista en Revisoría fiscal y Auditoría externa. Especialista en la Administración de la informática Educativa. Docente Investigador Universitario del Programa de Contaduría Pública modalidad virtual de la Corporación Universitaria Americana (Atlántico – Barranquilla). Investigadora Junior categorizada en MinCiencias. Barranquilla, Colombia. E-mail: annymug@hotmail.com Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0002-2027-8259>

⁴⁰ Luis Fernando Landázury Villalba es Contador Público. Candidato a Doctor en, Magister en Administración de Empresas e Innovación. Especialista en Revisoría Fiscal. Docente Investigador Universitario del Programa de Contaduría Pública modalidad virtual de la Corporación Universitaria Americana (Atlántico – Barranquilla). Investigador Asociado categorizado en MinCiencias. Barranquilla, Colombia. Email: llandazury@coruniamericana.edu.co Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0003-1190-4171>

⁴¹ Tania Marina Baquero Suárez es Abogada. Doctora en Ciencias Políticas. Magister en Derecho. Especialista en Sistemas de Calidad y Auditoría de Servicios de Salud. Especialista en Derecho Administrativo. Especialista en Gerencia Tributaria. Docente Investigador Universitario de Pregrado y Postgrados de Contaduría Pública en la Corporación Universitaria Americana (Atlántico – Barranquilla). Par Evaluador e Investigadora Junior categorizada en MinCiencias. Barranquilla, Colombia. E-mail: tamabasu@yahoo.com Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0002-1881-7567> Id SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57219439621>

⁴² Merlys Tafur Campo es Contadora Pública. Magister en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas. Especialista en Gerencia Tributaria. Docente Investigador Universitario del Programa de Contaduría Pública modalidad virtual de la Corporación Universitaria Americana (Atlántico – Barranquilla). Investigadora categorizada en MinCiencias. Barranquilla, Colombia. mtafur@coruniamericana.edu.co Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0001-9709-0943>



information systems, finance, accounting and control of business conglomerates, between small, medium and large enterprises, where information was collected through forms addressed to the head of the convergence process to designated IFRS, manager, tax reviewer and/or IPS legal representative in relation to the subject matter of investigation, where a sample of 110 of a total of 555 IPS, with 38 institutions providing surveys, in which 15 IPSs, including 1 public and 14 private IPSs, were found not to have implemented IFRS.

Keywords: NIFF International Financial Standards, NAI Information Assurance Standards, Medical Services, Other Standards and Financial Information (ONI), General Social Security System.

INTRODUCCIÓN

Colombia fue uno de los últimos países latinoamericanos en aplicar las Normas Internacionales de Información Financiera, por esta razón, es de nuestro interés determinar cuáles fueron los factores extrínsecos e intrínsecos que incidieron durante el proceso de transición hasta la implementación de las normas internacionales de información financiera en las IPS de Barranquilla, en el año 2017. Los resultados de este estudio podrán servir para fortalecer los mecanismos de adaptación y mejorar el acompañamiento a las compañías, tal como se indica Landazury, L. Ballestas, A. Lugo, E. Maya Pabón, Raúl. Jay, W. Bertel, G. Tafur, M. Durango, Elkin. Barriento, E. Baquero Suárez, Tania M. Mosquera R. Sandoval, Jessica. Sandoval, Rigail (2020).

Según el Consejo Técnico De Contaduría Pública (2015) y el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad IASB, (2015), en Colombia la prolongación de la crisis financiera internacional, originada actualmente de la deuda de los países europeos, aunado a la entrada en vigencia de los TLC, entre los cuales se encuentran los de Corea del Sur, EE UU y la Unión Europea, y el desarrollo de la Ley 1314 del 2009, ocasionaran nuevos y profundos cambios en el ejercicio profesional como condiciones fundamentales para afrontar con éxito los fluctuantes, complejos y permanentes desafíos del entorno, así mismo el evento que hoy vivimos en la pandemia Covid-19 como aseguran Baquero y Liñán (2020). La Ley 1314 dispuso la implementación de las normas contables para mejorar la productividad, la competitividad y el desarrollo armónico de la actividad empresarial (Consejo Técnico De Contaduría Publica, 2015)

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

El aplazamiento de la entrada en vigencia de la norma de convergencia se concedió con el objeto de que las instituciones que hacen parte del Sistema General de Seguridad Social (SGSS), se prepararán para poder cumplir con la norma al primero de enero del 2017, fecha en la que se venció el plazo. Considerando que todas las Instituciones de prestadoras de servicios de salud, tanto públicas como privadas debieron realizar la transición a estándares internacionales y abandonar los principios contables colombianos tal como lo estipula la normatividad vigente



Teniendo en cuenta todo lo anterior, se hace necesario plantear el siguiente interrogante de investigación así:

Pregunta problema

¿Cuáles fueron los factores que tuvieron incidencia en la implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera NIIF en las instituciones de salud en Barranquilla, año 2017?

Justificación del Problema

En relación con la investigación en estudios se presentan varias investigaciones o antecedentes sobre las categorías: tomas de decisiones e informe financiero, según Torres (2015), en su estudio sobre la implementación de las NIIF en Colombia, recalca que cuando comenzó este proceso, específicamente en la etapa de transición hacia las NIIF a partir del 1 de enero de 2014, vinieron una serie de etapas siguientes, que trajeron a su vez unas implicaciones rigurosas, puesto que en cada una de ellas, se dieron los primeros pasos para explorar la realidad de las NIIF. Esto, se gestó previo a todo un proceso de preparación que inició con la ley 1314 de 2009 como se ha mencionado anteriormente.

Hace más de 14 años empezó en Europa la implementación de las NIIF, fungiendo este continente como punto de referencia y/o partida para que los demás países la implementaran, convirtiéndose en el mediano y largo plazo, en una tendencia que ha ido creciendo a nivel internacional (Landázury, et al. 2018; Lugo, et al. 2018; Sáenz, et al., 2019).

OBJETIVO GENERAL

Analizar los factores económicos intrínsecos y extrínsecos que incidieron en la no implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera NIIF en las Instituciones del Sector Salud de Barranquilla, en el año 2.017.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el promedio del costo en que incurrieron las instituciones de salud durante el proceso de transición e implementación de las NIIF
- Categorizar las principales dificultades que las instituciones prestadoras de servicios de salud enfrentaron durante las etapas de transición y que influyeron en la implementación de las NIIF
- Fortalecer los mecanismos de adaptación de las instituciones a las exigencias normativas vigentes, mejorar el acompañamiento a las compañías durante el proceso de transición y crear a futuro un protocolo de transición que permita acelerar los procesos de implementación

REFERENTE TEORICO

Existen artículos como el de convergencia y adopción de NIIF en Latinoamérica: un análisis de afinidad Vásquez, Carril & Pascual (2013), confluyen a dar como interpretación que, en lo que respecta a la secuencia de análisis de las medianas de las principales razones financiera



y cifras contables calculadas bajo normas mexicanas y las NIIF, no existe una diferencia significativa en los indicadores financieros. Las consideraciones que Hincapié (2017) expone sobre los efectos en los estados de resultados de los grandes contribuyentes en Colombia frente a la implementación de las normas internacionales de información financiera, es tan valioso y fundamental, porque gracias a la contribución que ellos realizan, logran establecer una comparación, de tal manera, que reúnen conjuntamente algunas secciones de las NIIF, donde luego de analizar las características particulares que poseen, las confrontan con las Regulaciones Contables en Colombia más relevantes.

METODOLOGIA

TIPO DE ESTUDIO

Se realizará un estudio descriptivo de corte transversal de tipo mixto, en el que se considerarán los factores cuantitativos y cualitativos, así como intrínsecos como extrínsecos, que influyeron en la implementación de las NIIF en las Instituciones Prestadoras de Servicios de salud en el año 2.017 en la ciudad de Barranquilla.

POBLACION DE ESTUDIO

Se tomará como universo, las instituciones prestadoras de servicios de salud, reportadas en el Registro Especial de Prestadores de Servicios de Salud de Barranquilla, según información de la base de datos de las Entidades Departamentales y Distritales de Salud, en la cual se efectúa el registro de los Prestadores de Servicios de Salud que prestan integralidad en su atención, con fecha de corte al 30 de Julio de 2.017, calculándose en 555 IPS entre públicas y privadas, para efectos de establecer el tamaño muestral se tomaron 110 instituciones, clasificándolas según su naturaleza en 3 para las instituciones públicas y 107 para las instituciones privadas. En la tabla 1, se muestra el universo de 107 instituciones prestadoras de servicios de salud de naturaleza privada, inscritas en el REPS de Barranquilla.

CRITERIOS DE INCLUSIÓN

Se tomó como criterio de inclusión a todas las Instituciones prestadoras de servicios de salud integrales, clasificadas según su nivel de complejidad del I-IV Nivel y las Instituciones de naturaleza privadas que prestan servicios considerados como atractivos para exportar en el mercado extranjero: Laboratorios, odontológicos, oftalmología y cirugía plástica y estética

CRITERIOS DE EXCLUSIÓN

Se excluirá de este estudio aquellas Instituciones Prestadoras de Servicios de salud que manifiesten no estar interesadas en participar en el estudio.

PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

En el desarrollo de la investigación, la recolección de la información se tomará de fuentes primarias para lo que se aplicarán encuestas a través de formularios, aplicados personalmente, por correo o a través de llamadas telefónicas, dirigidas al responsable del proceso de convergencia a NIIF designado, gerente, revisor fiscal y/o representante legal de las instituciones incluidas en este estudio con relación al objeto de investigación. (Ver anexo 1. Instrumento para la recolección de la información).



PROCESAMIENTO DE DATOS

Para el procesamiento y análisis de la información se tabularán los datos en Excel. Se presentarán los resultados a través de tablas y gráficos en concordancia con la naturaleza de las variables. Para el análisis e interpretación de los datos se tuvieron en cuenta las medidas de tendencia central, en el marco de la estadística descriptiva.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Este estudio se llevará a cabo con personal que labora en el área Financiera o de Administración y Finanzas (usuarios de la información como contadores públicos, gerentes, representante legal, revisor fiscal y demás personas encargadas de la preparación de estados financieros) de las IPS registradas en el REPS en la ciudad de Barranquilla., que deseen participar en este proyecto, a través de encuestas que serán tabuladas para responder a los objetivos generales y específicos del presente estudio.

En Colombia y en el mundo, sobre la temática de la convergencia a Normas Internacionales de Información Financiera, se hicieron búsquedas fundamentadas que fueron realizadas por Instituciones o entes de credibilidad y rigor científico, como el Consejo Técnico de Contaduría Pública (CTCP), Instituto Nacional de Contadores Públicos (INCP), Grupo Latinoamericano de Emisores de Normas de Información Financiera (GLENIF), Ministerio de Industria y Comercio, Ministerio de Salud, en las cuales no se encuentran estudios puntuales referentes a esta problemática que se relacionen con el análisis de los factores relacionados en la implementación de las normas internacionales de información financiera en las instituciones del sector salud, sino más orientados al impacto de su implementación.

CONCLUSIONES

El escenario que afrontaron las instituciones prestadoras de servicios de salud de la ciudad de Barranquilla, en el camino que los condujo a llevar a sus entidades a la estandarización de los procesos contables, como herramienta homogeneizadora global de la información contable fue tortuoso y difícil de superar, algunos lo lograron, otros se quedaron a medio camino y otro tanto no han podido iniciar el proceso, a pesar de la extensión en las fechas de aplicación otorgadas a este sector.

Con este estudio se logró determinar cuáles fueron los factores extrínsecos e intrínsecos que incidieron durante el proceso de transición hasta la implementaciones de las normas internacionales de información financiera en las IPS de Barranquilla, en el año 2017, el más frecuente estaba relacionado con el costo que representaba para las empresas su implementación, por la estructura contable de las compañías, por el desconocimiento de los nuevos estándares financieros contables, por las capacitaciones no efectivas, a razón de que en nuestro país no existían expertos capacitadores en la norma, la falta de apoyo por parte de los gerentes, siendo este un factor de vital importancia.

La convergencia no es exclusiva al área de financiera de la entidad, se requiere del compromiso y la participación de todas las áreas de la empresa encabezadas por el Gerente,



fueron los determinantes intrínsecos de los prestadores analizados, adicionalmente se reveló falta de claridad en la norma, considerando que algunos parámetros establecidos en ella no eran consecuentes con el sector salud, para los usuarios de la información de las IPS estudiadas. Para los prestadores que aún están en el proceso o que no han iniciado se les reveló los beneficios que la implementación de la norma traía para sus empresas, en cuanto a la posibilidad de atravesar fronteras mediante la prestación del servicio de salud a extranjeros, por consiguiente, aumentando el valor de su empresa.

RECOMENDACIONES

Para el sector empresarial, en cabeza de los gerentes, se les invita a:

- Asumir el reto de inserción de su empresa en el mercado internacional y ofertar servicios de atención médica integral en especial para las entidades clasificadas de III y IV nivel de complejidad, aprovechando los espacios de hospitalización, las que se pueden habilitar con todos los elementos requeridos para mayor confort durante la estadía de pacientes y/o realizar inversiones teniendo en cuenta el costo-beneficio al adecuar la infraestructura con hotelería especializada, logrando facilitar la estadía y atención durante su tratamiento. Así mismo los prestadores que ofrecen servicios odontológicos, de laboratorio, oftalmología, cirugía plástica y estética, luego de la implementación de la norma internacional de información financiera.
- Implementar estrategias que les permita reunir los recursos necesarios para adquirir los servidores, programas y personal capacitado para iniciar con las etapas que conduzcan a sus entidades, lograr la implementación de la Norma Internacional de Información Financiera.
- Al Gobierno Nacional se solicita que brinde apoyo:
- En materia de capacitación en exportación de servicios y poner en conocimiento de los empresarios los beneficios arancelarios y de impuestos a la renta a los que pueden acceder por ofrecer sus servicios en el exterior, para que cumpla con las expectativas de la norma y logre acceder al mercado de capitales presentando información financiera transparente, confiable y comparable con empresas internacionales que pertenezcan al mismo sector a nivel global.
- Realizar una nueva extensión en los plazos a las entidades del sector salud que a la fecha no han realizado la convergencia a NIIF, ser indulgentes y perdonar las posibles sanciones y/o multas a que haya lugar por el incumplimiento, luego de evaluar sus circunstancias socioeconómicas.
- Solicitar un mayor acompañamiento, orientación en los procesos de planeación, transición y aplicación de la NIIF por parte del Consejo Técnico de Contaduría Pública a los preparadores de la información financiera en las Instituciones de Prestación de servicios de salud de la ciudad.

BIBLIOGRAFIA

- Álvarez, (2015). Conveniencia de la aplicación de las NIIF en entidades sin ánimo de lucro en Colombia. MBA en Administración. Universidad Eafit - Escuela de Administración, Pereira.



- Baquero, É. E. S. (2013). Efectos de la implementación de la NIIF para las PYMES en una mediana empresa ubicada en la ciudad de Bogotá. Cuadernos de contabilidad, 14(35), 395-414.
- Baquero Suárez, T., & Liñán Solorzano, A. (2020). Incidencia de la pandemia covid-19 en la economía del Estado colombiano / Incidence of covid-19 pandemic in the Colombian state economy. Utopía y Praxis Latinoamericana, 25(1), 292-302. Recuperado de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/article/view/34181>
- Batista, F. M. (2014). Modelo de adaptación de las Normas Internacionales de Información Financiera a la estructura patrimonial de las cooperativas panameñas. Gestión Joven, (12), 2.
- Benítez, (2015) Impacto de las NIIF en el tratamiento del capital institucional de las Cooperativas de trabajo asociado, en Bogotá. Universidad de la Salle, Bogotá, Colombia.
- Bernal, C. (2006). Metodología de la investigación. México: Pearson Educacion.
- Buendía, (2015) “Guía de Elaboración de Estados de Flujo de Efectivo Según La Nic 7, para la adecuada presentación a la superintendencia de compañías”. Trabajo de titulación previo a la obtención del título de ingeniero en contabilidad y auditoría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Cajo, J., & Álvarez, J. (2016). Manual Práctico de las NIIF: Tratamiento Contable y Tributario Tomo II.(1ra. Edición). Breña, Lima, Perú. Revista Actualidad Empresarial.
- Campos Plascencio, I. Z., & Bejarano Ávila, C. L. (2013). Diseño del procedimiento para la implementación de la NIIF 1 en la presentación de los estados financieros de la empresa AGANPI SA del cantón Naranjal (Bachelor's thesis).
- Casinelli, (2015). El uso de La NIIF para las PYMES en América Latina y El Caribe: un breve análisis. Disponible en: <https://www.ifac.org/global-knowledge-gateway/business-reporting/discussion/el-uso-de-la-NIIF-para-las-pymes-en-am-rica>
- Cheng Vargas, César (compilador) (2008). Deloitte. Globalización Contable. Guía para la adopción de ifrs. Bogotá: Editorial Planeta.
- Choéz, P. J. C. (2016). Aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) en Ecuador, caso Pymes de la construcción en la ciudad de Manta. Dominio de las Ciencias, 2(1), 44-62.
- Consejo Técnico De Contaduría Pública, (2015). Convergencia con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) en Colombia. http://www.ctcp.gov.co/puerta/athena/_files/docs/1472851943-1453.pdf. Pág., 42, 44-45.
- Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB, 2015). Proyecto de Norma Marco Conceptual Para la Información Financiera, IFRS Foundation Publications Departament. Recuperado de: <https://www.ifrs.org/-/media/project/conceptual-framework/exposure-draft/published-documents/ed-conceptual-framework-es.pdf>
- Culmo Saavedra, M., & Sánchez Colina, Y. P. (2017). Análisis de la aplicación de la NIIF para microempresas en la empresa Guevara Inversiones SAS de la ciudad de Villavicencio Meta en el año 2015 (Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios).
- Dănescu, T., Spătăcean, O. and Mateiu, M. (2013), Cercetări Privind Tranziția La IFRS a Firmelor de Investiții. (Romanian). Research upon the IFRS Transition of Investment Firms. (English) 11(108): 25–36.



- Daza, J. J. (2003). Las normas internacionales de contabilidad NIC y su aplicación en Colombia. *Revista Gestión y Desarrollo*, 1, 39-47.
- Deloitte. (2014). *Guía Rápida IFRS*. Madrid: CIBS.
- Freire Y Quispe, (2012). “Modelo para la aplicación de las normas internacionales de información financiera (NIIF) y el impacto tributario aplicado a las pymes, dedicadas a la comercialización de productos eléctricos y telefónicos en la provincia de cotopaxi”. Tesis de Grado Ingeniería en Contabilidad y Auditoría. C.P.A. Unidad académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas - Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga – Ecuador.
- García Reyes, S. E., & Pino Mieles, P. A. (2011). Implementación de las normas Internacionales de información financiera en una sucursal de una empresa multinacional con matriz en el exterior (Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2011.)
- Giraldo Rivera, J. L. (2014). Implementación De Las NIIF En Colombia, ¿Ventaja o Amenaza?
- Grisales Álvarez, F. (2016). Conveniencia de la aplicación de las NIIF en entidades sin ánimo de lucro en Colombia (Master's thesis, Universidad EAFIT).
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6^a ed.). México: McGraw Hill Education.
- Hincapié Herrera, D. C. (2017). Efectos en los estados de resultados de los grandes contribuyentes en Colombia frente a la implementación de las normas internacionales de información financiera.
- IASB. (2014). Marco conceptual para la información financiera.
- Ivanovich Pages, J., Peña Cortés, A., & Torres Zapata, I. (2012). Un análisis crítico a las NIIF IFRS y a los procesos de adopción e implementación en América Latina y el Caribe. Obtenido de Asociación Latinoamericana de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración: http://www.alafec.unam.mx/docs/macroyproyectos/analisis_macro.pdf
- Landazury, L., Basso, M., Neugovsen, G., Mercant, S., Jaafar, H. y Ruz, A. (2018). Toma de decisiones y sus repercusiones sobre costos transaccionales en las empresas. *Revista espacios*, 39(24).
- Landazury, L., Jaafar, H., Cristofani, M. y Canales, R. (2018). Innovación y modelos de gerencia: su reflexión transformadora desde lo humano y el conocimiento. *Revista espacios*, 39(13).
- Landazury, L., Lechuga, J., Ferrer, F. y Prieto, R. (2017). Innovación como eje transversal en los negocios internacionales. Libro *la Producción de Conocimiento desde el Campo de las Ciencias Económicas, Administrativas y Contables*. Universidad Simón Bolívar, ISBN: 978-980-427-018-5.
- Landazury, L., Lugo, E., ...Ovallos, D. (2018). *Liderazgo: Tendencias emergentes para inspirar la gestión de personas en las organizaciones*. Ediciones Universidad Simón Bolívar. ISBN: 978-958-5533-27-17.
- Landazury, L., Lugo, E., Ovallos, D. y Roncallo, A. (2018). *Análisis del marco normativo y regulatorio del mercado de capital en Colombia*. Ediciones Universidad Simón Bolívar. ISBN: 978-958-5533-32-5.
- Landazury, L., Lugo, E., ...Roncallo, A. (2018). *Aspectos tributarios y financieros: Una mirada desde lo público y privado, Latinoamérica y El Caribe*. Ediciones Universidad Simón Bolívar. ISBN: 978-958-5533-32-5



- Llopis, R. M., Becerra, O. A. D., Vásquez, J. C. C., & Casinelli, H. P. (2014). El proceso de convergencia con las Normas Internacionales de Información Financiera en España, Perú y Argentina. *Contabilidad y Negocios: Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas*, 9(18), 6-26.
- Lugo, E. (2017). Determinantes de la competitividad de las exportaciones mundiales de aceite de palma, 2007-2015. Tesis de grado de Maestría en Economía. Universidad del Norte, Barranquilla Colombia.
- Lugo, J. y Lugo, E. (2018). Beneficios socio ambientales por potabilización del agua en los pueblos palafíticos de la Ciénaga Grande de Santa Marta-Colombia. *Revista U.D.C.A, actualidad y divulgación científica* 21(1): 259-264, Bogotá-Colombia.
- Lugo, E., Lugo, J., y Sáenz, J. (2018). La productividad como factor de competitividad de las exportaciones de aceite de palma del departamento del Magdalena Colombia, 2007-2015. *Revista ciencia, saber y libertad*, 13(1):145:163. Universidad Libre. Cartagena-Colombia.
- Lugo, E., Landazury, L, Ferrer, F, Roncallo, A, Lugo, J., Jaafar, H. y Ovallos, D. (2018). Productividad, Competitividad y Creación de Valor del Sector Agroexportador: Un enfoque de los Costos, la Responsabilidad Social y la Gestión Ambiental en la Región Caribe. Libro *Ciencias Económicas, Administrativas y Contables*. Universidad Simón Bolívar, ISBN: 978-958-5533-09-7.
- Luna, J. y Muñoz, L. (2011). Colombia: Hacia la adopción y aplicación de las NIIF y su importancia. *Revista Adversia*. (8), 26-43.
- Mantilla, Samuel. 2007. *IFRS, Valor Razonable y gobierno corporativo*. Bogotá Colombia. 1era Edición.
- Martínez, (2015). Modelo de adaptación de las Normas Internacionales de Información Financiera a la estructura patrimonial de las cooperativas panameñas. Artículo científico *Revista de la Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad y Administración de Empresas (AJOICA)* 12(1):15-30.
- Mora, E. S. (2016). La hibridación de modelos para la medición de activos según las normas internacionales de información financiera (NIIF).(Hybridization of valuation models in measuring assets under International Financial Reporting Standards (IFRS)). *Tec Empresarial*, 10(2), 29-40.
- Ojeda Arévalo, S. F., & Rodríguez Ríos, S. A. (2017). Análisis del impacto de las NIIF en la empresa COOTRANSHACARITAMA LTDA (Doctoral dissertation).
- Ovallos, D., Landazury, L., Redondo, A. y Lugo, E., (2018). Innovación y competitividad: Una revisión de la literatura usando herramientas de minería de datos. En *Colombia 2018*. Ediciones Universidad Simón Bolívar. ISBN: 978-958-5533-27-17.
- Pérez Hoyos, J. (2016). *Guía de Normas Internacionales de Información Financiera para Entidades Sin Ánimo de Lucro Pymes de Grupo 2*. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá.
- Pincay, D. E. Á., Barahona, C. A. Z., Reyes, S. G. S., & Bozada, S. P. T. (2016). Normas Internacionales de Información Financiera y la gestión Contable-Financiera: Realidades y perspectivas. *Sinapsis*, 2(9).
- Recavarren, F (2014). “Impacto de las normas internacionales de información financiera en el desarrollo de las grandes empresas familiares del Perú”. Tesis para optar el grado de doctor en contabilidad y finanzas. Facultad de ciencias contables, económicas y financieras sección de posgrado, Universidad Veritas.



- Rico, F., Rico, M., Martínez, Z. y Sepúlveda, P. (2015). Comportamiento innovador en el sector alimentos en el Distrito de Barranquilla. Libro la Producción de Conocimiento desde el Campo de las Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. Universidad Simón Bolívar, ISBN: 978-958-8930-06-0.
- Rivera Ventura, J. A., & Mejía Gavarrete, N. G. (2011). Transición a la Norma Internacional de Información Financiera para pequeñas y medianas entidades, en las empresas comerciales del municipio de San Salvador (Doctoral dissertation, Universidad de El Salvador).
- Sáenz, J., Lugo, E. y Parada, J. (2019). Determinantes de la competitividad internacional del departamento del Magdalena: Un enfoque desde la teoría de la complejidad económica. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 14(1):190-210. Ed: Publicaciones Universidad Libre ISSN: 1794-7154.
- Sánchez Coronado, L. M., Romero, S., & Hernán, D. (2017). Inconveniencia de la aplicación de NIIF en fundaciones sin ánimo de lucro en Colombia (Bachelor's thesis, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano).
- Sugas, J. C., & Illanes, J. F. Á. (2016). Manual práctico de las NIIF: tratamiento contable tributario. Instituto Pacífico.
- Superintendencia de Sociedades (2014). Guía práctica para elaborar el Estado de Situación Financiera de Apertura bajo NIIF PYMES. Bogotá DC.
- Torres, J. (2015). Análisis Financiero con la Implementación de las NIIF en Colombia. Colegio de Estudios Superiores de Administración, CESA. Maestría En Finanzas Corporativas de Bogotá.
- Vásquez-Quevedo, N., Carril-Márquez, M. A., & Pascual-García, M. (2013). Convergencia y adopción de NIIF en Latinoamérica: un análisis de afinidad. *Revista Contabilidad y Auditoría Investigaciones en Teoría Contable*, 38.
- Vergara-De la Ossa, R., Londoño-Vega, C. I., Pérez-Benítez, N. D. C., & Torres-Castellar, R. (2015). La adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera en Colombia. *Revista Panorama Económico*, 23(1), 119-132.
- Wang, Y. and Campbell, M. (2012), Corporate Governance, Earnings Management, and IFRS: Empirical Evidence from Chinese Domestically Listed Companies. *Advances in Accounting* 28(1): 189–192.
- Yate Bejarano, A. A. (2015). Análisis de los criterios de modelos contables aplicados en medianas empresas para la adopción de NIIF-Pymes: estudio de caso (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Colombia-Sede Bogota).



IMPACTO DE TIC's LOGÍSTICAS (CÓDIGO DE BARRAS) EN AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTAS EN MICROEMPRESAS

José Miguel Ahuacatitla Pérez⁴³, Marcy Paloma Nieto Lechuga⁴⁴, Yasmin Soto Leyva⁴⁵, Víctor Villa Barrera⁴⁶, Clara Escamilla Moreno⁴⁷

RESUMEN

Las microempresas Mexicanas representan el 99.8% del total de unidades económicas, aportando aproximadamente el 77% del PIB, estas buscan actualizarse constantemente para destacar ante la competencia y satisfacer las necesidades del cliente mediante la aplicación de TIC's logísticas en la administración y control de las existencias, ofreciendo ventajas significativas reflejadas en el mejoramiento de la satisfacción del consumidor, para ello se consideró la automatización del proceso ventas de una microempresa de la región; a través de un análisis estadístico se formuló una propuesta de mejora considerando la aplicación del sistema de código de barras, haciendo uso de una aplicación móvil que cuenta con esta función y que se adapta a las políticas de adquisición económicas del negocio. Como resultado, el proceso de aseguramiento y control del registro de ventas aumento la rentabilidad del área un 33%, disminuyendo notablemente los tiempos de espera y aumentando los índices de satisfacción internos-externos.

Palabras clave: Código de barras, Automatización, TIC's, Microempresas.

ABSTRACT

Mexican micro-enterprises represent 99.8% of the total economic units, contributing approximately 77% of GDP, they seek to constantly update themselves to stand out from the competition and satisfy customer needs through the application of logistics ICTs in the administration and control of stocks., offering significant advantages reflected in the improvement of consumer satisfaction, for this, the automation of the sales process of a micro-enterprise in the region was considered; Through a statistical analysis, an improvement proposal was formulated considering the application of the barcode system, making use of a mobile application that has this function and that adapts to the economic acquisition policies of the business. As a result, the process of assurance and control of the sales record increased the profitability of the area by 33%, notably reducing waiting times and increasing the internal-external satisfaction indexes.

⁴³ José Miguel Ahuacatitla Pérez es Profesor de Ingeniería Industrial del Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Huauchinango, Huauchinango, Puebla, México, ahuacatitla@huauchinango.tecnm.mx

⁴⁴ Marcy Paloma Nieto Lechuga es Estudiante de Ingeniería Industrial del Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Huauchinango, Huauchinango, Puebla, México, paloma.m.nieto.lec@gmail.com

⁴⁵ Yasmin Soto Leyva es Profesora de Ingeniería Industrial del Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Huauchinango, Huauchinango, Puebla, México, yasmin.soto@huauchinango.tecnm.mx

⁴⁶ Víctor Villa Barrera es Profesor de Ingeniería Industrial del Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Huauchinango, Huauchinango, Puebla, México, villa@huauchinango.tecnm.mx

⁴⁷ Clara Escamilla Moreno es Estudiante de Ingeniería Industrial del Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Huauchinango, Huauchinango, Puebla, México, aralc_leo11@hotmail.com



Keywords: Bar code, Automation, TIC's, Micro-businesses.

INTRODUCCIÓN

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en México (MIPYMES), tienen un rol importante por la aportación que hacen a la economía mediante la generación de empleos, ingresos y abastecimiento de aquellos nichos de mercado no cubiertos por grandes empresas, asimismo dinamizan la actividad productiva de las economías locales. De acuerdo con el INEGI (2014) este tipo de empresas constituyen el 99.8% del total de unidades económicas del país, contribuyendo a crear más del 73% de los empleos. Además, las empresas de menor tamaño son preponderantes en las entidades con mayor rezago en términos de ingreso y presentan una alta participación de empleo informal. Tal es el caso de “Minisúper Morales”, un establecimiento ubicado en Tlaltenango, Chiconcuautla, Puebla, este se encarga de la venta de productos de abarrotes satisfaciendo la demanda del área de influencia; aportando así al crecimiento de la economía local.

Actualmente las TIC's logísticas en la cadena de suministro se han convertido en un medio para que las empresas aumenten su productividad y competitividad, la gestión de almacenes es un proceso crítico dentro de la cadena de suministro debido a que se encarga de la administración de los inventarios y, en la mayoría de los casos, gestiona las necesidades de los clientes de la empresa. Las TIC's, se han convertido en un medio para aumentar la eficacia y eficiencia en el manejo de almacenes, por lo cual se deben considerar como una herramienta indispensable para su gestión. (Correa, 2010). Independientemente del tamaño de la empresa, la aplicación de las TIC's en el servicio de atención es imperativo, puesto que su aplicación trae consigo beneficios enfocados a la satisfacción del cliente y al mejoramiento de la organización frente a la competencia. El buen manejo de datos permite a las empresas tener un control sobre la administración de la misma y con ello lograr detectar los puntos de mejora. En el presente artículo se mostrará un caso de estudio enfocado al establecimiento “Minisúper Morales”, cuantificando el beneficio de la utilización del código de barras como una alternativa viable en la atención del cliente, reflejándose en las ventas realizadas antes y después de su implementación.

El contenido se encuentra estructurado de la siguiente manera, en primera instancia se realizó un análisis estadístico para diagnosticar al establecimiento, posteriormente se analizó el proceso de atención al cliente y se determinaron los indicadores de mejora con la utilización del código de barras, que como señala (GS1 México, 2019) Los códigos de barras se crearon para facilitar la integración de productos, mercancías, paquetes, etc. en el stock. Hace ya varios años, había un gran problema de filas enormes de paquetes y falta de control de los stocks de los productos, y el código de barras surgió como una solución a este problema. Posteriormente se analizaron las posibles causas de los errores en el proceso, una vez discutidas se proponen acciones de mejora considerando la aplicación del código de barras y para finalizar se miden los beneficios cuantitativos y cualitativos obtenidos con la implementación realizada.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Con frecuencia las empresas que brindan servicios de venta de productos de primera necesidad presentan un fenómeno común y cotidiano: las colas o líneas de espera, que se generan cuando la demanda excede a la oferta. El tiempo de espera se define como el tiempo subjetivo que un cliente espera sin recibir atención personalizada, y este tiene consecuencias que se reflejan en la perspectiva que tienen los clientes hacia la calidad que se ofrece. El cliente suma el tiempo invertido en movilizarse en busca del servicio, el tiempo en encontrar un servidor, el tiempo de espera, tiempo de la atención y el de regreso (Lasso, 2019). Conforme aumenta el tiempo de espera la experiencia que se genera en el cliente es cada vez más negativa, debido a que la percepción del tiempo, se distorsiona, originando la sensación de “perder el tiempo”, de que otros están disponiendo de un tiempo preciado para él; estos factores influyen en la emoción negativa que expresa el consumidor, y como resultado la imagen de la calidad en el servicio que ofrece la organización se afecta.

Considerando la premisa que, si una empresa realmente quiere brindar un excelente servicio, debe preocuparse por reducir los tiempos de espera del cliente, surgen propuestas que aportan significativamente a la solución de este problema del tiempo de espera y su relación con la pérdida de clientes; una de ellas es la aplicación de las TIC's en el servicio de ventas y atención al cliente para las áreas logísticas y de cadena de suministro. En este sentido, según la Asociación Americana de las Tecnologías de la Información (ITAA), las empresas de diferentes sectores y tamaños se están basando en esas TIC's para cambiar la forma de realizar las actividades operativas; transformando la manera de realizar negocios, integrando procesos, mejorando la productividad y las relaciones con las empresas colaboradoras. Así, implementar y actualizar las TIC's permite alcanzar un mayor nivel de rendimiento, con ello, la innovación tecnológica resulta menos costosa de alcanzar y la diferenciación ante los competidores resulta más fácil de lograr.

Las organizaciones comerciales que deciden hacer la implementación deben saber que no solo es importante tener en mente el material de control, sino también se debe examinar el tipo y/o la forma de sistema tecnológico más ventajoso para la organización (Becerra-González, 2017). Se deben considerar aspectos de información tales como la solicitud, rasgos de los clientes, tipo de productos, la unidad de almacenamiento, locación geográfica, características de los productos, los precios de operación, los elementos y/o equipos de manipulación, y las TIC'S disponibles para la identificación y ubicación de productos. Entre los beneficios que se confieren para el servicio al cliente destacan la reducción de los tiempos de espera, el mejor control de las existencias del establecimiento, el aumento de la productividad del personal al dotarlo con herramientas que agilizan la ejecución de las actividades, añadiendo a lo antepuesto se señala la relación beneficiosa de las TIC's logísticas (código de barras), impulsando así el objetivo de la presente investigación. Asimismo, el código de barras permite centralizar la gestión de la información relacionada con cada uno de los departamentos de la empresa y reducir los márgenes de error humano al aprovechar los niveles de precisión, objetividad y certeza de los sistemas informáticos (Beektrack, 2019).



No obstante, es importante mencionar que la utilización de este tipo de tecnologías también genera ciertas problemáticas, si la elección e implementación de las mismas no ha sido convenientemente realizada. Considerando lo descrito, el presente análisis es de relevancia puesto que, considera la aplicación de las TIC's logísticas como una herramienta y estrategia para la automatización de ventas del Minisúper Morales, trayendo consigo beneficios relacionados con la disminución del tiempo de atención del cliente y el aumento de la rentabilidad, impulsando así la perspectiva de calidad en el servicio ofertado al cliente.

OBJETIVO GENERAL

Implementar la TIC's logística de Código de barras en el Minisúper Morales, ubicado en Tlaltenango, Chiconcuautla, Puebla; mediante el diagnóstico del estado actual y utilizando herramientas de análisis estadístico para automatizar el proceso de ventas; controlando y asegurando las variables cuantitativas y cualitativas que infieren en el desarrollo de la metodología operativa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer las bases teóricas que ayuden a fortalecer el tema de estudio.
- Diseñar cuestionario para diagnóstico de situación actual del Minisúper Morales.
- Ejecutar diagnóstico de situación actual del proceso de ventas en el Minisúper Morales.
- Análisis de resultados de diagnóstico de situación actual.
- Elección e implementación de TIC's logística de código de barras para automatización del proceso de ventas.
- Medición de beneficios obtenidos con implementación de código de barras en el Minisúper.

REFERENTE TEÓRICO

Para la comprensión del objetivo de la presente investigación en primera instancia, se menciona el concepto de Tecnologías de la Información y Comunicación, que según Fernández Muñoz (2005) se definen como innovaciones en microelectrónica, computación (hardware y software), telecomunicaciones y optoelectrónica, que permiten el procesamiento, acumulación y distribución de información, a través de redes de comunicación. Las TIC's son las tecnologías que se necesitan para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, proteger y recuperar esa información (Fundación Telefónica. 2007).

Hoy en día las industrias de diferentes sectores se están basando en esas (TIC's) para transformar la manera de realizar negocios, integrar procesos, mejorar la productividad en las distintas áreas; siendo la logística y la cadena de suministro un área con mayor concentración de aplicaciones tecnológicas. La Logística y la Gestión de la Cadena de Suministro es definida por el Council of Logistics Management (2007) como la coordinación



sistemática y estratégica de las funciones de negocio tradicional y las tácticas utilizadas al interior de una empresa entre los diferentes procesos de la cadena de suministro, con el fin de mejorar el desempeño en el largo plazo.

La Cadena de Suministro no ha sido ajena al impacto de las TIC's, las cuales han influido positivamente en su funcionamiento, debido a que esta ópera en un ambiente globalizado y altamente cambiante, donde la información oportuna y de calidad se convierte en un aliado estratégico de mejora para la productividad. Según Grunasekaran (2017), la utilización de las TIC's se intensifica gracias al rápido desarrollo y aplicabilidad en los procesos logísticos. Además, si se considera la cantidad y complejidad de los procesos y actividades que implica la cadena de suministro, se hace casi obligatorio la utilización de las TIC's para el tratamiento y posterior análisis de los datos. Como lo indica Muñoz Machado (2007), una de las cualidades de las empresas rentables es que registran y procesan toda clase de datos relativos a sus actividades, aunque en ocasiones la obtención y procesamiento de los mismos no sean fáciles.

Actualmente el código de barras es una de las TIC's más utilizada, es sabido que esta herramienta es capaz de tratar la información a velocidades de millones por segundo, la entrada de información suele hacerse a velocidades por debajo de centenas por hora, por lo que es una solución para este desacoplamiento permitiendo identificar y proporcionar una metodología de trazabilidad a las unidades logísticas de manera automática e inequívoca en cualquier punto de la Red de Valor (Correa Espinal, 2008). La verdadera eficiencia se alcanza cuando todos los actores de la cadena de suministro unifican el código del producto, debido que se mejora la gestión de información, lo cual presenta los siguientes beneficios:

- a) un control de inventario más rápido y fiable;
- b) una mejor planificación del transporte, producción y ventas;
- c) Mejora en la identificación de los productos y la gestión de los procesos de almacenamiento y picking.

Los inconvenientes más comunes al utilizar código de barras, son los siguientes:

- a) Invariabilidad de la información;
- b) Distancia de lectura limitada a pocos metros;
- c) necesidad de un operador y un lector. Actualmente es el mayor medio de identificación de productos, pero su existencia se encuentra amenazada por la identificación con radiofrecuencia, debido a que este supera las limitaciones, y ofrece mayor flexibilidad y agilidad en la administración de la cadena de suministro.

La iniciativa para implantar un sistema informático es una decisión de inversión, se trata de una elección que compromete recursos financieros, de modo que el sistema resultante mejore el rendimiento y, de este modo, reduzca y recupere los futuros costes de explotación (Beatriz, Rodríguez, & Módulo1, n.d.). Es de relevancia mencionar además el concepto de automatización de ventas, que consiste en utilizar la tecnología para efficientar los procesos y las actividades del sector comercial, descartando la necesidad de ejecutar tareas repetitivas



de forma manual. Esto no solo ayudará a economizar tiempo, sino que, además hará que vender se transforme en una actividad más organizada, rápida y rentable (Da Silva, 2020). Por esto, la automatización del proceso de ventas se presenta como una vía para aumentar la eficiencia y la productividad de los empleados. La integración de la tecnología en las ventas redundará en la capacidad para concentrarse en los objetivos importantes, en vez de dedicar tiempo a tareas rutinarias y que consumen tiempo innecesariamente (Ceridono, 2018). Los conceptos anteriores serán de utilidad, puesto que se relacionan directamente con la implementación de las TIC's en el análisis presentado.

METODOLOGÍA

El desarrollo se aplica mediante la utilización de fuentes primarias y secundarias, buscando obtener una perspectiva amplia del funcionamiento del Minisúper para proporcionar una propuesta de automatización del registro de ventas. La metodología para llevar a cabo la presente investigación, se muestra en la Figura 1.

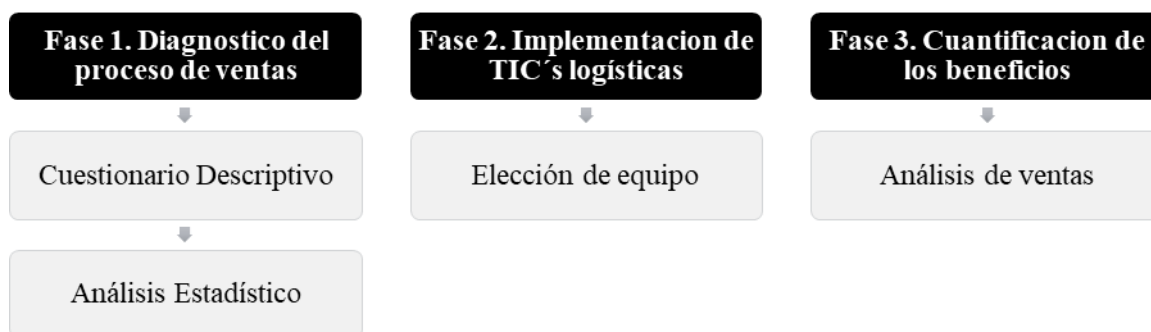


Figura 1. Metodología utilizada. Fuente: Elaboración propia

Fase 1. Diagnóstico del proceso de ventas

Aplicación de Cuestionario: se procedió a la recolección de información para determinar la situación actual del proceso de ventas. Para ello se aplicó un cuestionario descriptivo, a los empleados involucrados en el proceso de ventas para obtener información objetiva de los aspectos relacionados con el manejo del registro de ventas que actualmente se aplica en el negocio. Las preguntas que se consideraron para este cuestionario se presentan en la Fig. 2. Además, con respecto al tiempo de atención promedio se determinó que este corresponde a 4.12 minutos (Fig. 2), considerando que se adquirirían en promedio 4 artículos. Como se mencionaba en los apartados anteriores este tiempo es extenso con respecto a otros establecimientos, donde la aplicación de las TIC's se hace notorio en los tiempos de atención a los clientes que solicitan el servicio de compra.

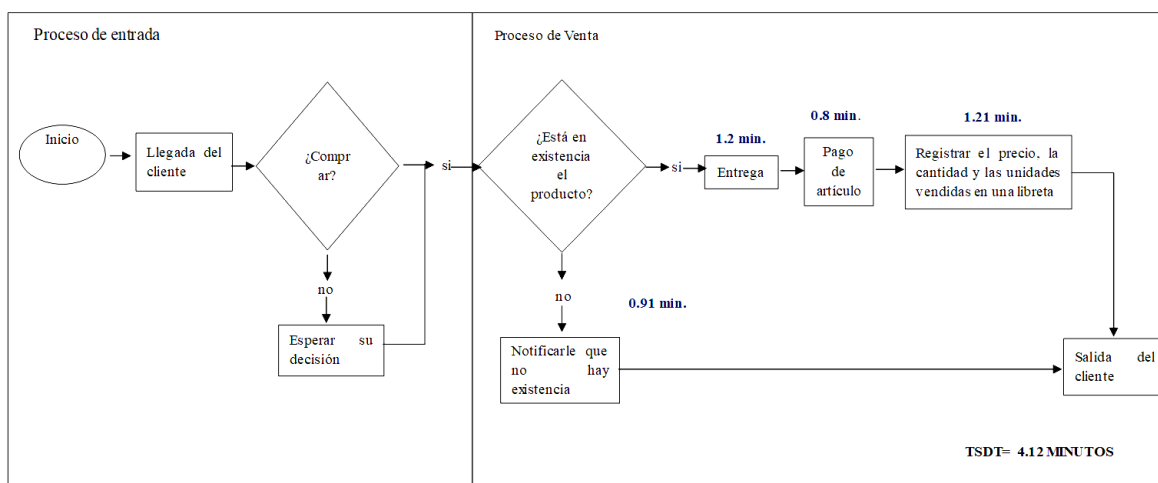


Figura 2. Diagrama de proceso de ventas. Fuente: Elaboración propia

CUESTIONARIO "PROCESO DE VENTAS"
Nombre:
Cargo:
Fecha:
PREGUNTAS
1. <i>¿De qué manera se registran las ventas diarias?</i>
2. <i>¿Se asegura que los productos entregados al cliente son los mismos registrados en las ventas?</i>
3. <i>¿Resulta satisfactorio el registro de las ventas por escrito para determinar las ganancias finales?</i>
4. <i>¿Se mantiene el registro exclusivo para las ventas?</i>
5. <i>¿Es apropiado el formato de registro de ventas para determinar la responsabilidad de su elaboración y revisión?</i>
6. <i>¿Las sumatorias del documento generado son revisadas, a fin de evitar errores en los resultados?</i>
7. <i>¿Existe la posibilidad de automatizar el proceso de registro de ventas?</i>

Figura 3. Cuestionario de diagnóstico para proceso de ventas. Fuente: Elaboración propia

Análisis Estadístico: consistió en el estudio de los resultados obtenidos del cuestionario descriptivo generando una comparación de los procedimientos que corresponden al área de ventas exponiendo la situación actual de los controles internos del minisúper para el registro de las existencias.

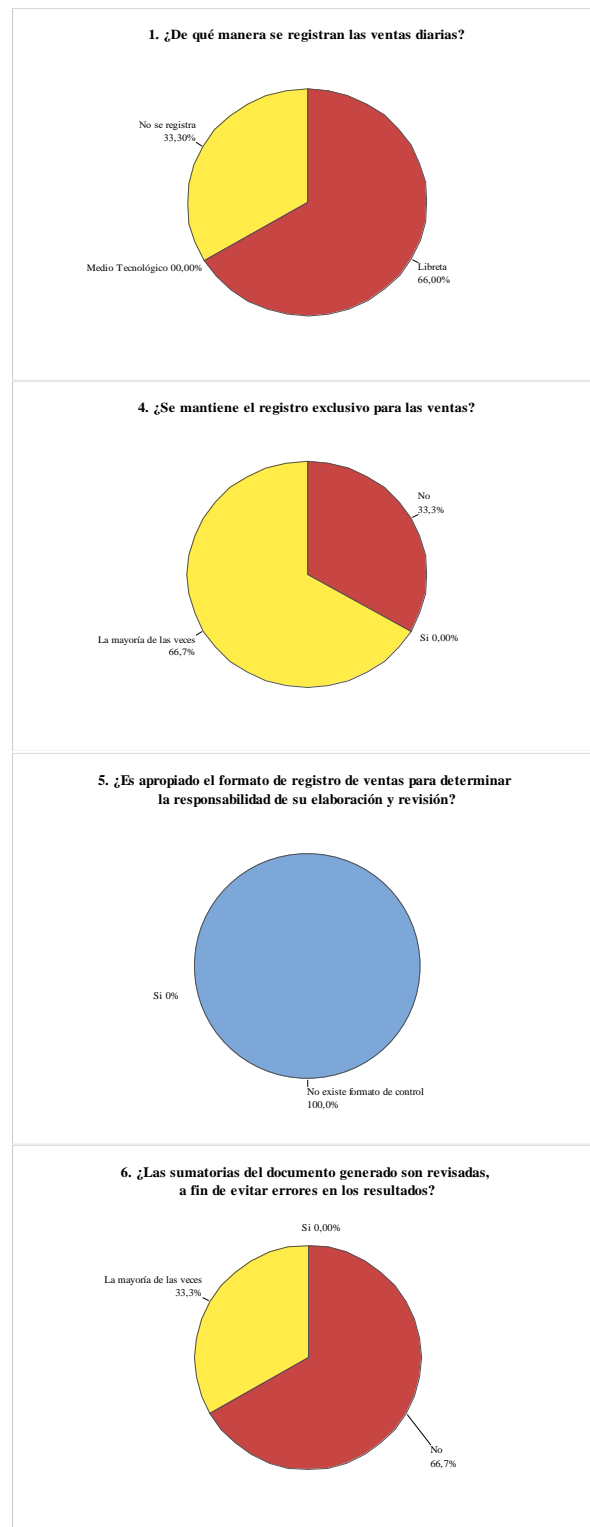


Figura 4. Abstracto de análisis de resultados de cuestionario descriptivo. Fuente: Elaboración propia



Como podemos observar (Fig. 4) el medio de registro diario de las ventas es una libreta 66.66% (Fig.5), así mismo este medio no es exclusivo para la contabilización de las ventas 33.33%, de igual forma la información obtenida de la pregunta 5 indica que no existe un formato o medio de control 100%, ocasionando que en un 66.6% no se realice la sumatoria de las ventas a fin de evitar errores en los resultados; las variables antes mencionadas ocasionan distintas irregularidades contribuyendo al descontrol y falta de aseguramiento del proceso de registro de ventas. El análisis y documentación de las irregularidades se presenta por medio de un estudio estadístico del sistema en un periodo de tiempo de 30 días de la siguiente forma:

- I.Falta de registro del precio del producto, dificulta contabilizar de manera física las existencias en un 40% del total de ventas (Fig. 6)
- II.El 35% de los registros en los nombres de los productos difiere de la identificación original (Fig. 6)
- III.El 25% de los precios registrados son diferentes de los reales (Fig. 6).

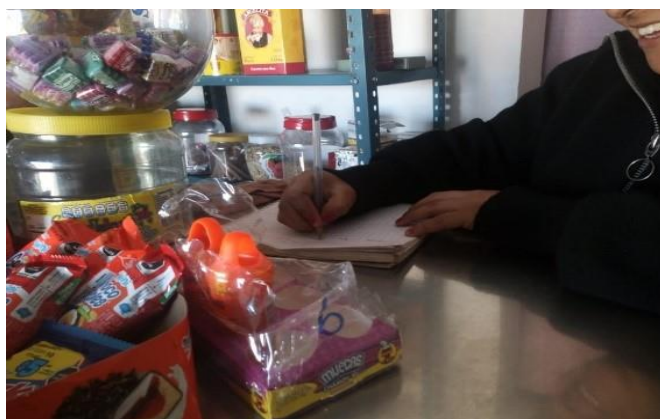


Figura 5. Forma actual del registro de ventas. Fuente: Elaboración propia

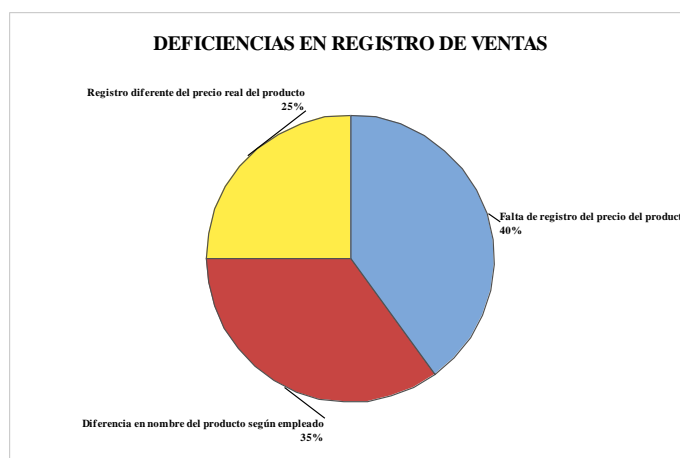


Figura 6. Deficiencias en registro de ventas. Fuente: Elaboración propia



La metodología actual de registro de ventas trae consigo la falta de control de existencias en el establecimiento. Esto se hace notar en el Detalle de Ingresos y Costos totales por compra y venta de existencias en el periodo diciembre 2020 (Tabla 1).

Tabla 1. Detalle Ingresos – Costos diciembre 2020. Fuente: Elaboración propia

Diciembre 2020							
Día	Ingresos	Costos	Margen de contribución	Día	Ingresos	Costos	Margen de contribución
1	\$1,700	\$1,103	\$597	17	\$1,991	\$1,300	\$691
2	\$967	\$648	\$319	18	\$1,045	\$692	\$353
3	\$1,217	\$965	\$252	19	\$2,017	\$1,423	\$594
4	\$1,114	\$878	\$236	20	\$2,234	\$1,847	\$387
5	\$2,035	\$1,964	\$71	21	\$1,007	\$715	\$292
6	\$2,204	\$1,859	\$345	22	\$1,209	\$974	\$235
7	\$1,500	\$1,147	\$353	23	\$1,359	\$594	\$765
8	\$972	\$658	\$314	24	\$1,908	\$1,500	\$408
9	\$1,027	\$800	\$227	25	\$2,201	\$1,354	\$847
10	\$1,421	\$1,256	\$165	26	\$1,654	\$788	\$866
11	\$1,345	\$1,036	\$309	27	\$2,626	\$2,348	\$278
12	\$929	\$600	\$329	28	\$1,120	\$395	\$725
13	\$2,391	\$1,149	\$1,242	29	\$1,037	\$568	\$469
14	\$2,025	\$915	\$1,110	30	\$1,831	\$1,642	\$189
15	\$1,800	\$611	\$1,189	31	\$2,305	\$1,667	\$638
16	\$1,213	\$869	\$344	Totales	\$49,404	\$34,265	\$15,139

El total de Ingresos asciende a \$ 49,404.00 mientras que el total de Costos asciende a \$ 34,265.00 lo cual significa que la compra y venta de productos tiene una rentabilidad de 44.18%. En promedio la tienda invierte \$ 1,105.32 diarios para abastecerse de Insumos.

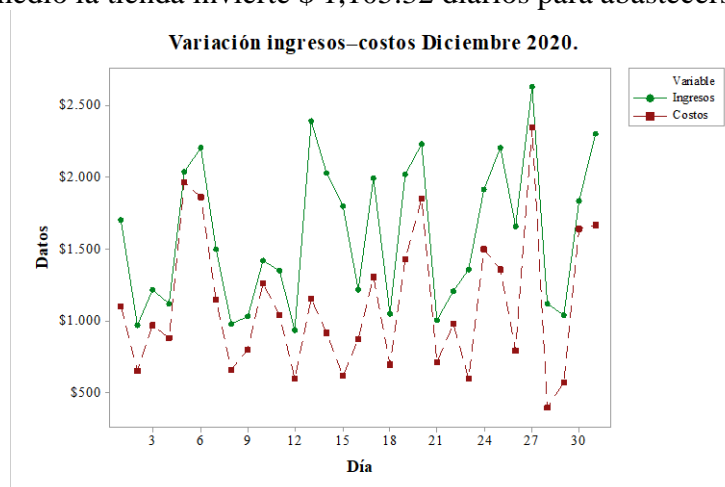


Figura 7. Variación ingresos – costos diciembre 2020. Fuente: Elaboración propia



En la Figura 7 se observa que, la relación entre las variables cuantitativas de Ingresos y Costos varía constantemente. Existen periodos de tiempo en los que las ganancias han sido mínimas, mientras que en ocasiones se registró costos de adquisición por aproximadamente \$ 1149 e ingresos por ventas de más de \$ 2391. Lo anterior hace imperativo el generar una propuesta de mejora que nos permita obtener un mejor control en las existencias que se vea reflejado en los ingresos y ventas percibidas en el establecimiento.

Fase 2. Implementación de TIC's logística

Elección de equipo: El objetivo principal de esta fase radica en el control y aseguramiento del proceso de ventas en el minisúper; de esta manera se analizaron los criterios que deben de ser solventados con la adquisición o elección del equipo (Tabla 2); cada una de las propuestas de mejora concluyen con la necesidad de adquirir un sistema de código de barras mediante el cual se identifiquen y capturen los datos para conocer el trayecto del producto desde su origen hasta su destino final a partir de la información detallada del artículo (Correa, 2010).

Tabla 2. Propuesta de mejoramiento. Fuente: Elaboración propia

CRITERIO	PROPUESTA DE MEJORA
1 Forma del registro de ventas	Asignar una tecnología de la información no costosa
2 Verificación de los productos entregados al cliente	Al final del día verificar junto con el formato de registro el inventario final de la tienda.
3 Satisfacción del registro de ventas finales	Generar un concentrado con las ventas diarias para decisiones futuras
4 El registro es exclusivo para las ventas	Mantener el registro exclusivo para ventas evitando anotar datos externos a éstas.
5 El formato de registro es apropiado	Asignar un formato de registro que contenga el producto, cantidad y precio.
6 Revisión de resultados	Que el encargado de turno revise junto con el gerente los resultados diarios
7 Automatizar el registro de ventas	Aplicar una tecnología de la información de manera apropiada

RESULTADOS Y DISCUSIÓN PARCIALES O FINALES .

Una opción económicamente factible para aplicar el código de barras en “Minisúper Morales” y siguiendo las instrucciones del gerente de seleccionar un medio tecnológico de bajo costo y de funcionalidad amplia, se selecciona la aplicación Scan-It to Office, el cual captura en dispositivos Android o iOS marcas de tiempo, entradas manuales o ubicaciones (Figura 8) transfiriendo en tiempo real los documentos, hojas de cálculo, bases de datos o aplicaciones hacia un equipo individual o colectivo de monitoreo, su funcionamiento es



sencillo y solo involucra la utilización de un dispositivo móvil con conexión a internet (Fig. 8).

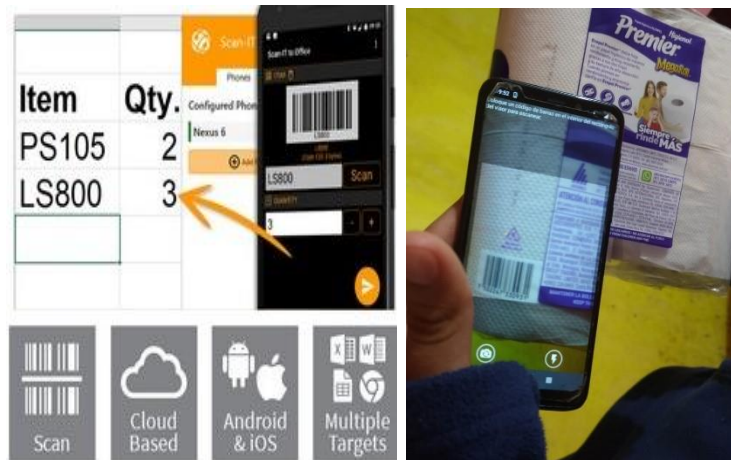


Figura 8. Scan-It to Office. Fuente: Internet

Análisis de Costo-beneficio: Para identificar las ventajas que ofrece Scan-It Office se hace una comparación en distintas categorías, como lo son: la calificación otorgada por los usuarios, su compatibilidad tanto de Sistemas Operativos como de los tipos de sistemas de código de barras que puede codificar; se anexan además las características más representativas de cada una, asimismo se identifica el costo por utilización de cada una (Tabla 3)

Tabla 3. Comparación de aplicaciones de gestión de ventas con lector de código de barras existentes. Fuente: Elaboración propia

Aplicación	Calificación por usuarios	Sistema Operativo	Compatibilidad	Características	Costo
Scan-It to Office	4/5	Android y iOS	EAN, UPC, Code 128, Code 39, 2 de 5 intercalado, Code 93, Codabar, GS1 DataBar, Código QR, Data Matrix, Código Aztec, PDF417	<ul style="list-style-type: none"> ■ Captura móvil de datos para Word, Excel, Google, Sheets, bases de datos y más. ■ Captura códigos de barras, imágenes, texto (OCR), entradas manuales, fecha, hora, ubicaciones, etc. ■ Con y sin conexión. 	Demo gratuita o suscripción de pago \$49 pesos al mes.
Barcode/NFC/OCR Scanner Keyboard (Legacy Version)	4/5	Android 4.0 (Ice Cream Sandwich) y	1D, 2D, QR, Data Matrix, Aztec, EAN, UPC, Code 39, Code 128, 417 PDF, etc.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Reconocimiento de texto OCR para leer texto de las imágenes. ■ Lector de etiquetas NFC. 	Demo gratuita o suscripción de pago \$75 pesos al mes.



		superior, iOS		<ul style="list-style-type: none"> ■ Soporte de autoenfoco. ■ Opción de escaneado automático (abre el escáner automáticamente). 	
Gestión de inventario de código de barras	3/5	Android y iOS	Todos los códigos EAN y UPCA son compatibles y también Código 128, Código 39 e Interleaved 2 de 5.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Verificación rápida de nombre y número de artículos. ■ Registra y cambia el recuento de artículos disponibles cuando llegan nuevos artículos. 	Demo gratuita o suscripción de pago \$275 pesos al mes.

Analizando la Tabla 3 se tiene que además de ofrecer una amplia gama de ventajas, Scan-It Office representa el costo menor de las tres analizadas, con un costo de suscripción mensual de \$49 (pesos mexicanos), como se muestra en la Fig. 9.

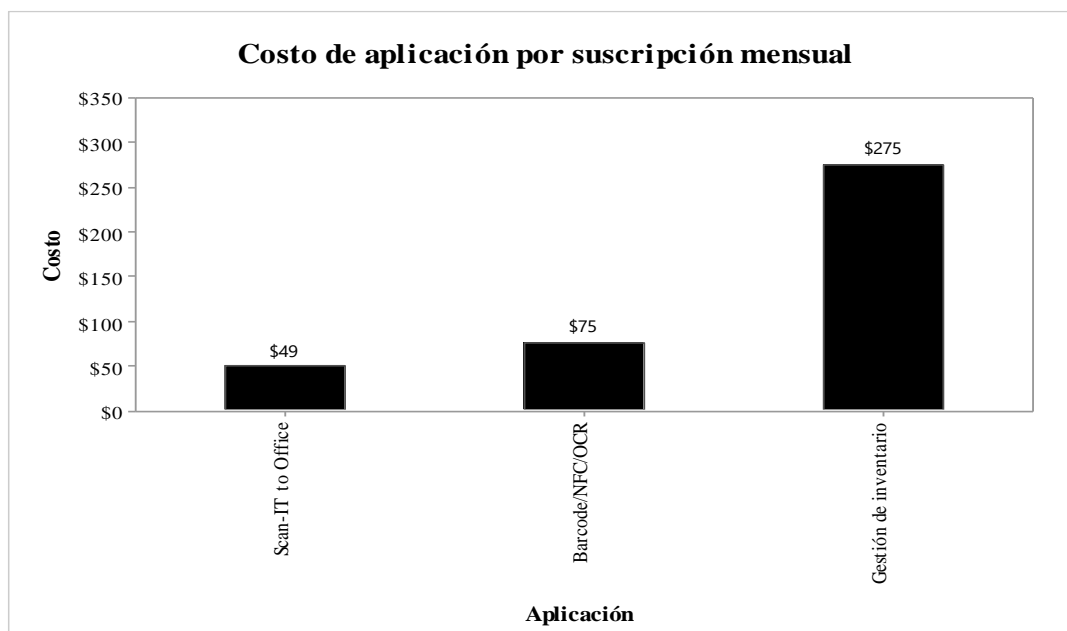


Figura 9. Funcionamiento de Scan-It to Office.

Fase 3. Cuantificación de los beneficios

Para cuantificar el beneficio obtenido con la implementación del código de barras, se han establecido periodos de observación para determinar la demanda del cliente externo “Minisúpe3r Morales”. Para ello se procederá a registrar información durante 14 días de observación del mes enero (Fig. 10).

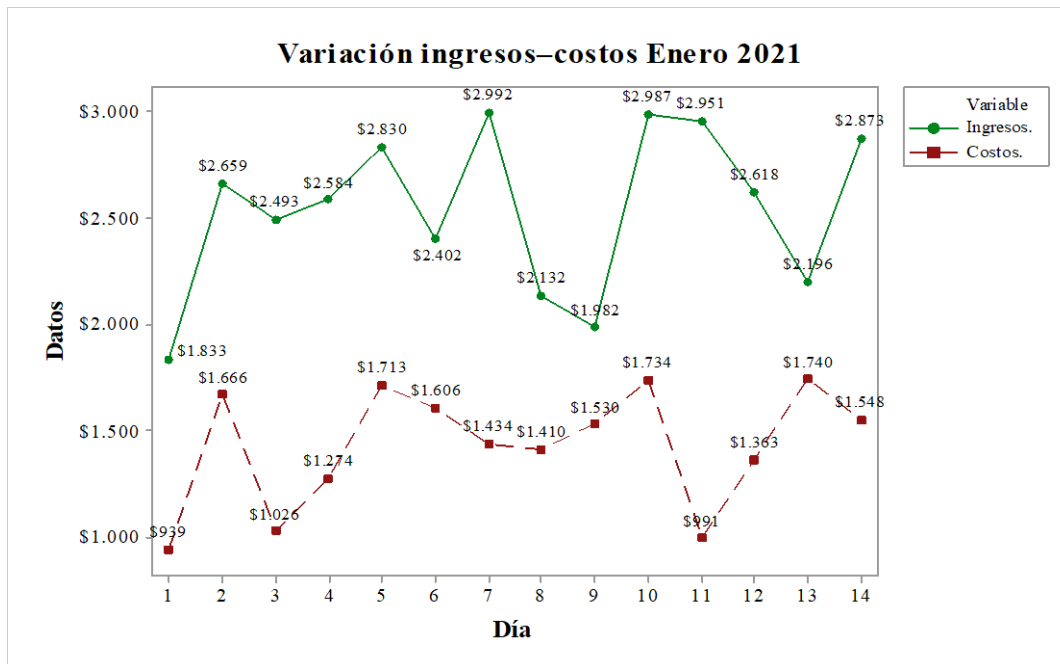


Figura 10. Variación ingresos – costos Enero 2021. Fuente: Elaboración propia.

El total de Ingresos asciende a \$ 35,532.00 mientras que el total de Costos asciende a \$ 19,974.00 lo cual significa que la compra y venta de productos tiene una rentabilidad de 77.89%. En promedio la tienda invierte \$ 1,111.29 diarios para abastecerse de Insumos, lo que se traduce como un balance adecuado de los costos. Como se estableció en un principio se identificaron tres deficiencias en el registro de compra de un producto: Falta de registro del precio del producto, Diferencia en nombre del producto según empleado y Registro diferente del precio real del producto, con la inclusión del sistema de código de barras en el proceso de ventas el resultado se refleja en la disminución de los errores de registro, puesto que se unifica la forma de registro.

En relación con los tiempos de atención de venta, y reflexionando el tiempo determinado con el diagnóstico realizado en la Fase 1, donde se encontró que el tiempo de atención promedio era de 4.12 minutos; se visualiza una mejora significativa con la implementación del código de barras, disminuyendo a 2.15 minutos el tiempo de atención promedio Figura 11, con un porcentaje de mejora de 47,8% de tiempo de espera, para ambos casos el promedio de artículos adquiridos por clientes fue de 4, mejorando notablemente el nivel de satisfacción de los consumidores potenciales.

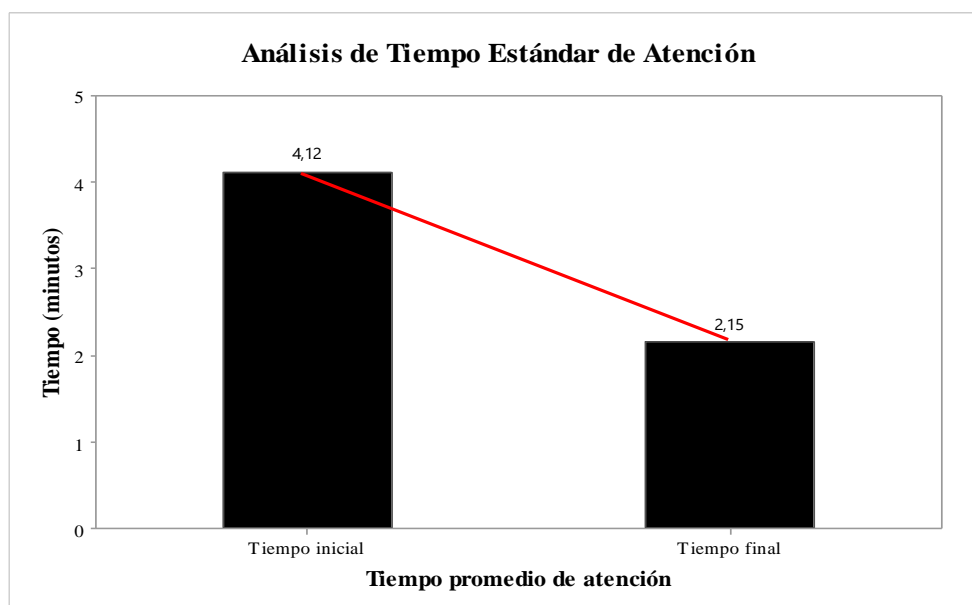


Figura 11. Análisis de Tiempo Estándar de Atención. Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

A través de la metodología utilizada se visualiza notoriamente los beneficios que se adquieren con la implementación de las TIC's logísticas, como lo es el código de barras en el Minisúper Morales: en primera instancia se obtuvo una mejora considerable expresada en la rentabilidad del servicio de ventas, aumentando un 33% en referencia al valor inicial. Asimismo, la generación de errores por parte del factor humano disminuyó notablemente debido a que al tener un medio de registro de ventas estandarizado para el personal del Minisúper (gerente y 2 vendedoras), se evitaron diferencias de captura de datos, trayendo consigo resultados uniformes y positivos para el control de entradas y salidas a corto, mediano y largo plazo. Aunado a esto, considerando que el porcentaje de error humano establecido es de 66.66% debido a que existe la probabilidad de que por lo menos 2 trabajadores incurran en errores de captura, se contempla que al implementar el sistema tecnológico este disminuya a un 33.33% estableciendo la posibilidad de equivocación de 1 vendedor; este índice guarda correspondencia con lo hallado en el diagnóstico inicial con la encuesta aplicada (específicamente en los resultados de la Pregunta 3 y 6).

Un punto a destacar es relacionado con el impacto de los avances tecnológicos en las TIC's logísticas, puesto que como se observó en este caso, en la actualidad la adquisición de un sistema para la automatización del proceso de ventas es totalmente accesible, ya que además de ofrecer funciones destacables, su costo no representa una inversión mayor; Por lo que podemos decir, que el hecho de utilizar TIC's logísticas es económicamente factible debido a que no implica imperiosamente un costo elevado, de modo que más establecimientos deberían de aplicar estas herramientas, no solo en los procesos de ventas, sino que involucrar a los demás procesos que participan en la gestión logística de las entidades comerciales.



En conclusión, siguiendo con la creciente e importante necesidad de preservar la perspectiva que tiene el cliente para con el servicio de calidad que se ofrece, y analizando lo conseguido en la actual investigación, se presenta a la utilización de TIC's logísticas (código de barras), como una herramienta tecnológica eficaz para la adquisición de este requerimiento.

BIBLIOGRAFÍA

- A. Correa, C. E. Álvarez, R. A. Gómez Sistemas de identificación por radio frecuencia, código de barras y su relación con la gestión de la cadena de suministro. Universidad ICESI. Estudios Gerenciales. Vol.26 N°116. Julio-septiembre 2010. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v26n116/v26n116a07.pdf>
- Apps de captura móvil de datos y escaneo de códigos de barras, códigos QR, textos, NFC. (2020, 30 abril). TEC-IT Datenverarbeitung GmbH (c) 2021. Disponible en: <https://www.tec-it.com/es/software/mobile-data-acquisition/Default.aspx>
- Beatriz, A., Rodríguez, L., & Módulo1, M. (n.d.). TIC'S APLICADAS A LA LOGÍSTICA. Retrieved from website: <http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/133/modulo2/pdf/tecinfcom.pdf>
- Becerra-González, K., Pedroza-Barreto, V., Pinilla-Wah, J., & Vargas-Lombardo, M. (2017). Implementación de las TIC'S en la gestión de inventario dentro de la cadena de suministro Implementation of ICTs in inventory management within the supply chain. 3. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/234019677.pdf>
- C. A. Montes Salazar, O. J. Monitlla Galvis, E Mejia Soto. Control Y Evaluación De La Gestión Organizacional. Alfaomega, 2014.
- Ceridono, A. (2018, July 12). 6 pasos para automatizar y hacer un proceso de ventas más eficiente. Retrieved April 7, 2021, from Cliengo Blog website: <https://blog.cliengo.com/automatizar-proceso-de-ventas/>
- Correa Espinal, A. (2008, July 23). TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LA CADENA DE SUMINISTRO | DYNA. Retrieved April 7, 2021, from Unal.edu.co website: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/dyna/article/view/9551/11475#:~:text=Actualmente%20existe%20gran%20variedad%20de,%2Dprocurement%20y%20e%2D sourcing.>
- Correa Espinal, A. A., Gómez Montoya, R. A., & Cano Arenas, J. A. (2010). Gestión de almacenes y tecnologías de la información y comunicación (TIC). Estudios Gerenciales, 26(117), 145–171. [https://doi.org/10.1016/s0123-5923\(10\)70139-x](https://doi.org/10.1016/s0123-5923(10)70139-x)
- D. Herrera Muñoz, G. Uribe Montoya, & J Rendon Duque. (1996). Manual sobre fundamentos y manejo del código de barras.
- Douglas da Silva. (2020, August 21). Automatización de ventas: porque puede ser importante para tu negocio. Retrieved April 7, 2021, from Zendesk.com.mx website: <https://www.zendesk.com.mx/blog/automatizacion-de-ventas/#:~:text=La%20automatizaci%C3%B3n%20de%20ventas%20consiste,tareas%20repetitivas%20de%20forma%20manual.>
- Equipo eAlicia University. (2020, June 24). Consecuencias del tiempo de espera. Retrieved April 7, 2021, from eAlicia University website: <https://www.ealiciauniversity.com/post/consecuencias-del-tiempo-de->



IMPORTANCIA DEL CUMPLIMIENTO NORMATIVO DE LOS INFLUENCIADORES AL MOMENTO DE EJECUTAR PRÁCTICAS PUBLICITARIAS EN LAS REDES SOCIALES

Giancarlo Leal Orozco⁴⁸, Tania Marina Baquero Suárez⁴⁹

RESUMEN

Esta investigación enfocara una dinámica ilustrativa y académica en la comunidad y así evitar que los influenciadores incurran en actos de competencia desleal o violen los derechos de los consumidores a partir de la materialización de actos constitutivos de publicidad engañosa, en tanto que ocultan la existencia de la relación contractual o atribuyen bondades a ciertos productos sin contar con los soportes técnicos o científicos necesarios. Así mismo, busca crear estándares publicitarios que le permitan al consumidor identificar cuándo una publicación de un influenciador es un anuncio publicitario y cuándo no lo es. Finalizamos con recomendaciones que facilitan el cumplimiento de normas que regulan la publicidad, mostramos cuándo existe una relación comercial y cuáles son los requisitos que se deben tener en cuenta para cumplir con la normatividad. Por último explicamos que todo anuncio publicitario en las redes, debe hacerse cumpliendo las leyes de protección a los consumidores

Palabras clave: Influenciadores, Red social, producto, Publicidad engañosa, derecho de los consumidores.

ABSTRACT

This research will focus on an illustrative and academic dynamic in the community and thus prevent influencers from engaging in acts of unfair competition or violating the rights of consumers from the materialization of acts constituting misleading advertising, while hiding the existence of the contractual relationship or attribute benefits to certain products without having the necessary technical or scientific support. Likewise, it seeks to create advertising standards that allow the consumer to identify when an influencer's publication is an advertisement and when it is not. We conclude with recommendations that facilitate compliance with the rules that regulate advertising, we show when there is a commercial relationship and what are the requirements that must be taken into account to comply with

⁴⁸ Giancarlo Leal Orozco es Abogado. Magíster en derecho Público, Especialista en Derecho Administrativo, 17 años de experiencia profesional y 15 años de experiencia docente, ha sido asesor jurídico de la asociación de maestros de Córdoba-Ademacor. Coordinador encargado y profesional especializado de la Superintendencia de Industria y Comercio dependencia Casa del Consumidor en Montería-Córdoba, abogado auditor en materia de educación contratada, asesor y consultor jurídico en materia de Protección al consumidor. Actualmente es Docente investigador y coordinador de los semilleros de investigación de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Educación de la universidad del Sinú Elías Bechara Zainúm sede Montería. E-mail: giancarloleal@unisinu.edu.co Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0001-7924-0397> Docente con maestría en CVLAC.

⁴⁹ Tania Marina Baquero Suárez es Abogada. Doctora en Ciencias Políticas. Magister en Derecho. Especialista en Sistemas de Calidad y Auditoría de Servicios de Salud. Especialista en Derecho Administrativo. Especialista en Gerencia Tributaria. Docente Investigador Universitario de Pregrado y Postgrados de Contaduría Pública en la Corporación Universitaria Americana (Atlántico – Barranquilla). Par Evaluador e Investigadora Junior categorizada en MinCiencias. Barranquilla, Colombia. E-mail: tamabasu@yahoo.com Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0002-1881-7567> Id SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57219439621>



the regulations. Finally, we explain that any advertisement on the networks must be done in compliance with the consumer protection laws.

Keywords: Influencers, Social Network, Product, Misleading Advertising, Consumer Law.

INTRODUCCIÓN

El auge de la tecnología, el cambio de tendencias y la creación de nuevos canales de comunicación dieron lugar a un nuevo actor digital: el influenciador: según el diccionario de la lengua española, una de las acepciones de la palabra influencia es la siguiente: “Persona con poder o autoridad con cuya intervención se puede obtener una ventaja, favor o beneficio”. Gina Díaz y Paula Galvis en su monografía “Influencers, una estrategia de comunicación como posicionamiento de marca” explican:

“Millones de personas a nivel mundial están conectados en la red publicando diariamente sus experiencias, pensamientos y gustos en Facebook, Twitter, Instagram y blogs logrando captar la atención de amigos, conocidos o, incluso, de desconocidos con el objetivo de compartir una parte de sus vidas. Estas personas lo hacen sin calcular la influencia que puede tener un mensaje, una foto o un video en aquellos que miran sus publicaciones, pues al ser reconocidos por su talento, gustos o conocimiento en determinados pueden incidir en los pensamientos o decisiones de los demás.

Recomendaciones que se han producido alrededor del mundo, tienen como objetivo prevenir que los influenciadores incurran en actos de competencia desleal o violen los derechos de los consumidores a partir de la materialización de actos constitutivos de publicidad engañosa, en tanto que ocultan la existencia de la relación contractual o atribuyen bondades a ciertos productos sin contar con los soportes técnicos o científicos necesarios. Así mismo, buscan crear estándares publicitarios que le permitan al consumidor identificar cuándo una publicación de un influenciador es un anuncio publicitario y cuándo no lo es. En un primer momento, abordaremos la temática de los derechos de los consumidores frente a las prácticas publicitarias practicadas por los llamados influencers, desde su concepto, su consagración en Colombia, y sus elementos particulares, pasando luego a realizar un análisis concreto sobre la responsabilidad de estos, donde estudiaremos sus características, su alcance y sus límites teniendo en cuenta si existe o no una relación de consumo entre el productor, proveedor, influencer y consumidor.

Enfocaremos una dinámica simple, concreta, ilustrativa y académica en primera instancia en la comunidad universitaria y así evitar que los influenciadores incurran en actos de competencia desleal o violen los derechos de los consumidores a partir de la materialización de actos constitutivos de publicidad engañosa, en tanto que ocultan la existencia de la relación contractual o atribuyen bondades a ciertos productos sin contar con los soportes técnicos o científicos necesarios. Así mismo, esta investigación busca crear estándares publicitarios que le permitan al consumidor identificar cuándo una publicación de un influenciador es un anuncio publicitario y cuándo no lo es.



El estudio finalizará con recomendaciones tendientes a facilitar el cumplimiento de normas que regulan la publicidad, a la vez de esclarecer cuándo debe entenderse que existe una relación comercial que debe ser revelada y cuáles son los requisitos que se deben tener en cuenta para cumplir con la normatividad ya que cualquier anuncio publicitario en las redes, debe hacerse en cumplimiento de las leyes de los consumidores.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Desde el inicio de la era digital, la sociedad se vio en la necesidad de adaptarse a todos los cambios informáticos y comunicativos que se presentaron en el mundo; la manera de comer, comprar, divertirse y vivir se transformó. Del mismo modo, la revolución digital cambió radicalmente la forma de interactuar entre el consumidor y las empresas, lo que generó, sin duda, cambios importantes en la estructura de toda organización. Hoy en día, las organizaciones deben aplicar diferentes herramientas de comunicación y marketing para sacar el máximo provecho de su presencia en internet y lograr llegar a sus clientes de manera efectiva, para lograr así posicionarse en el mercado. Por esta razón, las estrategias de fidelización del consumidor se han trasladado al mundo digital; entre estas estrategias, se encuentran los influencers, debido a que tienen un acceso cercano a una comunidad y la capacidad para amplificar un mensaje con credibilidad. Cabe señalar que un influencer es una persona que cuenta con conocimiento sobre un tema concreto y, por su presencia e influencia en redes sociales, puede llegar a convertirse en un prescriptor importante para una marca o empresa”.

En adición, Isabel Rincón Logreira, en su trabajo titulado “El régimen de responsabilidad de los influenciadores en la Ley 1480 de 2011”, señala que “el término de influencia está íntimamente ligado a la comunicación y a la interacción social, por lo tanto, no se trata de un concepto novedoso, aunque actualmente su auge radica en los medios que se han empleado para ejercerla”. Continúa diciendo Rincón que, en principio, “se trata de personas activas en generar contenido para redes sociales. Con este contenido buscan construir una imagen digital o marca personal con la cual atraen a un mercado específico. De esta manera, su éxito está ligado a la construcción de una comunidad virtual basada en la idea de cercanía y confianza con sus seguidores. Esa confianza se traduce en credibilidad que se ve reflejada en el alto impacto que generan sus opiniones frente a determinado producto”.

La popularidad de estos actores digitales los convirtió en un referente para miles de personas, llamando así la atención de las marcas, quienes vieron en ellos potencial para promocionar sus productos de una forma nueva y atractiva. Hoy en día, los influenciadores tienen una gran fuerza en el entorno comercial de los negocios, haciendo efectiva su influencia sobre los procesos de compra y en la toma de decisiones de sus seguidores. Esta nueva forma de hacer publicidad ha venido creciendo sin reglas claras, en algunos casos comprometiendo los derechos de los consumidores. En los últimos años, algunos influenciadores se han visto envueltos en dificultades de naturaleza legal, en los que se les cuestiona que valiéndose de su posición se han aprovechado de los consumidores a través de información y publicidad falsa y engañosa. Frente a este panorama, se ha generado una discusión de carácter legal sobre la actividad del influenciador. Las autoridades mundiales de control y protección del



consumidor han identificado a partir de esta nueva y creciente modalidad de publicidad algunos riesgos para los derechos de los consumidores, que ameritaron hacer claridad sobre la aplicación de la normatividad especial de derecho del consumo de cada país, respecto de la actividad comercial de los influenciadores. La discusión se centró en la siguiente

Pregunta problema

¿La normatividad existente resulta suficiente para la protección de los derechos de los consumidores ante el nacimiento de nuevas formas de publicidad, que involucran nuevos actores, pues dependiendo de su rol en la actividad publicitaria, así se determinará su responsabilidad?

OBJETIVO GENERAL

Brindar herramientas a los consumidores, que les permita identificar en los mensajes que reciben de los influenciadores, cuándo están ante un mensaje publicitario y cuándo se trata de una recomendación espontánea del influenciador, para salvaguardar el derecho que tienen a la libre elección y a la protección contra mensajes que puedan inducirlos en error, engaño o confusión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Orientar a los anunciantes e influenciadores, sobre las pautas que se deben observar a la hora de emitir mensajes publicitarios, en especial en las redes sociales y plataformas digitales, de manera que se garanticen los derechos de los consumidores.
- Promover el uso responsable de las nuevas prácticas publicitarias a través de influenciadores, en particular en el entorno digital, de manera que se adopten políticas de autorregulación que se ajusten a lo establecido en la Ley 1480 de 2011 y demás normas concordantes.
- Pedagogizar en materia de protección al consumidor con el fin de establecer criterios y procedimientos que faciliten el cumplimiento de las normas

REFERENTE TEORICO

El primer país que inició estudios sobre la legalidad de la publicidad de los influenciadores fue Estados Unidos en el año 2008. Sin embargo, actualmente varios países cuentan con algún pronunciamiento en el tema ya sea por medio de las autoridades competentes en materia de protección al consumidor que establecen guías de buenas prácticas o por medio de organismos independientes que establecen códigos de autorregulación publicitaria.

Entre las autoridades que han iniciado a estudiar el tema o que han expedido guías de buenas prácticas en materia publicitaria, además de la Comisión Federal de Comercio (FTC) en Estados Unidos, están, la Autoridad de Competencia y Mercados (CMA) y la Autoridad de Estándares Publicitarios (ASA) del Reino Unido, la Oficina de Competencia en Canadá, la Comisión de Competencia y Consumidores (ACCC) de Australia, El Instituto Nacional de



Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) en Perú, y el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) de Chile. Además, en algunos países se han realizado pronunciamientos por parte de organismos independientes de autorregulación de la industria publicitaria. En este caso se encuentra la Alianza Europea de Estándares Publicitarios (EASA) en la Unión Europea, Autocontrol y la Asociación Española de Anunciantes en España, Ad Standards en Canadá Ad Standards Board (ASB) en Australia. Por otro lado, el organismo internacional Red Internacional de Agencias de Protección al Consumidor (ICPEN), también expidió una guía de pautas en materia publicitaria para influenciadores.

En general, las autoridades y los organismos independientes han buscado estudiar la publicidad realizada por influenciadores desde la regulación existente en cada país. Una vez se constata en dónde recae la vulneración a la ley, los organismos se pronuncian por medio de guías autorregulatorias o códigos de conducta. Mientras que, las autoridades se pronuncian por medio de guías de buenas prácticas. Ninguno de estos documentos es vinculante dado que su naturaleza es de cumplimiento voluntario. Sin embargo en ellos, se advierte a los anunciantes, a los influenciadores y en ciertos casos a las agencias de Publicidad, cuándo están vulnerando la ley y qué hacer para no infringirla por medio del establecimiento de lineamientos para las publicaciones de carácter comercial.

En Latinoamérica ya iniciaron las propuestas de autoridades para pronunciarse frente a éste tema. Por ejemplo, en el 2018 el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) en Chile, realizó un estudio de publicidad online, específicamente sobre la publicidad nativa que es la técnica utilizada por los influenciadores. En este estudio establece la importancia de que el SERNAC vele por el cumplimiento de las disposiciones de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (LPDC) y de la protección del principio publicitario de autenticidad. Para cumplir con esta tarea el SERNAC establece que debe vigilar y proteger a los consumidores sobre todo en los casos en que el consumidor este expuesto a “mensajes comerciales sin ser capaces de reconocerlos como tal, vulnerando su derecho a información veraz y oportuna respecto de los anuncios comerciales, no sólo sobre los bienes y servicios, sino que también, respecto de los proveedores que los ofrecen”. Además, el estudio concluye que la gran diversidad de formatos publicitarios existentes debe ir acorde con la legislación existente. Si bien cada formato tiene su particularidad “son los anunciantes (marcas) los responsables de ajustar y entregar información veraz y oportuna según lo exige la LPDC en materia publicitaria, independiente del formato en que ésta se difunda” (SERNAC, 2018, p.46).

En Colombia la SIC, que es la autoridad competente para la protección al consumidor en materia publicitaria, después de tener contacto y conversaciones con la autoridad del Reino Unido (CMA) para la firma de un memorando de entendimiento como primer documento en materia legal que se pronuncie frente a éste fenómeno y que, además, lleve a la regulación de este tipo de publicidad (Castilla, 2019). Expidió en el año 2020 a través de la Delegatura de protección al consumidor de la superintendencia de industria y comercio la GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS EN LA PUBLICIDAD A TRAVÉS DE INFLUENCIADORES. Esta guía tiene como finalidad instruir a los diferentes actores involucrados en este tipo de



actividad comercial respecto de la normatividad existente y aplicable en Colombia y orientar a los anunciantes e influenciadores, en la forma correcta en que éstos deben emitir los mensajes y los contenidos comerciales en las redes sociales, de manera que se garanticen los derechos de los consumidores.

En síntesis, todos estos pronunciamientos, estudios o guías buscan aplicar la interpretación de la legislación existente a estas nuevas estrategias y actores de la publicidad digital. En su mayoría se expresa que se trata de recomendaciones no vinculantes. Sin embargo, muchas terminan por ser una advertencia sobre las responsabilidades que se derivan por no cumplir con la ley publicitaria existente en cada país. Entonces, para evitar ser responsable asesoran a los distintos sujetos involucrados por medio de criterios a seguir. En este sentido, de las guías analizadas se evidencia que los lineamientos que exponen, para cumplir con la regulación interna, son muy similares. En general lo que buscan es que el destinatario del anuncio conozca fácilmente que se encuentra ante publicidad y de esta manera pondere el valor de la recomendación. Es por tal razón que, en general, se impone que las divulgaciones que se hagan ya sea por medio de hashtags o menciones sean visibles, claras, comprensibles, principales en la descripción o en el video y adecuadas para todos los medios para que así el consumidor no pierda de vista que se encuentra ante publicidad.

METODOLOGIA

Esta investigación exploratoria, basada en una revisión adecuada y trabajo de campo, que brindará una visión general de las condiciones actuales de la normativa existente en materia de responsabilidad de los influencers, nos permitirá demostrar si los derechos del consumidor son protegidos o son vulnerados cuando los influenciadores violan la norma y por ende los derechos de los consumidores. Para el desarrollo de esta investigación se realizarán entrevistas, se presentaran derechos de petición, trabajo de campo, desarrollo de encuestas, entre otros.

Etapas del estudio

1. Diagnóstico de los influencers más famosos de montería acerca del conocimiento de la norma que los rige a ellos en materia de responsabilidad con los consumidores: Se realizará una descripción del problema jurídico a tratar. Como consecuencia de la realización del análisis legal de la responsabilidad de los influenciadores en materia de publicidad, se establecerán las problemáticas y posibles soluciones favorables a las partes, siempre pensando el principio de favorabilidad a los consumidores.

2. Análisis de la situación actual de los Influenciadores más conocidos en Montería referente a la orientación que estos han recibido: En esta etapa se realizará un estudio con los influencers de Montería, concerniente a buscar instruirlos, capacitarlos y cualificarlos en la aplicación de las prácticas publicitarias que diariamente realizan y que son materia de objeto de estudio de esta investigación.



3. Socialización de resultados del proyecto: Con los influencers se realizarán talleres de participación para dar a conocer sus derechos y estrategias de cómo puede mejorarse la prestación del servicio de estos como influencers y figuras públicas.

Presenta a nivel regional, departamental y municipal un carácter novedoso debido a que es un tema que no se ha venido desarrollando en la costa caribe sobre todo en el departamento de Córdoba, debido a esto proyecta un interés macro porque es un tema que protege la economía de los ciudadanos en general y defiende derechos y principios constitucionales fundamentales como la dignidad humana, el cual sirve para que exista una cultura de paz y armonía social entre los habitantes de un estado de derecho.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN PARCIALES O FINALES .

Para precisar el alcance de la presente investigación denominada “IMPORTANCIA DEL CUMPLIMIENTO NORMATIVO DE LOS INFLUENCIADORES AL MOMENTO DE EJECUTAR PRÁCTICAS PUBLICITARIAS EN LAS REDES SOCIALES”, resulta necesario hacer referencia a la definición de dos actores fundamentales en este tipo de estrategia publicitaria: el anunciante y el influenciador.

Aun cuando no se encuentra definido el término de anunciante en el Estatuto del Consumidor, no obstante endilgarle responsabilidad en los términos del artículo 30 de la Ley 1480, el Código de Publicidad y de Comunicaciones de Mercadeo de la Cámara de Comercio Internacional, indica que anunciante es la persona o empresa, incluyendo publicistas, promotores de ventas y vendedores directos, que por cuenta propia, o en cuyo nombre, se hace o divulga publicidad comercial con el propósito de promover sus productos o influir en el comportamiento del consumidor.

Para saber qué se entiende por influenciador, cuya definición tampoco se encuentra en la Ley 1480 de 2011, es pertinente traer a colación, la definición que trae el diccionario de la Real Academia Española sobre el término influenciar: Dicho de una persona o de una cosa: Ejercer predominio, o fuerza moral. Igualmente, resulta pertinente traer la definición del término influencia que trae el mismo Diccionario. Según el Diccionario de la lengua española, una de las acepciones de la palabra influencia es la siguiente: Persona con poder o autoridad con cuya intervención se puede obtener una ventaja, favor o beneficio.

Así mismo, resulta conveniente traer como antecedente, la referencia que hizo ICPEN sobre líderes de opinión digitales, en el documento denominado “Guía de ICPEN para líderes de opinión digitales”, según la cual se trata de cualquiera que “publique contenido en línea, ya sea propio, de un empleado o de un colaborador invitado, en su propio sitio web (u otra plataforma en línea) o cuenta de red social; y que, en este contenido, incluya una opinión, una experiencia o demás información sobre un mercado, negocio, bien o servicio”. El Servicio Nacional del Consumidor de Chile SERNAC, en un estudio que realizó en el año 2018 sobre publicidad nativa, definió la figura del influenciador como: “(...) una persona que posee grados de credibilidad e imagen reconocida, especialmente sobre un tema



determinado, y que producto de su presencia e influencia puede llegar a convertirse en el difusor de una marca en una audiencia o público objetivo, principalmente en redes sociales”.

En consideración a las citadas referencias, concluyo que el anunciante es toda persona natural o jurídica que por cuenta propia o en cuyo nombre se haga o divulgue publicidad comercial con el propósito de promover los productos que produce o comercializa con el propósito de influir en el comportamiento del consumidor. Mientras que el influenciador es toda persona que publique contenido en medios de comunicación, en particular en las redes sociales o plataformas digitales, compartiendo sus experiencias y opiniones, capaces de influir de manera predominante en las decisiones de consumo, generando credibilidad ante sus seguidores.

Así las cosas, teniendo en cuenta algunas definiciones legales vigentes, se tendrán en cuenta los siguientes conceptos:

Anunciante: Toda persona natural o jurídica que por cuenta propia o en cuyo nombre se haga o divulgue publicidad comercial con el propósito de promover los productos que produce o comercializa con el propósito de influir en el comportamiento del consumidor.

Influenciador: Toda persona que publique contenido en medios de comunicación, en particular en las redes sociales o plataformas digitales, compartiendo sus experiencias y opiniones, capaces de influir de manera predominante en las decisiones de consumo, generando credibilidad ante sus seguidores.

Información: Todo contenido y forma de dar a conocer la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las propiedades, la calidad, la idoneidad o la cantidad, y toda otra característica o referencia relevante respecto de los productos que se ofrezcan o pongan en circulación, así como los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización.

Publicidad engañosa: Aquella cuyo mensaje no corresponda a la realidad o sea insuficiente, de manera que induzca o pueda inducir a error, engaño o confusión.

Relación comercial entre anunciante e influenciador: Se considera que existe una relación comercial entre el anunciante y el influenciador, cuando el anunciante ofrece al influenciador, algún tipo de pago o compensación a cambio de una publicación de contenido en un medio de comunicación, en especial en las redes sociales del influenciador, sobre un producto y con las pautas del anunciante, con la finalidad de que el influenciador a través de dichos contenidos influya en una decisión de consumo de su audiencia. El pago que el anunciante realiza al influenciador, puede consistir en una suma de dinero, o comprender otras modalidades tales como: regalos, préstamos, incentivos, comisiones, ventajas, préstamos de productos, pagos en especie, descuentos o cupones, préstamo de servicios, entre otros.

La ley 1480 de 2011, conocida como el Estatuto del Consumidor, es la ley encargada de proteger al consumidor tanto en entornos de publicidad tradicional como en entornos



digitales, puesto que las disposiciones contenidas en esta norma de orden público, son aplicables a todas las relaciones de consumo, en todos los sectores de la economía respecto de los cuales no exista regulación especial, tal y como es el caso del contenido y los mensajes comerciales que se emiten a través de influenciadores.

CONCLUSIONES

Resulta oportuno recordar que el Estatuto del Consumidor tiene como principios, entre otros: i) El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas y ii) La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo con lo establecido en el Código de la Infancia y la Adolescencia”.

Adicionalmente, consagra como derechos de los consumidores: i) Derecho a recibir información completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, comprensible, precisa e idónea respecto de los productos que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como sobre los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización, los mecanismos de protección de sus derechos y las formas de ejercerlo; ii) derecho a recibir protección contra la publicidad engañosa y iii) derecho a elegir libremente los bienes y servicios que requieran. Finalmente, se concluye la necesidad principal en donde el consumidor pueda identificar rápidamente cuando una publicación es un anuncio publicitario y cuando no lo es, razón por la cual la divulgación comercial deberá ser clara, precisa y evidente la cual debe llevar imperiosamente lo siguiente:

1. debe ser visible y comprensible permitiéndole al consumidor reconocer de inmediato que la publicación es de naturaleza comercial.
2. Debe hacerse en castellano y utilizarse en lenguaje simple y claro.
3. Debe ser de fácil lectura y tan visible como el lenguaje principal.
4. No se debe mezclar la divulgación de la relación comercial entre un grupo de etiquetas o enlaces que acompañen la publicación que hace el influenciador.
5. La revelación de la relación comercial en tratándose de medios digitales debe visualizarse desde el momento mismo que aparece el anuncio al público.
6. En las piezas audiovisuales la revelación debe incluirse durante toda la pieza publicitaria para garantizar que los consumidores puedan ver y escuchar la divulgación en cualquier momento.
7. Se debe repetir periódicamente la divulgación de la relación comercial, cuando la recomendación o promoción se realice por medio de una transmisión en vivo que haga el influenciador, para que los consumidores que vean o escuchen solo una parte de la transmisión tengan acceso a esta información.

La mejor manera para divulgar la relación comercial, es a través de una etiqueta. Así las cosas, además de las pautas anteriores se recomiendan:

Incluso el signo “#” y la palabra “publicidad”, “promocionado por (...)”, “aviso promocionado”, “contenido promocionado”, “contenido publicitario”, “patrocinado”, pudiéndose indicar en adición el nombre de la marca o la cuenta en redes sociales que maneja



el anunciante. Finalizamos diciendo que todo el que tenga red social y cuenta con así sea un solo seguidor, es considerado influencer por la Superintendencia de Industria y comercio y está totalmente habilitado para recibir las sanciones que impone esta como autoridad administrativa del orden ejecutivo con funciones de protección de los derechos de los consumidores.

BIBLIOGRAFIA

- Congreso de la República de Colombia. (12 de 10 de 2011). Ley 1480 de 2011 "Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones". Recuperado el 30 de 07 de 2020, de <http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley14802011.html>
- Ministerio de Salud y Protección Social (6 de mayo de 2016). Decreto 780 de 2016. Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Salud y Protección Social. Tomado de: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Decreto%200780%20de%202016.pdf
- Congreso de la República (21 de julio de 2009). Ley 1335 de 2009. Disposiciones por medio de las cuales se previenen daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados en la población colombiana. Tomado de: <http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley13352009.html>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (22 de julio de 2014). Decreto 1369 de 2014. "Por el cual se reglamenta el uso de la publicidad alusiva a cualidades, características o atributos ambientales de los productos". Tomado de: <https://www.minambiente.gov.co/images/normativa/decretos/2014/Decreto13692014dazdu.pdf>
- Ministerio de la Protección Social (30 de octubre de 2019). Resolución 4150 de 2009. Por la cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos que deben cumplir las bebidas energizantes para consumo. Tomado de: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resolucion-4150-de-2009.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (28 de mayo de 2014). Decreto 975 de 2014. Por el cual se reglamentan los casos, el contenido y la forma en que se debe presentar la información y la publicidad dirigida a los niños, niñas y adolescentes en su calidad de consumidores. Tomado de: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Decretos/2014/Documents/MAYO/28/DECRETO%20975%20DEL%2028%20DE%20MAYO%20DE%202014.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (29 de mayo de 2015). Decreto 1074 de 2015. Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo. Tomado de: <http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/decretos/2015/Decretos2015/DECRETO%201074%20DEL%2026%20DE%20MAYO%20DE%202015.pdf>



- Normas Internacionales
- Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas. (22 de diciembre de 2015). A/RES/70/186. Recuperado el 30 de 07 de 2020, de: <https://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares70d186es.pdf>
- Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos de América. (s.f.). Guides Concerning the Use of Endorsements and Testimonials in Advertising. Recuperado el 30 de 07 de 2020, de Sitio web de la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos de América: <https://www.ftc.gov/sites/default/files/attachments/pressreleases/ftcpublishesfinalguidesgoverningendorsementstestimonials/091005revisedendorsementguides.pdf>
- Cámara de Comercio Internacional. (2018). Código de Publicidad y de Comunicaciones de Mercadeo de la ICC. Recuperado el 30 de 07 de 2020, de <https://cms.iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2018/10/icc-advertising-and-marketing-communications-code-spa.pdf>
- Dutch Advertising Code Authority. (1 de septiembre de 2017). The Dutch Advertising Code. Recuperado el 30 de 07 de 2020, de Dutch Advertising Code Authority Website: https://www.reclamecode.nl/wp-content/uploads/2018/10/SRCNRCENboekje_oktober2017.pdf
- Dutch Advertising Code Authority. (s.f.). Reclamecode Social Media & Influencer Marketing (RSM) 2019. Recuperado el 30 de 07 de 2020, de The Dutch Advertising Code Authority Website: <https://www.reclamecode.nl/nrc/reclamecode-social-media-rsm/>
- El Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria de Chile. (s.f.). Código Chileno de Ética Publicitaria. Recuperado el 30 de 07 de 2020, de Conar Chile Website: <https://www.conar.cl/codigo-etica/>

Recomendaciones de organismos Internacionales

- Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos de América. (s.f.). Disclosures 101 for Social Media Influencers. Recuperado el 30 de 07 de 2020, de FTC Website: https://www.ftc.gov/system/files/documents/plain-language/1001a-influencer-guide-508_1.pdf
- International Council for Ad Self-regulation. (s.f.). Guidelines for social media influencers. Recuperado el 30 de julio de 2020, de Sitio web corporativo: <https://icas.global/advertising-self-regulation/influencer-guidelines/>
- The Advertising Standards Authority Ltd. (s.f.). Influencers' guide to making clear that ads are ads. Recuperado el 30 de 07 de 2020, de ASA Website: <https://www.asa.org.uk/uploads/assets/9cc1fb3f-1288-405d-af3468ff18277299/INFLUENCERGuidanceupdatev6HR.pdf>

Artículos académicos y estudios

- Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia. (25 de 03 de 2020). Guía para una comunicación comercial responsable a través de influenciadores. Recuperado el 30 de 07 de 2020, de ANDACOL Website: <https://www.andacol.com/images/stories/2020/2020.03.25GUIAFINALINFLUENCIADORESVF.pdf>



LA ASOCIACIÓN DE GALLETEROS -ASOGAVICAR: UN ACERCAMIENTO A SUS CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS Y SUS ESTRATEGIAS DE SOBREVIVENCIA COMO VÍCTIMAS DEL CONFLICTO ARMADO EN EL CARMEN DE BOLÍVAR

Jairo Alonso Rodríguez Buelvas

RESUMEN

Este artículo presenta algunos de los resultados de la investigación titulada La asociación de galleteros -ASOGAVICAR: un acercamiento a sus condiciones socioeconómicas y sus estrategias de sobrevivencia como víctimas del conflicto armado en El Carmen de Bolívar, realizada para el grado de maestría en Conflicto Social y Construcción de Paz en la Universidad de Cartagena. Para ello, se utilizó una metodología mixta que permitió un análisis de la interrelación existente entre las condiciones que se desenvuelven las víctimas del conflicto y las acciones que realizan para lograr sobrevivir. Para este artículo, se presentarán las condiciones socioeconómicas de las familias pertenecientes a la asociación de galleteros víctimas de El Carmen de Bolívar, que a fin de cuentas, son contextos empobrecidos donde se evidencian las precariedades y limitantes para el desarrollo humano integral y el goce efectivo de derechos de estas poblaciones.

Palabras clave: Pobreza, Víctimas del conflicto armado, Goce de derecho, Ley 1448 de 2011.

ABSTRACT

This article presents some of the results of the research entitled The association of biscuits - ASOGAVICAR: an approach to their socioeconomic conditions and their survival strategies as victims of the armed conflict in El Carmen de Bolívar, carried out for the master's degree in Social Conflict and Peacebuilding at the University of Cartagena. For this, a mixed methodology was used that allowed an analysis of the interrelation between the conditions that the victims of the conflict develop and the actions they take to survive. For this article, the socioeconomic conditions of the families belonging to the association of victim cookie makers of El Carmen de Bolívar will be presented, which in the end, are impoverished contexts where the precariousness and limitations for integral human development and effective enjoyment are evident. rights of these populations.

Keywords: Poverty, Victims of the Armed Conflict, Enjoyment of Right, Law 1448 of 2011.

INTRODUCCIÓN

“Hoy en día simplemente, simplemente ven, simplemente ven, en estos pueblos por aquí de Bolívar, simplemente ven: Las Palmas, El Salado Bolívar y otras partes (en Sucre) Chengue, Don Gabriel y Salitral nunca ni se han visto todavía que han hecho reparaciones y han venido a ver lo que ha pasado en este pueblo, porque de nosotros también fue la masacre, aunque



nos iban matando de uno en uno. Dos o tres, pero siempre fue masacre en este pueblo.” (Morris Rincón, 2013).

Estas afirmaciones que realizan estas personas sobre el no reconocimiento social y por parte del Estado para reparar y garantizar el goce efectivo de sus familias por dicha masacre de los galleteros en El Carmen de Bolívar, fue razón motivadora para adelantar no solo las acciones en el marco del proyecto del Consultorio de la Universidad, sino a demás para documentar la situación de víctimas que padecen y la historia que han tejido bajo este estigma social que no solo los señala sino que además los mantiene en el olvido. Esto se pudo contrastar con los resultados de un trabajo de grado de maestría llamado Geografía de la violencia en El Carmen de Bolívar 1990 – 2010 que buscó la georreferenciación de las masacres sucedidas en El Carmen de Bolívar logrando la identificación y afirmación que hubo 19 masacres entre 1996 hasta el 2002 (Duica Amaya, 2013) y más adelante esboza un cuadro descriptivo de cada una de estas masacres, que tiene de fuente *el Análisis del plan de consolidación de los Montes de María de la Plataforma de Organizaciones de Desarrollo Europeas en Colombia- PODEC* (Duica Amaya, p. 52) y no aparece relacionada la masacre de los galleteros o vendedores de galletas.

Este artículo desarrolla los acercamientos que se tuvieron sobre las condiciones socioeconómicas de la Asociación de Galleteros Víctimas de El Carmen de Bolívar, ASOGAVICAR, no obstante, se presentan unos referentes teóricos conceptuales que permitieron desde teorías, conceptos y otras experiencias de investigación aplicada, abordar las categorías de análisis para el desarrollo de las condiciones socioeconómicas de estas poblaciones desplazadas forzadamente. Seguido se tiene una explicación de la metodología del trabajo realizado tratando de reconstruir la memoria metodológica, que dé cuenta de las técnicas, instrumentos y tratamiento de la información recolectada, seguido de los resultados, son el desarrollo de las condiciones socioeconómicas desde las dimensiones sociales y económicas de las familias pertenecientes a la asociación. Finalmente, se tienen conclusiones acerca de las condiciones socioeconómicas en relación con los datos a nivel nacional de las víctimas del conflicto.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

La ley de víctimas, 1448 de 2011, contempla en su artículo 208, la vigencia por diez años, a partir de su promulgación, de esta misma, se encuentra ad portas de darse por cumplida aunque, no obstante, se ha evidenciado y documentado que en este lapso de tiempo transcurrido, no ha sido suficiente para que se cumpla a cabalidad con el objeto de la estabilidad socioeconómica de las víctimas, bajo el cumplimiento de las medidas comprende las medidas de restitución, indemnización, rehabilitación, satisfacción y garantías de no repetición, en sus dimensiones individual, colectiva, material, moral y simbólica; y el goce efectivo de sus derechos.

Lo manifestó el Centro de Estudios Jurídicos y Sociales *Dejusticia* en su publicación del 12 de julio de 2019, titulada El Congreso debe fortalecer la Ley de Víctimas y Restitución de



tierras antes de que expire en 2021, donde le solicita la Corte Constitucional que prorrogue la vigencia de la Ley hasta el 2030 y en sus argumentos manifiestan que:

“En cuanto a compensaciones, de las 7'141.446 víctimas del conflicto armado que han sido identificadas por el Gobierno como sujetos de atención, tan solo el 12.84% (917.481 personas) han recibido indemnizaciones administrativas, desde que la ley comenzó a funcionar en 2011.

Si hablamos de reparación colectiva, el panorama es aún más precario. De acuerdo con la Unidad de Víctimas existen 598 sujetos colectivos (ej. comunidades) que esperan ser reparadas; de estas, 134 cuentan con planes integrales de reparación colectiva formulados y aprobados, mientras que tan solo tres han logrado el cumplimiento del 100% de su implementación.” (Djusticia, 2019).

Desde este punto, el panorama para las víctimas es desalentador; de darse por terminada la vigencia de esta ley 1448 se desestructura el aparataje institucional desde donde se materializan las disposiciones de dicha ley e implícitamente, se deslegitiman las normativas en materia de atención a víctimas, dejando aún más a estas poblaciones en un limbo para la garantía de sus derechos.

Esta situación que estando vigente, no ha sido suficiente en recursos financieros, capacidad técnica, eficiencia y efectividad para la garantía de los derechos, de quedar sin efectos legales, pone en riesgo el acceso a los derechos de indemnización, ayudas humanitarias, reparación integral, de restitución de derechos y la restitución de tierras que tiene un capítulo particular que perdería su validez. A partir de esta situación y con los procesos de observación en el territorio, se planteó la pregunta ¿Cuáles son las condiciones socioeconómicas y las estrategias de supervivencia de la Asociación de Galleteros Víctimas de El Carmen de Bolívar, ASOGAVICAR?

Por tanto, los estudios que se deriven de conocer los estados situacionales de poblaciones víctimas del conflicto armado, donde se ponga de manifiesto que no han sido indemnizadas o reparadas administrativas o que no gocen efectivamente de sus derechos por la omisión o no pertinencia de las medidas que el Estado debe para con ellas, o que, no hayan superado su condición de víctimas logrando la estabilización socioeconómica, se vuelven insumos válidos y necesarios para conminar en las acciones que se constituyen como insumos para que la Corte atienda el llamado a pronunciarse frente a esta vigencia de la ley.

Además, en el mismo artículo 208, entre sus párrafos 1º y 2º, se plantea que el gobierno nacional deberá presentar un informe anual al Congreso de la República que dé cuenta del cumplimiento de la ley y las medidas implementadas para el alcance de los objetivos de esta. Así también, establece que el Congreso debe un año antes de finalizar la vigencia de la ley, pronunciarse sobre el estado de cumplimiento y el alcance de los objetivos de ella, para tomar medidas al respecto.



Por otro lado, evidenciar esas formas de vida y acciones colectivas que se tejen por parte de estas familias, en su condición de víctimas del conflicto armado, en condiciones de pobreza, de desesperanza y la carga que trae consigo el mismo hecho de ser víctimas de este flagelo, para permitirse la autogestión y sobrevivir a ese estado inanimado en que se encuentran, permite entre otros asuntos, abrir el espacio a un principio de la acción humana y la construcción de proyectos de vida estables y sostenibles, como lo es concebir a estas personas víctimas del conflicto armado.

Por ello, elevar la voz de los sin voz, permite que se develen nuevas formas de entender la acción colectiva y política debido a que las estrategias que las comunidades construyen según sus condiciones sociales, sus prácticas culturales, costumbres, ciencia, recursos y esperanzas constituyen un insumo válido para el desarrollo de acciones sostenidas para la estabilización tanto social como económica y para el reclamo de derechos e inclusive, de referentes teórico prácticos como aportes, entre otros, a las políticas públicas sociales a nivel departamental o municipal.

OBJETIVO GENERAL

Comprender las condiciones socioeconómicas y las estrategias de supervivencia colectiva de la Asociación de Galleteros Víctimas de El Carmen de Bolívar, ASOGAVICAR.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir las características socioeconómicas de las familias víctimas del conflicto armado, pertenecientes a la asociación de ventas de galletas Chepacorinas, en El Carmen de Bolívar.
- Describir las estrategias de supervivencia colectiva que han construido las familias víctimas del conflicto armado, pertenecientes a la asociación de venta de galletas Chepacorinas, en El Carmen de Bolívar.

REFERENTE TEORICO

Cernea argumenta que uno de los mayores riesgos del reasentamiento involuntario para las personas desplazadas es la pobreza, entendida esta como la incapacidad que tiene un individuo para satisfacer sus necesidades básicas (Cernea, Reasentamiento de Población y Estudios Sociales, 2001); este autor propone que una de las soluciones a esta problemática es la reconstrucción total de los medios de vida de las personas desplazadas.

Todos los casos de reubicación de las poblaciones desplazadas sean asentamiento, reasentamiento o retorno suponen una reconfiguración en las dinámicas de vida acostumbradas, ya que es muy improbable que los desplazados se asienten en un lugar con las mismas características territoriales y culturales de su lugar de origen. Estos cambios suponen cambios en los comportamientos individuales y colectivos de la población desplazada.



Además de ello, Cernea explicitó que la justicia e injusticia social son nociones que no se utilizan con frecuencia en el discurso del desarrollo, esto no quiere decir que no sean esenciales, ya que estas dicen mucho de cómo debería ser el actuar, la presencia de la justicia social en los planes de desarrollo para personas desplazadas aseguran la garantía extendida de los Derechos humanos de esta población, esta debe ser el eje de la redistribución equitativa de los beneficios para población desplazada.

Cernea sostiene que la pobreza si es una problemática en materia del goce de derechos y satisfacción de necesidades, pero que esta no debe aceptarse con resignación ya que es una condición que puede ser transformada si se da participación a las poblaciones desplazada en los procesos de desarrollo local y nacional.

Para William Partridge, el garantizar una elección libre y efectivamente voluntaria sobre el potencial lugar de reasentamiento, la población debe gozar de información completa sobre las nuevas condiciones y las alternativas posibles, teniendo como referentes aspectos como: las posibilidades reales “para obtener título de propiedad de los terrenos; adquirir terrenos adecuados y productivos; acceder a oportunidades de empleo y a recursos disponibles; obtener materiales de construcción; acceder a inversiones productivas; instalar y operar servicios públicos e infraestructura comunitaria; y acceder a programas complementarios de apoyo para las familias y grupos más vulnerables”. (Partridge, 2010).

Además de esto, En la sentencia T025 de 2004, la Corte ordenó una serie de medidas a las diferentes entidades para que atendieran con mayor diligencia a la población en situación de desplazamiento. De igual forma, señaló la necesidad de contar con Indicadores de Goce Efectivo de Derechos de la Población Desplazada – IGED -, con la finalidad de establecer avances, retrocesos y estancamientos en la atención a este grupo poblacional, y así tomar los correctivos necesarios, a modo de solventar las necesidades básicas insatisfechas de la población desplazada. Por medio de los Autos 185 de 2004, 178 de 2005, 218 y 266, de 2006, la Corte reiteró la necesidad de contar con indicadores y mecanismos de seguimiento y evaluación de la Política Pública de Atención a Población Desplazada, y así evidenciar la forma en que el Estado garantiza el Goce Efectivo de Derechos –GED- de la población. (Mateus, 2017).

Rey Camilo, en su artículo: Pobreza en un Reasentamiento Voluntario de Población Desplazada: Caso Patio Grande, pretende evaluar la situación de Patio Grande frente a estas dos variables. El análisis de información recolectada indica que, después de siete años de reasentamiento ningún hogar ha logrado superar la pobreza y el 76% aun recibe ingresos inferiores a la línea de indigencia. Estos resultados son consecuencia de las condiciones de vulnerabilidad y de marginalización que padecen las víctimas por su calidad de desplazados, de campesinos y de reasentados en la zona rural de un municipio muy pobre, que además es ajeno a sus múltiples y diversas raíces.

En este se concluyó que, aunque las familias recuperaron parcialmente su vivienda, las condiciones actuales de ésta, evidencia la pobreza estructural que ha venido soportando la comunidad. Por otro lado, solo una cuarta parte de los hogares logran generar ingresos



suficientes para consumir una canasta básica alimentaria, meta parcial de la Corte Constitucional, pero su nivel de ingresos es tan bajo e inestable que presentan altas posibilidades de caer frecuentemente debajo de la línea de indigencia. El resto de las familias reciben ingresos que las clasifican como de extrema pobreza, lo que implica que se encuentran en constante riesgo de inanición y que no se logra satisfacer adecuadamente el resto de las necesidades básicas.

Añadiendo qué, ninguno de los hogares reasentados ha logrado superar la pobreza medida de forma integrada por NBI y LP, por lo tanto, ningún hogar ha logrado alcanzar los elementos mínimos de dignidad y estabilización socioeconómica que permita calificarlo como no desplazado. (Rey Sabogal, 2010).

METODOLOGIA

El enfoque de la investigación fue de tipo mixto que permitiera un acercamiento holístico de la realidad a estudiar y esto permitió que para el alcance de describir las condiciones socioeconómicas de las familias pertenecientes a la asociación, se usaran los supuestos del enfoque cuantitativo que permitiera medir las variables a estudiar. Por otro lado, para la descripción de las estrategias de sobrevivencia de la asociación de galleteros, se contemplaron los supuestos del enfoque cualitativo que permitiera la interpretación y comprensión de la realidad, desde las perspectivas propias de los sujetos de estudios sin llevarlo a plantear las justificaciones de causalidad entre las categorías de análisis.

El nivel de la investigación fue de tipo descriptivo, toda vez que se pretendió el conocimiento de las características de las variables y las categorías de estudio. Para el caso concreto de los resultados presentados en este artículo, la población que se trato fueron las familias pertenecientes a la Asociación de Galleteros Víctimas del Conflicto en El Carmen de Bolívar, ASOGAVICAR. Un total de 65 familias. La muestra que se utilizó fue de 50 familias. Se accedió a esta cantidad de familias, por cuestiones de ubicación y acceso a donde residen, por la disponibilidad de tiempos del líder que acompañaba el proceso de búsqueda y otra que, en su libre decisión no estuvieron de acuerdo en participar en la investigación. Esta situación, no permitió poder realizar y hablar de un censo poblacional y llevó a cambiar la técnica de recolección e información a la encuesta, con el mismo cuestionario. Las variables de análisis para este particular, son las Condiciones socioeconómicas víctimas del conflicto armado y los indicadores son: Lo contextual, Lo social, Lo económico, Lo familiar, Derechos de víctimas del conflicto.

Para el diseño del cuestionario se tomó como referencia los indicadores de Goce Efectivo de Derecho establecidos por la Corte Constitucional en materia de víctimas del conflicto armado, los indicadores de condiciones socioeconómicas del DANE y algunas preguntas que están condensadas en las Encuestas de condiciones socioeconómicas de hogares y personales para víctimas del conflicto armado del grupo de investigación Espacio, Territorio y Conflicto. El cuestionario final que se diseñó contó con los siguientes aspectos: información demográfica, información familiar; del hogar (económica, de salud, educativa, psicológica) y la vivienda (condiciones físicas, tipos, etc.), información acerca del acceso a derechos



según ley 1448 de 2011, entre otras. Luego de tener el instrumento organizado, se pasó a desarrollar con 7 usuarios (personas en situación de víctimas del conflicto armado), que eran atendidos por el Proyecto de Extensión del Consultorio Jurídico de Derecho y Desplazamiento y de allí se logró eliminar algunas preguntas que no lograban conectar con los objetivos propuestos y se modificaron palabras o expresiones técnicas que algunas personas no lograr comprender a un lenguaje coloquial.

Luego de esto, se procedió a capacitar a un grupo de 6 estudiantes de los programas de Trabajo Social y Derecho de la Universidad de Cartagena, para la aplicación del cuestionario a cada una de las familias que habían aceptado previamente participar en el estudio. Este consentimiento inicial, se hizo a través de los líderes de esta población que visitaron casa a casa a sus compañeras y compañeros para tener el dato de cuantas familias serían encuestadas bajo su autorización. La aplicación de este cuestionario, en ocasiones se tuvo que aplicar en los lugares de trabajo de estas personas, debido a que no podían irrumpir en sus actividades, para atender a los encuestadores.

Debido a este recorrido y acercamiento a varios miembros de esta comunidad, se pudo ir identificando personas claves para realizar las entrevistas, en ese momento previo, se pudo identificar 7 personas claves, algunos vendedores de galletas históricos y algunas otras, esposas e hijas de algunos vendedores asesinados. Pero, la misma situación en la que se encuentran sumidas estas familias y, no solo por la situación económica, sino más significativa, la situación psicológica, cerró las posibilidades que varias de estas personas accedieran a narrar sus historias y procesos en su trasegar por estas experiencias y con ello la idea de haber realizado la técnica de grupo focal.

La información recopilada se tabuló y proceso en el software Excel versión 16.48, donde se realizaron calculos estadísticos y gráficas para el análisis final de la información. De igual manera, la técnica de Observación se utilizó y se realizó en los sectores donde están asentadas estas familias y los lugares realizan las ventas de galletas. Para ello, se diseñó una guía de Observación, que constaba de los aspectos como condiciones de la vivienda, condiciones de habitabilidad, Acceso a servicios públicos, entre otros. Además de ello, se realizó una constante revisión documental que permitió la construcción del estado de arte y la retroalimentación de los hallazgos encontrados con la teoría.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN PARCIALES O FINALES .

A continuación se presentan las condiciones socioeconómicas de las familias pertenecientes a ASOGAVICAR, que incluyen una mirada cuantitativa de la realidad en la que se encuentran asumidas estas personas en su situación de víctimas del conflicto armado. Mientras que en el país el 51% de la población son mujeres, en esta comunidad este grupo sólo representa el 42.8% y mientras que a nivel nacional el 48% son hombres, en esta comunidad los datos de presencia masculina llegan a 57.2%.

Las jefaturas de hogar están en manos de los hombres en un 97%, quienes se dedican directamente a la venta de las galletas. El otro 3% se encuentra bajo la jefatura femenina, que



muchas son las madres o compañeras de los vendedores masacrados. Esta comunidad que, a la luz de los procesos de Justicia y Paz ha podido conocer sobre las acciones de la masacre y desapariciones a compañeros y familiares, la evidencia de sus procesos de desplazamiento forzado no se les ha dado la atención oportuna que por ley les ha correspondido. Aun cuando estas familias en un 94% han sido incluidas en el RUV, en la siguiente gráfica se evidencia que no han tenido el acompañamiento y atención idónea para su restablecimiento socioeconómico.

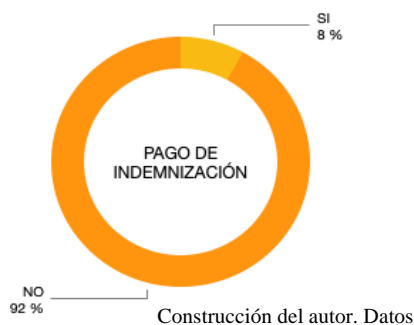
Gráfico 1 AYUDA HUMANITARIA DE EMERGENCIA



Esta gráfica representa los porcentajes de familias que recibieron o no Ayuda de Atención Humanitaria. Esto permite conocer que más del 80% de estas familias no fueron asistidas frente a las necesidades propias de estos hechos victimizantes.

Al consultar a quienes, si recibieron la AHE, esbozan que lo lograron a raíz de esfuerzos personales, apoyo de líderes comunitarios y por instituciones no gubernamentales.

Gráfico 2 INDEMNIZACIÓN

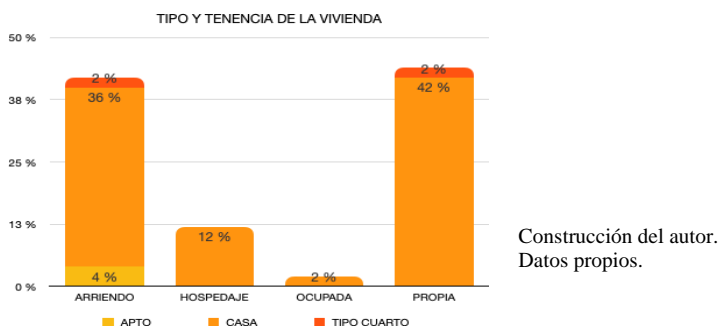


Los pagos de indemnización, solo el 8% afirma haberlos recibido. Estos han sido posibles porque fueron familias que adelantaron el proceso por vía judicial y con las declaraciones de los Paramilitares en Justicia y Paz se ha podido ir adelantando las acciones pertinentes.



Estas familias no han recibido el pago de indemnización, esta es una de las acciones que la asociación viene adelantando con el acompañamiento de Consultorio Jurídico de Atención a Víctimas del Conflicto, de la Universidad de Cartagena, diligenciando acciones jurídicas para el reclamo de este derecho y los demás que le asistan, como colectivo y de manera particular por familias.

Gráfico 3 TIPO Y TENENCIA DE LA VIVIENDA



Se puede observar que mayormente estas familias se encuentran viviendo en casas arrendadas con un 42%, seguido de las viviendas que son propias representando un 36%. Al consultar sobre las formas de obtención de estas viviendas han sido construidas propiamente o han ampliado en los lotes de sus familiares, para los casos de las casas propias pues, todos contestaron que no han recibido ni accedido a ningún tipo de subsidio de vivienda por parte del Estado.

No obstante, se evidencia la falta de acceso a la vivienda propia, mirando que tan solo el 36% de estas familias tiene casa propia, hay un 64% que no tiene ningún tipo de propiedad. Debido a que la comunidad se constituye alrededor de la actividad económica de *Venta de Galletas*, casi en su totalidad de manera ambulante, se considera dicha actividad como economías informales, pero, denota que la tasa de ocupación es significativa, en el caso de los jefes de hogar.

Haciendo la distinción por géneros, la ocupación es ampliamente superior en el grupo de hombres, ya que mientras el 99.9% de estos estaban trabajando, sólo el 7.9% de las mujeres reportó haber efectuado actividades remunerativas en los últimos días. Sin embargo, este dato excluye a las mujeres que realizan sus actividades como amas de casa, aun cuando no tienen remuneración, la cifra del sexo femenino laborando crecería a 70%. Este elemento es importante para la división del trabajo que funciona en las familias de la comunidad, debido a que en esta comunidad el hombre se dedica a la venta de las galletas y las mujeres desarrollan en la vivienda, además de las labores relacionadas con la economía del cuidado la venta de servicios.



Gráfico 4 INGRESOS ECONÓMICOS DE LA COMUNIDAD



Construcción del autor. Datos

Estos datos de ingresos económicos se recolectaron únicamente a razón de la actividad de venta de galletas que realizan estos señores, no solo como actividad principal de sus familias, sino que además es la única que se desarrolla por parte de sus familias. Este gráfico detalla los ingresos económicos de los jefes de hogar, donde se puede apreciar que solo un 12% de estas familias vive con ingresos económicos superior al salario mínimo legal vigente.

Estas condiciones laborales de informalidad agravan la evaluación de las variables sobre calidad del empleo. La inexistencia de los contratos laborales, los reconocimientos de prestaciones sociales, la estabilidad laboral y los salarios superiores al mínimo legal vigente y permite ver en las condiciones en que estas personas sostienen a sus familias que representan para esta comunidad el 88% de los hogares. Un ejercicio de vida con ingresos inferiores a lo que se establece por ley como mínimo vital para que una familia pueda acceder a la satisfacción de sus necesidades básicas, evidencia el no acceso a las políticas de generación de ingresos y capital semilla del cual debe propender el Estado.

CONCLUSIONES

A partir de los resultados anteriores se habla de barreras administrativas que no permiten que las víctimas accedan a los beneficios que por ley les corresponden, en El Municipio de El Carmen de Bolívar, *...de manera especial llama la atención los datos sobre subsistencia mínima, pues el no acceso a este derecho supera el 70% de la población encuestada, paralelo a ello, los montos a nivel nacional invertidos en este derecho son altísimos y la Contraloría encontró falencias en materia de reintegros. También se escuchó de las víctimas que muchas no habían cobrado sus ayudas humanitarias porque no se habían enterado de la consignación del dinero, ello refuerza la necesidad de la superación de las barreras administrativas, especialmente la desarticulación entre las instituciones que ha designado el Estado para que las víctimas vean materializado su derecho a subsistir.* (Navarro M, 2018, p. 24).

Iniciando con estos datos, hay elementos que evidencian que la situación de estas familias, pertenecientes a la asociación ASOGAVICAR, no es ajena a lo que se padece a nivel

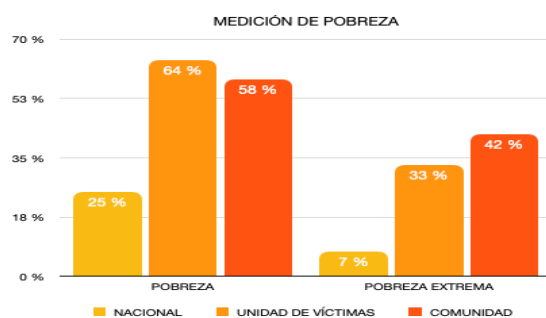


nacional, sin contar que todavía se discute porque existen múltiples familias que tienen la condición de víctimas y no aparecen en el registro.

Ahora bien, con la aparición de la ley 1448 de 2011, se condensan nuevas disposiciones en materia de Justicia transicional, como es la Reparación Integral, *esta comprende las medidas de restitución, indemnización, rehabilitación, satisfacción y garantías de no repetición, en sus dimensiones individual, colectiva, material, moral y simbólica* (Ley 1448, 2011, 10 junio). Con la descripción de las condiciones socioeconómicas de estas familias, queda manifiesto que no han sido reparadas integralmente por el Estado.

Por otro lado, un elemento que permite comprender que estas familias por más de 15 años no han logrado su estabilización socioeconómica, es determinar su condición de pobreza.

Gráfico 5 POBREZA – POBREZA EXTREMA.



Construcción del autor. Comunidad: Datos propios. – Otros datos, Informe UARIV-2014.

Los datos representados en la gráfica son: la población colombiana en general (nacional), la población víctima del conflicto (Unidad de Víctimas) y familias de ASOGAVICAR (comunidad). Si bien para la población nacional de Colombia, tan solo el 25% se encuentra en la línea de pobreza⁵⁰, que podría representar un porcentaje no significativo y con el 7% de esta población tan solo en pobreza extrema, el panorama de las familias víctimas del conflicto armado, es aún más crítico. Tanto para las familias víctimas pertenecientes a la asociación ASOGAVICAR, como para las víctimas del conflicto, en general del país, ninguna de ellas se encuentra por encima de la línea de pobreza. La situación es un reflejo muy preciso, mientras que para las víctimas en general, el 64% de estas se encuentran en la línea de pobreza, en las familias de la asociación, el 58% también lo están; una diferencia de 6 puntos porcentuales.

De igual forma, la cantidad de familias que se encuentran por debajo de la línea de pobreza, para las víctimas en general, son el 33% y para el caso de la asociación, son el 42%, una

⁵⁰ Se calcula midiendo los hogares víctimas que tienen ingresos iguales o inferiores a la línea de pobreza y pobreza extrema. Para el caso de las familias de la asociación, se tomaron los referentes de la línea de pobreza para Centros poblados: 169.000 mil pesos y menos; pobreza y de 100.000 pesos y menos; pobreza extrema.



diferencia de 9 puntos porcentuales. Para ambos casos es alarmante esta situación, toda vez que, las diferencias entre pobreza y pobreza extrema son estrechas.

Estos elementos permiten constatar y a la vez invitan a la reflexión sobre estas situaciones en las que se encuentran estas familias víctimas del conflicto armado, que no se agota en solo determinar su condición de pobreza, sino en la colocación como excluidos en el mundo, que se acentúa con la ineffectividad de las políticas públicas para su atención y qué, pasado alrededor de 20 años desde que fueron victimizadas, hoy día su peregrinaje está en que la institucionalidad se encuentra en una depuración del registro, ad portas de la finalización de la vigencia de la Ley 1448 de 2011, midiendo las condiciones socioeconómicas de estas familias, para determinar el cese de su condición de víctimas, en muchas ocasiones, haciendo una mala interpretación de la ley.

No obstante, esto en estas condiciones de pobreza y pobreza extrema, sin la presencia eficaz de un aparato institucional que garantice el acceso para el goce y disfrute de los derechos que como víctimas del conflicto armado les asiste, en todo este tiempo transcurrido, estas familias han desarrollado acciones individuales y/o colectivas que les han permitido existir.

BIBLIOGRAFIA

- Cariola, C. (1992). Sobrevivir en la pobreza, el fin de una ilusión. *EURE*, 86-87.
- Cernea, M. (2000). Risks, Safeguards and Reconstruction: A Model for Population Displacement and Resettlement. *Economic and Political Weekly*, 35, 3659-3678.
- Cernea, M. (2001). Reasentamiento de Población y Estudios Sociales. (*Ponencia*). Banco Mundial, Rio de Janeiro.
- Congreso de la República. (1997, 18 de julio). *Ley N° 387*. Bogotá: Congreso de la República. Obtenido de <http://centrodedocumentacion.prosperidadsocial.gov.co/Documentos%202019/Normativa/Leyes/1997/LEY-387-DE-1997.pdf>
- Congreso de la República. (2011, 10 junio). *Ley 1448*. Bogotá: Congreso de la República. Obtenido de <https://www.unidadvictimas.gov.co/sites/default/files/documentosbiblioteca/ley-1448-de-2011.pdf>
- Corporación Nuevo Arco Iris. (16 de julio de 2014). *www.arcoiris.com.co*. Obtenido de <https://www.arcoiris.com.co/2014/05/la-masacre-de-los-galleteros/>
- Corte Constitucional. (2003). *Sentencia T-602*. Bogotá: Corte Constitucional.
- Corte Constitucional. (2004). *Sentencia T-025*. Bogotá: Corte Constitucional.
- Djusticia. (2019). *Que nos llamen inocentes: Testimonios de detenciones arbitrarias en El Carmen de Bolívar*. (Vol. 1). Bogotá, Colombia: Editorial Antropos.
- Djusticia. (12 de Julio de 2019). *www.dejusticia.org*. Obtenido de <https://www.dejusticia.org/el-congreso-debe-fortalecer-la-ley-de-victimas-y-restitucion-de-tierras-antes-de-que-expire-en-2021/>
- Duica Amaya, L. (2013). Geografía de la violencia en El Carmen de Bolívar. (*Tesis maestría*). Universidad de Los Andes, Bogotá.



- Hurtado, J. (2000). *Metodología de la Investigación Holística*. Caracas: Fundación Sypal.
- Ibáñez, A., & Moya, A. (2007). *La población desplazada en Colombia: examen de sus condiciones socioeconómicas y análisis de las políticas actuales*. Bogotá: Xpress Estudio Gráfico y Digital Ltda.
- Morris Rincón, J. P. (Productor), & Morris Rincón, J. P. (Dirección). (2013). *Río Magdalena 2: La esperanza* [Película]. Colombia. Recuperado el noviembre de 2013, de <https://www.youtube.com/watch?v=gdesFdOXf0s&list=UUVesZzYBq86RSQ41MJUziDA&index=591>
- Navarro M, A. M. (2018). Barreras de acceso a la justicia y las víctimas del conflicto armado. Caso El Carmen de Bolívar. (*Tesis maestría*). Universidad Santo Tomás de Aquino, Bogotá.
- Navarro, A. (Dirección). (2013). *Las víctimas: ayer y hoy* [Película].
- Partridge, W. (01 de Julio de 2010). *Reasentamiento en Colombia*. Bogotá: Banco Mundial. Obtenido de Partridge, William: <https://documentos.bancomundial.org/es/publication/documents-reports/documentdetail/531581468770503889/reasentamiento-in-colombia>
- PNUD. (2010). *Los Montes de María: Análisis de la conflictividad*. Bogotá: Impresol.
- Rey Sabogal, C. (2010). Pobreza en un reasentamiento voluntario de población desplazada: caso Patio Grande. *Palabra N°11*, 58-82.
- Rutas del Conflicto. (05 de junio de 2014). *rutadelconflicto.com*. Obtenido de.com: <https://rutadelconflicto.com/node/11720>
- Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas. (2014). *Informe sobre el goce efectivo de derechos de la población víctima del desplazamiento forzado*. Bogotá.
- Verdad Abierta. (27 de 04 de 2014). *verdadabierta*. Obtenido de.com: <https://verdadabierta.com/la-masacre-de-los-galleteros/>



LÍNEAS DE CRÉDITO DESTINADAS A LAS MIPYMES EN COLOMBIA DURANTE LA EMERGENCIA ECONÓMICA DERIVADA POR LA PANDEMIA DEL COVID-19

*Adelaida Ojeda Beltrán⁵¹, María Alejandra Castillo Arrieta⁵²,
Ayled Paola López Charris⁵³*

RESUMEN

La competitividad, productividad, crecimiento y desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES) funcionan como eje transversal de la actividad económica de los países a nivel mundial. Sin embargo, debido a la velocidad de contagio del COVID-19 se establecieron medidas restrictivas que llegaron a afectar de manera radical la liquidez de dichas Mipymes, siendo necesario su financiamiento. Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es identificar las líneas de crédito destinadas a las Mipymes en Colombia durante la emergencia económica derivada por la pandemia del covid-19. La metodología implementada corresponde a un enfoque cualitativo mediante la técnica de análisis de contenido tomando como unidad de análisis la información registrada en el sitio web del Banco de Desarrollo Empresarial (BANCOLDEX), vinculado al Ministerio de Industria y Comercio. Para el tratamiento y análisis de la información recolectada se utilizó el software de análisis de contenido Atlas. ti versión 9.

Palabras clave: Mipymes, crédito, liquidez, covid-19, financiamiento.

ABSTRACT

The competitiveness, productivity, growth and development of Micro, Small and Medium Enterprises (MIPyMES) serve as the transversal axis of the economic activity of the countries worldwide. However, due to the speed of contagion of COVID-19, restrictive measures were established that radically affected the liquidity of these MSMEs, requiring their financing. Therefore, the objective of this research is to identify the credit lines destined to MSMEs in Colombia during the economic emergency derived by the covid-19 pandemic. The implemented methodology corresponds to a qualitative approach through the content analysis technique, taking as the unit of analysis the information registered on the website of the Business Development Bank (BANCOLDEX), linked to the Ministry of Industry and Commerce. For the treatment and analysis of the information, the Atlas.ti version 9 content analysis software was used.

⁵¹ Adelaida Ojeda Beltrán es Administradora de Empresa-Magíster en Administración de Organizaciones- Profesor Investigador. Universidad del Atlántico, Colombia. Correo electrónico: adelaidaojeda@uniatlantico.edu.co -Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4530-5644>.

⁵² María Alejandra Castillo Arrieta es Estudiante del programa de Administración de Empresas. Universidad del Atlántico. Semillero Organizaciones Inteligentes del grupo de Investigación Organizaciones sostenibles. Barranquilla. Colombia. Dirección. Carrera 30 Número 8- 49 Puerto Colombia - Atlántico. PBX: (5)3853002. Correo electrónico Institucional: malejandrastillo@mail.uniatlantico.edu.co

⁵³ Ayled Paola López Charris es Estudiante del programa de Administración de Empresas. Universidad del Atlántico. Semillero Organizaciones Inteligentes del grupo de Investigación Organizaciones sostenibles. Barranquilla. Colombia. Dirección. Carrera 30 Número 8- 49 Puerto Colombia - Atlántico. PBX: (5)3853002. Correo electrónico Institucional: ayledplopez@mail.uniatlantico.edu.co



Keywords: MSMEs, credit, liquidity, covid-19, financing.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación pretende identificar las líneas de crédito destinadas a las Micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMES) en Colombia durante la emergencia económica derivada por la pandemia del covid-19, buscando así reactivar la economía del país y proveer liquidez a estas unidades de negocio. Teniendo en cuenta lo sucedido a nivel internacional debido a la propagación del COVID-19, Colombia ha tomado medidas para la atención médica y protección del sistema. Desde marzo se han adoptado medidas restrictivas y de aislamiento social que han repercutido negativamente en la economía. Según los números del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en los primeros seis meses fueron 2,7 millones de puestos de trabajo perdidos en 2020. Comparado con el mismo período del año anterior, por ejemplo, la consecuencia da una caída del PIB del -7,4% en el primer semestre del año. Aumentó el impacto en la economía ya que según cálculos de Asociación Colombiana de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI, 2019), las Mipymes han sido las más afectadas y éstas son responsables de 17 millones de puestos de trabajo en el país. En este caso, las unidades de producción más pequeñas son particularmente vulnerables por las dificultades a las que tienen que adaptarse en materia económica y de financiamiento.

Dentro de los elementos a nivel institucional Colombia establece apoyo al segmento empresarial de la micro, pequeña y mediana empresa desde la Ley 905 de 2004, por medio de la cual se crea el Sistema Nacional de Apoyo a las Mipymes; que se encuentra conformado por el Consejo Superior de la Pequeña y Mediana Empresa, el Consejo Superior de la Microempresa y los consejos regionales. Los dos Consejos Superiores se encuentran presididos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT), los cuales generan un esquema de diálogo perdurable y permanente en busca de que los distintos actores que tengan alguna intención de intervención enfocada a las Mipymes, puedan así generar aportes a la ideación y desarrollo de políticas públicas para este sector. De acuerdo con cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística, las Mipymes en Colombia: “Representan el 80 % del empleo del país y el 90 % del sector productivo nacional” (Redacción el Tiempo). De tal forma, el impacto significativo que tienen las Mipymes en la economía del país se traduce en desarrollo y crecimiento. Es así, que cualquier problemática que llegue a afectarlas, como lo es la pandemia del COVID-19, afecta de manera directa los ingresos a nivel público y privado, a nivel nacional y en cada una de las esferas de la sociedad. En razón de lo expuesto, es como más adelante se identificarán las líneas de crédito destinadas a las Micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMES) en Colombia durante la emergencia económica derivada por la pandemia del covid-19.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

La letalidad e infectividad del COVID-19 han aumentado la dificultad del tratamiento farmacológico y la necesidad de que la Organización Mundial de la Salud (OMS) formule una serie de pautas y medidas que permitan que los países puedan afrontar esta crisis. La



Organización Mundial de la Salud (2020) considera que “la respuesta internacional a la pandemia de COVID-19, las limitaciones de la transmisión del virus de persona a persona, la protección de los afectados y la preservación de los servicios básicos de salud son los objetivos primordiales mientras que continúe la crisis por el presente virus”. El núcleo de estas decisiones es la vida como valor básico y fortalecedor, el sistema de salud es el elemento clave para asegurar este objetivo, y por tanto es uno de los indicadores más relevantes en el desarrollo de las medidas para evitar la saturación de dicho sistema.

La propagación del virus y su impacto en las ocupaciones en el sistema de salud tienen repercusiones en las actividades productivas, las cuales están determinadas por factores como las empresas, las restricciones de movilidad y el distanciamiento social. Las empresas y los trabajadores se han visto obligados a suspender el trabajo o reducir su tamaño, lo que disminuye la producción y la demanda de bienes y servicios. El impacto en el empleo según la medición de la Organización Internacional del Trabajo (OIT 2020) describe que "El cierre parcial ha afectado a aproximadamente 2.700 millones de trabajadores de todo el mundo, siendo el 81% de la población activa ", y según estimaciones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE 2020), "Las medidas de contención han ocasionado la pérdida de crecimiento del PIB de 2 puntos porcentuales por mes". Aunque la crisis afecta a todas las empresas, para las micro, medianas y pequeñas (Mipymes) el impacto será aún mayor, por ocupar una posición importante en la estructura empresarial del país, lo que se traducirá en un gran número de cierres y pérdida de oportunidades laborales. Según el diagnóstico de la Cámara de Comercio relacionado con la situación de las pymes y las características de la crisis, la CEPAL estima que en el país cerrarán más de 2,7 millones de empresas formales y se perderán 85 millones de puestos de trabajo, sin contar los recortes de costos por parte de las empresas que seguirán operando. En razón de lo expuesto, podemos denotar que el factor que más se ha visto afectado en las Mipymes, siendo estas nuestro objeto de estudio, es la liquidez. Por tal razón, resulta imprescindible determinar cuáles han sido los beneficios o alivios económicos que el gobierno nacional le ha brindado a estas unidades de negocio para su reactivación y por ende la reactivación de la economía del país en general. De tal forma, nuestro proyecto se justifica en la necesidad de visibilizar e identificar las líneas de crédito que se han implementado a nivel nacional durante la crisis suscitada por el COVID-19, en busca del financiamiento de las Mipymes para que éstas puedan solventar su mano de obra y de tal forma llegar a aumentar su rentabilidad en función de los apoyos económicos brindados.

OBJETIVO GENERAL

Identificar las líneas de crédito destinadas a las Mipymes en Colombia durante la emergencia económica derivada por la pandemia del covid-19.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar las principales características de las líneas de crédito destinadas a las Mipymes en Colombia durante la emergencia económica derivada por la pandemia del covid-19.



- Establecer las relaciones existentes entre las distintas líneas de crédito destinadas a las Mipymes colombianas durante la emergencia económica derivada por la pandemia del covid-19.

REFERENTE TEÓRICO

1. Líneas de crédito

La línea de crédito es la cantidad que el banco puede proporcionarle a una persona natural o jurídica, y esta puede usar esa cantidad en parte o en su totalidad dentro de un período de tiempo. Por ejemplo, el mandato es de un año. El banco mantiene un saldo excedente en la cuenta y cobra intereses sobre esa parte del dinero que usa en un momento específico. La persona paga por la cantidad de días que escoja para pagar. Por lo general, también debe pagar menos intereses en la línea de crédito porque la cuenta se puede abrir con el saldo que pueda tener. Sin embargo, el interés más alto es la tarifa de uso que le cobran. (Banca, 2015) De tal manera, es imprescindible reconocer las directrices que giran en torno a las líneas de crédito otorgadas a las Mipymes colombianas durante la contingencia del Covid-19.

2. Ley N° 2069 31 de Dic 2020

“Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia” La presente Ley tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. (República)

Además de una serie de disposiciones comunes para la promoción de la pequeña y microempresa, la ley también incluye varias disposiciones específicas para las cooperativas y empresas de la economía solidaria.

Entre estas nuevas regulaciones, encontramos que la Confederación de Cooperativas de Colombia (CONFECOOP) formuló varias acciones en la propuesta de política pública presentada al gobierno en agosto de 2019, y recibió un fuerte apoyo de la Bancada cooperativista del Congreso de la República. Al aprobar estas medidas, la coordinación entre el gobierno, el Congreso y el departamento es decisiva la postura del Congreso. (Confecoop, 2020)

3. Bancóldex

Fue creado en 1991 en miras de apoyar y fomentar el desarrollo empresarial por medio de instrumentos ya sean financieros o no financieros, Mediante las líneas de crédito que ofrece, propende a operar como banca de segundo piso, proveyendo así herramientas de financiación a través de cuatro herramientas clave:

- Fomentar las apuestas de desarrollo para las mipymes
- Apoyar los procesos de internacionalización
- Impulsar proyectos sostenibles
- Proyectos de la economía creativa

En función de la presente pandemia suscitada por el COVID-19, Bancóldex ha generado líneas de crédito como “Colombia responde”, dentro de esta se incluyen diferentes grupos de instrumentos de financiamiento a nivel nacional, que se categoriza por sectores y regiones de



financiación teniendo como objetivo brindar de forma especial soluciones de liquidez. Además, Bancóldex e iNNpulsa Colombia siempre han trabajado de forma mancomunada en miras de la creación de líneas de crédito para apoyar el emprendimiento y empresas en etapas de ideación y crecimiento. (Heredia Zurita & Dini, 2020)

4. Marco de políticas para mitigar el impacto de la crisis sobre las Mipymes

La OIT (2020) presentó un conglomerado de políticas para mitigar el impacto económico y social de la crisis causada por la COVID-19, estas se encuentran estructuradas en cuatro pilares:

- 1) Estimular la economía y el empleo;
- 2) Apoyar a las empresas, los empleos y los ingresos;
- 3) Proteger a los trabajadores en el lugar de trabajo, y
- 4) Recurrir al diálogo social para encontrar soluciones.

El fundamento sobre el que descansan los cuatro pilares son las normas internacionales del trabajo, que “proporcionan un plan de respuestas de política de probada eficacia para facilitar una recuperación sostenible y equitativa”, de acuerdo con la OIT (2020). (OIT PAíses Andinos)

5. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT)

En este Ministerio se encuentra el Viceministerio de Desarrollo Empresarial, y desde este se direcciona la Dirección de Mipyme, que tiene como objetivo implementar y orientar diversas estrategias en aras de fortalecer el desarrollo de este tipo de empresas. Además, existen dos entidades autónomas adscritas al MINCIT que cuentan con relevancia especial en materia de las herramientas de apoyo empresarial ofrecidas: Colombia productiva e iNNpulsa Colombia. (CAF,2015)

Colombia productiva se creó en 2008, a partir del 2015 ha llevado a cabo programas en función de la Política de Desarrollo Productivo, partiendo de cinco ejes fundamentales:

- Productividad
- Transferencia de conocimiento
- Calidad
- Encadenamiento
- Sofisticación

6. Financiamiento

El financiamiento es el proceso de proporcionar fondos a empresas o personas para proyectos o negocios, es decir, fondos (como dinero y crédito) para que puedan ejecutar sus planes. En lo que respecta a la empresa, suelen ser préstamos bancarios o recursos aportados por inversores. (BBVA). De tal manera, como se ha mencionado con anterioridad las Mipymes en busca de su reactivación económica necesitan ser financiadas por medio de las líneas de crédito, es así que a continuación se presentará el bosquejo realizado en torno a las líneas de crédito implementadas durante la emergencia suscitada por el COVID-19 en Colombia.



METODOLOGÍA

Esta investigación se abordó desde un enfoque cualitativo mediante la técnica de análisis de contenido tomando como unidad de análisis la información registrada en el sitio web del Banco de Desarrollo Empresarial (BANCOLDEX) que se encuentra vinculado al Ministerio de Industria y Comercio. La credibilidad de los hallazgos se dirige a la utilización de técnicas seguras; a las calidades y experiencia de las y los investigadores y a la perspectiva paradigmática en que orienta la investigación (Patton, 1990). Para sustentar la credibilidad de las descripciones se utilizó la noción triangulación, que consiste en una serie de estrategias a través de las cuales los investigadores compensan el sesgo que podría permear la información. La estrategia de la triangulación se operativiza por una serie de procedimientos como los siguientes (Denzin y Guba, 1994. Patton, 1990. Stake, 1998):

- Triangulación de las fuentes de datos.
- Triangulación de teorías.
- Triangulación de técnicas.
- Triangulación por investigadores. (Cavaría, 2006)

En este caso utilizamos la triangulación de las fuentes de datos a través de la creación de la unidad hermenéutica, por medio de redes, que permiten las representaciones de la información compleja y para el tratamiento y análisis de la información recolectada se utilizó el software de análisis de contenido Atlas. ti versión 9 de forma gráfica.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN FINALES.

Tabla 1. Líneas de crédito financiadas por el Gobierno Nacional en cabeza de Bancóldex dirigidas a las Mipymes en Colombia durante la emergencia económica derivada por el COVID-19.

Nombre de la línea	Descripción	Número de circular
Colombia responde para todos	El Gobierno Nacional, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Bancóldex, han diseñado una nueva solución de crédito preferencial.	No. 006 02 ABR 2020
Colombia Emprende E Innova Contra Los Efectos Económicos Del Covid19 Coronavirus.	La Unidad de Gestión de Crecimiento Empresaria del Gobierno Nacional – iNNpulsa Colombia y Bancóldex, han diseñado la siguiente solución de crédito preferencial	No. 007 08 ABR 2020



Nombre de la línea	Descripción	Número de circular
Reactívatelo Bancóldex	Colombia Productiva y Bancóldex, buscando apoyar el reinicio seguro de las actividades productivas, han diseñado una solución de crédito.	No. 020 19 JUN 2020
Mipymes Competitivas Para Escalamiento Productivo 2020	Con el fin de apoyar la recuperación productiva de las mipymes del país en el marco de la reactivación económica en el 2020, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Bancóldex, pone a disposición de los empresarios una línea especial de crédito	No. 030 10 AGO 2020
Reactivación TIC	El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicación y Bancóldex, en vista de los efectos negativos han diseñado una solución de crédito preferencial.	No. 038 25 SEP 2020
Innpulsa Capital Para Empresas En Etapa De Crecimiento	INNpulsa Colombia y Bancóldex, han diseñado una solución de crédito preferencial orientada a la reactivación económica de las empresas	No. 047 18 NOV 2020
DELTA 3.0.	Con el fin de apoyar la estructuración, gestión y financiación de proyectos empresariales con componentes de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación (I+D+i), INNpulsa Colombia y Bancóldex acuerdan la generación de mecanismos de financiación	No. 048 18 NOV 2020
Ruta N Para Empresas De Alto Impacto	RUTA N y Bancóldex, buscando apoyar a las empresas	No. 002 09 FEB 2021



Nombre de la línea	Descripción	Número de circular
	con alto potencial de crecimiento en la reactivación de su actividad productiva, han diseñado una solución de crédito	
Línea Para Actividades Productivas De Personas En Condición De Discapacidad	En cumplimiento de lo previsto en el numeral 5° del artículo 13 de la Ley Estatutaria 1618 de 2013 Bancóldex se permite anunciar la siguiente línea de crédito:	No. 006 18 FEB 2021

Fuente: Elaboración propia, a partir de la información consultada en Bancóldex (2021)

Los resultados de la investigación se derivan del análisis cualitativo a través de la creación de la unidad hermenéutica, por medio de redes, que permiten las representaciones de la información compleja organizada en ATLAS. ti en forma gráfica, lo cual constituyen la base para la sistematización, análisis e interpretación de los datos. Así como el poder visualizar la estructuración de hallazgos y de proposiciones teórica.

En la siguiente tabla, se muestran las relaciones predeterminadas aportadas por el programa y aquellas definidas personalmente.

Tabla 2. Tipos de relaciones en el software ATLAS. ti 9.0.23

Tipos de relaciones	
Relaciones definidas por el programa	Relaciones definidas por el investigador
“es un(a)” “es parte de” “está asociado con”	“al” “dirigidas a” “establecidas por” “hace parte de” “hasta” “mediante” “por medio de” “son”

Fuente: Elaboración del equipo investigador, a partir de ATLAS. ti 9.0.23 (2021).

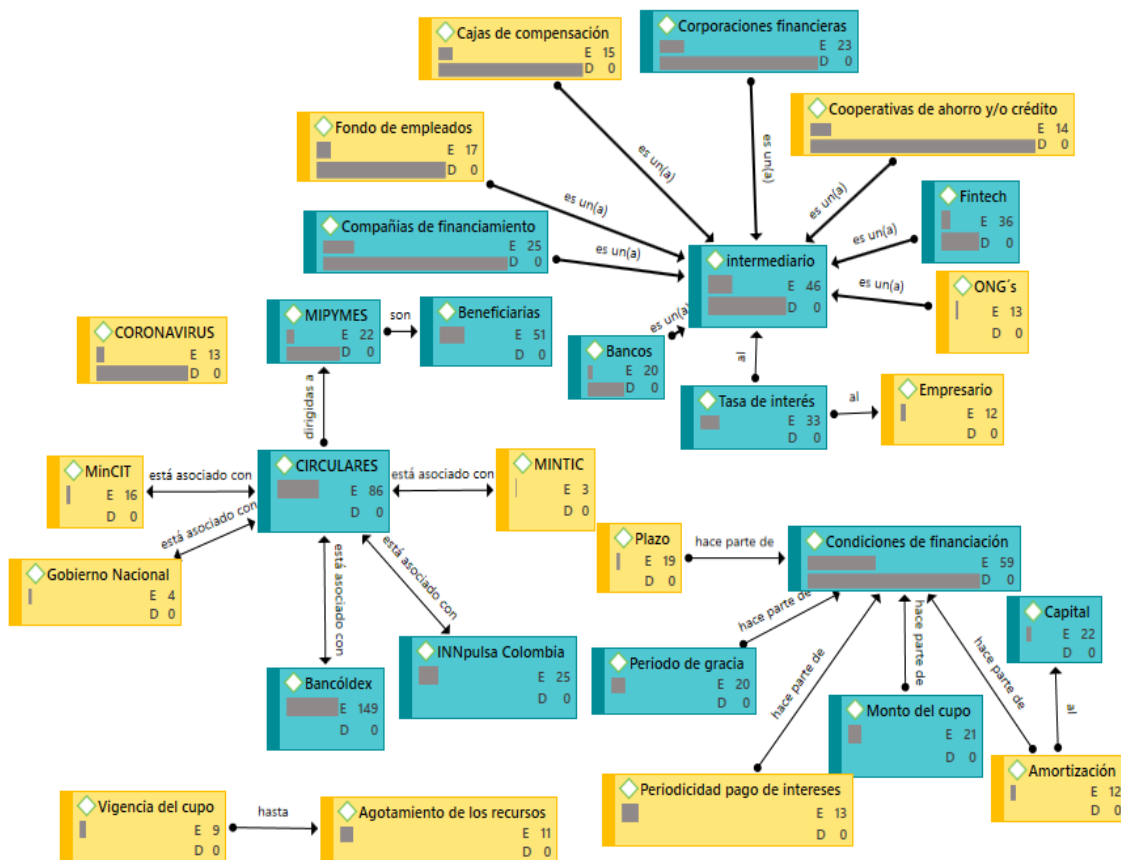


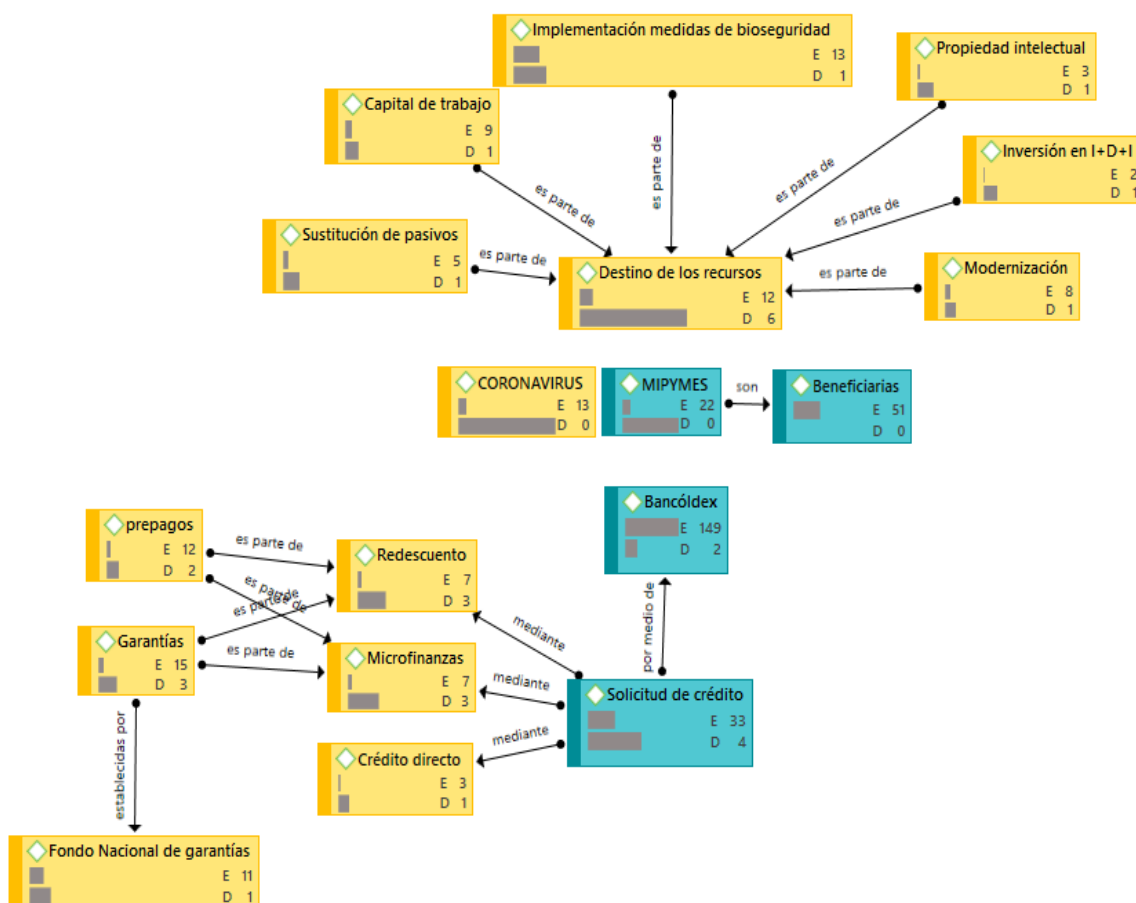
Ilustración 1. Modelo de red entre las categorías con mayor enraizamiento

Fuente: Elaboración propia a partir del software ATLAS. ti versión 9.0.23 (2021).

Esta red permite evidenciar las relaciones existentes para las distintas líneas de créditos dirigidas a las Mipymes colombianas durante abril (un mes después que se decreta la situación de emergencia económica, social y ecológica en el país) hasta el 18 de febrero (fecha en la que emitió la última circular), dejando entrever una serie de factores principales, en color turquesa y factores secundarios, en color amarillo. Cabe mencionar que, la red ofrece información adicional sobre la densidad de las categorías, es decir, el número de códigos relacionados con la cita y enraizamiento que es la cantidad de veces que se ha vinculado el código a las citas. Entre las categorías que cuentan con un mayor enraizamiento se encuentra en primer lugar, Bancóldex. Seguidamente encontramos, los intermediarios que hacen posible estas líneas de créditos. Finalmente, se especifican las condiciones de financiación.



Ilustración 1. Modelo de red entre las categorías con menor enraizamiento



Fuente: Elaboración propia a partir del software ATLAS. ti versión 9.0.23 (2021).

Por lo que respecta a esta red se observa, el fin de cada uno de los recursos destinados a las Mipymes que van desde capital de trabajo, sustitución de pasivos, modernización de las empresas, entre otros, hasta la implementación de protocolos de bioseguridad.

Entre las líneas de crédito tradicionales, encontramos la de redescuento, microfinanzas y la de crédito directo. Para acceder a estas líneas se debe realizar una solicitud a través de la banca electrónica de Bancóldex

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos dan cuenta de la necesidad latente en función del financiamiento de las Mipymes en Colombia por medio de líneas de crédito debido a la degradación de la economía ocasionada por la pandemia del COVID-19. Las restricciones aún vigentes en aras de contener la propagación del presente virus impiden que el comercio se reactive de forma definitiva, razón por la cual el desarrollo de esta investigación permite tener claridad acerca



de los apoyos financieros que el Gobierno Nacional brinda a los micro, pequeños y medianos comerciantes, para que así eviten el cierre de sus unidades de negocio.

Entre las conclusiones que hemos podido establecer, es que el destino de los recursos obtenidos por medio de las líneas de crédito brindadas por el Ministerio de Industria y Comercio en cabeza de Bancóldex, se dirige a la modernización de las mipymes, sustitución de pasivos, inversiones de capital de trabajo, propiedad intelectual e implementación de medidas de seguridad; siendo este último un factor indispensable y obligatorio dentro de las unidades de negocio. Además, otras variables que se destacan en el proceso de otorgamiento de estas líneas de crédito ofrecidas a las mipymes colombianas son las condiciones de financiación, dentro de las que encontramos los periodos de gracia, la periodicidad del pago de interés, el monto del cupo, entre otros aspectos clave que deben tener en cuenta las mipymes para acceder a dichas líneas de crédito.

Los resultados parciales de esta investigación permitirán a las mipymes analizar las condiciones mínimas que deben tener en cuenta para solicitar alguna de las líneas de crédito descritas, teniendo en cuenta las redes planteadas y contribuyendo así a un análisis mucho más comprensible de las circulares emitidas por el Gobierno Nacional para la regulación de cada una de las líneas de crédito. De tal manera, también es importante resaltar que según el análisis desarrollado en esta investigación las líneas de crédito inicialmente estuvieron enfocadas en financiamiento al capital de trabajo (arriendos, materias primas, nómina, etc) para así hacer frente a la emergencia, más tarde se dio una notable transición para que la asignación de recursos dada por medio de dichas líneas, estuviese dirigida al desarrollo de planes de inversión para la reactivación de actividades. Por último, los resultados de esta investigación permitirán desarrollar otras investigaciones enfocadas en las principales restricciones a las que se ven enfrentadas las mipymes para acceder a las líneas de crédito ofrecidas o evaluar el impacto causado en las mipymes luego de haber obtenido estos créditos.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, M., & Durán, J. (2009). Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas. San Salvador. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/1/Manual_Micro_Pequenha_Mediana_Empresa_es.pdf
- Asociación Colombiana de las Micro, P. y. (s.f.). ACOPI. Obtenido de <https://www.acopi.org.co/>
- Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI). (17 de Septiembre de 2020). ACOPI. Empresas resilientes, una necesidad para la estabilidad económica. Obtenido de <https://www.acopi.org.co/empresas-resilientes-una-necesidad-para-la-estabilidad-economica/>
- Banca, C. d. (3 de Marzo de 2015). Blog Bankia. Obtenido de <https://www.blogbankia.es/es/blog/que-es-una-linea-de-credito.html>



- Bancóldex. (16 de Abril de 2021). Bancóldex. Quienes somos. Obtenido de <https://www.bancoldex.com/sobre-bancoldex/quienes-somos>
- Cavaría, L. B. (2006). FUNDAMENTOS DEL PARADIGMA CUALITATIVO EN LA INVESTIGACION EDUCATIVA. Revista de Ciencias del Ejercicio y la Salud, 4(1), 1-10. Obtenido de <file:///C:/Users/FLIA%20LOPEZ%20CHARRIS/Downloads/Dialnet-FundamentosDelParadigmaCualitativoEnLaInvestigacio-4790881.pdf>
- Confecoop. (2020). Ley 2069 de 2020 – Ley de Emprendimiento, Una ley para el fomento y desarrollo cooperativo y de la economía solidaria. Obtenido de <https://confecoop.coop/actualidad/actualidad-2020/ley-2069-de-2020-ley-de-emprendimiento-una-ley-para-el-fomento-y-desarrollo-cooperativo-y-de-la-economia-solidaria/#:~:text=El%20Presidente%20de%20la%20Rep%C3%BAblica,el%20fin%20de%20aumentar%20el>
- Congreso de la República. (02 de Agosto de 2004). Ley 905. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. Diario oficial 45628. Recuperado el 2021, de <https://forbes.co/2020/04/29/negocios/oit-436-millones-de-empresas-en-el-mundo-corren-riesgo-de-cerrar/>
- DANE. (s.f.). Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/>
- Heredia Zurita, A., & Dini, M. (2020). Análisis de las políticas de apoyo a las pymes para enfrentar la pandemia de COVID-19 en América Latina. CEPAL, 60. Obtenido de https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/46743/S2100104_es.pdf
- OIT PAíses Andinos. (s.f.). Impacto de la COVID-19 en las Mipymes colombianas. Obtenido de https://www.acopi.org.co/wp-content/uploads/2020/12/impacto_covid_web-1.pdf
- PORTAFOLIO. (27 de Enero de 2021). Portafolio. El largo confinamiento de las pymes latinoamericanas. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/el-largo-confinamiento-de-las-pymes-latinoamericanas-548622>
- Presidencia de la República. (11 de Septiembre de 2019). Decreto 1651 de 2019. Por el cual se establece la organización y funcionamiento del Sistema Nacional de Competitividad e Innovación. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=100140>
- Presidencia de la República. (23 de Marzo de 2020). Decreto No. 464 de 2020. Por el cual se disponen medidas con el fin de atender la situación de emergencia económica,. Obtenido de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20464%20DEL%2023%20DE%20MARZO%20DE%202020.pdf>
- Presidencia de la República de Colombia. (11 de Abril de 2021). Consejería presidencial para la competitividad y gestión público-privada. Obtenido de Sistema Nacional de Competitividad e Innovación - SNCI: <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/snci/el-sistema/quienes-somos>
- Redacción el Tiempo. (s.f.). EL TIEMPO. Recuperado el 2021, de EL TIEMPO: <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/competitividad-de-las-pymes-en-colombia-para-2020-446922>



- República, C. d. (s.f.). Ley N°2069 31 de diciembre de 2020. Obtenido de <http://www.mipymes.gov.co/normatividad/leyes/ley-2069-del-31-de-diciembre-de-2020.aspx>
- Varguillas, C. (2006). El uso de atlas.Ti y la creatividad del investigador en el análisis cualitativo de contenido. *Laurus*, 73-87.



MELISA COSMETIC'S: INVESTIGACIÓN PARA EL DISEÑO, ELABORACIÓN Y MERCADEO DE COSMÉTICA NATURAL

Melisa Mora Montoya⁵⁴, Juan Manuel Alzate Cano⁵⁵

RESUMEN

La presente propuesta realiza un análisis sobre cómo afecta la utilización del testeo animales y/o elementos del medio ambiente en la elaboración de productos de belleza, teniendo en cuenta lo anterior, se realiza una investigación en el diseño y elaboración de productos con compuestos naturales que no requiere del testeo animal para su elaboración y que no destruyan el medio ambiente. Por medio de la experimentación casera se inicia un estudio sobre los compuestos naturales, su temporalidad de vida, elaboración y costos, diseño de empaque y presentación de producto, con el fin de poder probar los extractos naturales en diferentes pieles y determinar la viabilidad del producto y comprobar que no produce ningún tipo de alergias y cumple con el objetivo. La intencionalidad de este proyecto es establecer un proceso óptimo para diseñar, elaborar productos cosméticos naturales a través de un sistema de producción amigable con el medio ambiente.

Palabras clave: Cosmética natural, testeo animal, compuestos naturales, maquillaje, medio ambiente.

ABSTRACT

This proposal analyses how the use of animal testing and/or natural environmental resources affects the production of aesthetic products. For that reason, this research pretends to investigate the design and production of products with natural compounds that do not require animal testing for processing as well as do not destroy the natural environment. Through home experimentation, it is started to study about natural compounds, their life cycle, processing and costs, packaging design, product presentation and marketing, in order to test natural extracts on different skins and determine the viability of the product also to prove that it does not produce any allergies and accomplish the main objective of this research. In fact, the purpose of this project is to establish an optimal process to design and develop aesthetic products through a system that benefits the natural environment.

Keywords: Natural cosmetics, animal testing, natural compounds, makeup, natural environment.

INTRODUCCIÓN

En Colombia una de las grandes preocupaciones que se está analizando y generando conciencias es sobre la experimentación animal como una actividad científica altamente

⁵⁴ Melisa Mora Montoya es estudiante de decimo grado del Colegio La Salle Bello, Antioquia.

⁵⁵ Juan Manuel Alzate es Profesor de Matemáticas del Colegio la Salle Bello, Antioquia. Juan.alzate@delasalle.edu.co



practicada por muchas empresas de cosmetología a través de la historia, con la intención de asegurar el bienestar de los productos usados por los seres humanos. El mayor interés de esta investigación radica en poder encontrar una solución o vía diferente de concebir a los animales, no como seres vivientes, sino como una fuente de recursos y como objetos usados para dar cumplimiento de las necesidades humanas. Esta investigación busca desarrollar una técnica de maquillaje tópico facial y diferentes alternativas que no comprometan el bienestar y la vida de estos, por medio de la búsqueda de prácticas naturales de maquillaje tópico.

En los últimos años se vienen realizando diferentes proyectos y propuestas en la elaboración de productos naturales que pueden competir en el mercado como lo es *proyecto de innovación Briller*:

Fabrica y comercialización de productos cosméticos (Base, Polvos, Labiales, Pestañinas y sombras) con productos 100% naturales como plantas medicinales, frutas, hongos, aceites naturales y huertas caceras. Sin realizar testeo animal, con packaging reciclable, donde la prioridad es la salud del cliente y el cuidado del planeta. (Sandoval, 2019, p. 4). Teniendo en cuenta lo anterior, se plantea la oportunidad de que en Colombia es posible crear una idea de negocio, generando cambios en la industria cosmética y la implementación del testeo animal, como también poder proyectar la línea de Melisa Cosmetic´s como un proyecto emprendedor con estrategias innovadoras en la elaboración, producción, venta del producto desarrollado.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Nuestro planeta ha cambiado drásticamente durante los últimos 50 años como consecuencia de la destrucción del medio ambiente y el uso indiscriminado de insumos sintéticos para la elaboración de casi todo lo que consumimos. Es evidente que nuestra relación con la naturaleza hace insostenible nuestro estilo de vida y que, si no tomamos medidas hoy, no tendremos un lugar donde podamos vivir los próximos 50 años. En la industria la cosmetología como lo plantea Dioses, Reyna, Saona y Tejada (2020), la utilización de microplásticos:

Los microplásticos son ampliamente definidos como partículas de plásticos con un tamaño menor 5 mm (Andrady, 2017). Su origen puede ser de 2 tipos: microplásticos primarios y secundarios (Cole et al., 2011). En cuanto a los secundarios, estos se forman por la degradación de desechos plásticos más grandes que están en el ambiente (Fok y Cheung, 2015), mientras que los primarios son fabricados para ser de tamaños microscópicos (Cole et al., 2011). Estos microplásticos son ampliamente utilizados en la industria cosmética, siendo algunos de los productos que los contienen los limpiadores faciales, exfoliantes (Gouin et al., 2015), bases, sombras y otros cosméticos (Leslie, 2014). En esta industria, los microplásticos se comercializan como “microesferas” o “microexfoliantes”, los cuales varían de composición y tamaño dependiendo del producto (Fendal y Sewell, 2009). Por ejemplo, se estima que un exfoliante facial en un único uso libera de 4,594 a 94,500 microesferas que van directamente al ecosistema acuático (Anderson et al., 2016). Sobre esto, Lei et al. (2017) menciona que las microesferas utilizadas en los cosméticos son principalmente hechas con polietileno (PE); asimismo, Leslie (2014) menciona que el polidimetilsiloxano (PDMS)



también es un material recurrente en los microexfoliantes, ya que estos componentes aportan viscosidad y la sensación resbalosa que está presente en bases y primers. (p.15)

Ese es uno de los tantos componentes que se usan para la implementación y elaboración de productos actuales de belleza, lo que representa un daño para el ecosistema, adicional tenemos la problemática del testeo animal como medio de experimentación de los productos antes de salir al mercado. En cuanto a las estadísticas mundiales de testeo de cosméticos en animales, como lo plantea Muñoz (2020) la Humane Society International (como se ha citado en Vegas, 2019) estima que:

Un total de 115 millones de animales son empleados al año para la experimentación en laboratorios, de los cuales entre 100.000 y 200.000 son utilizados exclusivamente en el testado de productos cosméticos. Si bien es cierto que la Unión Europea prohibió en el año 2013 el testado de cosméticos en animales dentro del territorio comunitario, los estados miembros continúan utilizando hasta 12 millones de animales en otros ámbitos de experimentación. (p.11)

En Colombia existe la Federación de Entidades Defensoras de Animales y del Ambiente FEDAMCO, en la cual se pueden realizar y exponer todos los casos de maltrato animal y las acciones contra empresas o entidades que violen los derechos de los animales.

Adicional se tiene que la industria cosmética tradicional tiene un alto consumo de esta línea de productos, el director ejecutivo de la Cámara de la Industria Farmacéutica y de Aseo de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (Andi), Juan Carlos Castro, citado por González (2020) destacó que “en 2019 la industria registró ventas por US\$3.572 millones. Esto representó un crecimiento de 3,08% frente a 2018 cuando las ventas sumaron US\$3.465 millones”. Como se analizará a lo largo de este proyecto, tal riqueza se ha conseguido a expensas de la experimentación animal y el uso extendido de químicos que son altamente nocivos para la salud.

Conscientes de lo anterior, y el crecimiento de las ventas y la utilización de estos productos, Melisa Cosmetic´s es una idea de negocio que desea producir cosmética natural sensibilizando a las personas acerca del cuidado del medio ambiente a través del uso de productos elaborados con insumos naturales que, además de cuidar a las personas y al medio ambiente, no recurre al testeo en animales. Para ello planteo unas preguntas iniciales, para luego plantear el problema final.

Experimentación en animales:

✓ ¿Como se puede realizar un producto cosmético sin necesidad de ser testeado en animales?

Cultivo celular en reemplazo de la experimentación animal:

✓ ¿Cómo se puede comprobar la efectividad del cultivo celular como testeador de cosméticos?

✓ ¿Cómo convertir el método de cultivo celular en un proceso efectivo para no recurrir a la experimentación animal como testeo cosmético?



Efectividad en las pieles sensibles:

✓ ¿Como podemos producir un producto cosmético que sea apto para pieles sensibles o dermatológicamente afectadas?

Planteamiento del Problema:

¿Como se puede realizar un producto a base de ingredientes naturales que sean aptos para todo tipo de piel y que no causen irritaciones o cualquier otro daño en pieles sensibles o con enfermedades dermatológicas, sin necesidad de recurrir al testeo animal?

OBJETIVO GENERAL

Producir cosméticos a base de ingredientes naturales que sean aptos para todo tipo de piel y que no causen irritaciones o cualquier otro daño en pieles sensibles o con enfermedades dermatológicas, sin necesidad de recurrir al testeo animal.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Medir e identificar las necesidades de la población y sus tipos de pieles por medio de una encuesta generada.
- Probar extractos naturales para la producción de productos cosméticos y verificar su eficacia en todo tipo de pieles.
- Demostrar la elaboración de productos naturales sin necesidad de testeo en animales.

REFERENTE TEORICO

Los productos cosméticos se utilizan para mejorar la apariencia personal, ya sea con fines estéticos o terapéuticos. Generalmente, se trata de mezclas de compuestos químicos que pueden obtenerse de fuentes naturales o sintéticas. Como lo plantea Echeverri (2020): Cuando su origen es químico pueden producir enfermedades serias, como incremento del riesgo de cáncer, menopausia prematura, dificultades cognitivas y muchos otros trastornos de salud. Ahora, en el análisis liderado por el doctor Kim Harley, director asociado del Centro de Investigación de la Universidad de Berkeley para el medio ambiente y la salud infantil, se encontró que también causan alteraciones hormonales, que pueden desencadenar en varias complicaciones. El riesgo de padecer estas enfermedades se incrementa por la exposición a sustancias químicas presentes en los cosméticos, perfumes y jabones. (parr, 8)

Composición de una crema natural

Por otro lado, la cosmética natural trae múltiples beneficios para la piel y la salud humana, nutriendo y contribuyendo al retrasar el envejecimiento y a fortalecer nuestro sistema inmunológico; entre la lista de ingredientes que benefician la piel se encuentran los arándanos, el romero y la vitamina E, que son no solo grandes antioxidantes sino también considerables colorantes. Para la elaboración de una crema natural, en la actualidad



realizando un proceso y, Obtener de las plantas sus metabolitos secundarios como saponinas, terpenoides, ácidos grasos, quinonas, aceites esenciales, entre otros; se busca aprovechar al máximo todos sus beneficios (Fuentes, 1999), convirtiendo a los bosques y campos en enormes despensas de principios activos para elaborar productos especialmente para el cuidado de la piel, pero requieren de un control microbiológico mayor por presentar condiciones favorables para un crecimiento de microorganismos (Altunaga y Yip, 2001 citado por Luna 2020, p. 20).

Pruebas en animales

Con la finalidad de comprender el principal pilar de esta comunidad es necesario entender de qué van las pruebas en animales. Se realizan en laboratorios con el fin de ensayar que ingredientes para la seguridad de los seres humanos, sin embargo, se sabe que estas formas de experimentos científicos llevada a cabo principalmente en conejos, conejillo de indias y monos causan angustia, dolor y en muchos casos la muerte. En los años 30 y 40 se crearon distintos medios para probar la seguridad que daban los productos cosméticos a las personas. El toxicólogo John H. Draize, que trabajó para la FDA de creó el Test de Draize que pronto se volvió un método estándar alrededor del mundo. (muñoz, 2020, p. 17).

Cosméticos de origen natural para el acné

Se han realizado varios estudios para verificar los beneficios de los productos naturales para revitalizar la piel, que aseguran la introducción al cuerpo de elementos similares a la composición celular del organismo, (Guachamín, 2014) menciona que los adolescentes al tener gran actividad hormonal se alteran sus glándulas sebáceas y por ende se produce el acné, razón que la llevó a investigar acerca del uso de la arcilla de la Amazonía Ecuatoriana para contrarrestar esta enfermedad, teniendo resultados óptimos en los adolescentes que pudieron probar este material obtenido de la naturaleza.

Dentro de las ventajas de usar productos naturales para remover las células muertas, se toma en cuenta la actividad antibacteriana de varios aceites esenciales frente a las bacterias asociadas al acné en este caso *Propionibacterium acnes*, donde (Matiz, León, & Osorio, 2015) aseguran que el ajuste adecuado de las dosis aplicables de aceites 4 esenciales requieren un diseño de una forma farmacéutica para el uso tópico dirigido para tratamientos de condiciones específicas infecciosas como el caso de la bacteria causante del acné, creando formulaciones que eliminen y controlen estas afecciones por medio de geles, exfoliantes, cremas o jabones líquidos, basados en productos naturales, demostrando su eficacia dependiendo de varios factores del aceite esencial como la época de su recolección, su zona geográfica, su almacenamiento y transporte. (Luna 2020, p. 18).

METODOLOGIA

Enfoque:

Se inscribe en un enfoque cualitativo con metodología mixta, siguiendo los planteamientos de Sampieri (2018). el enfoque cualitativo centrado en la descripción y la interpretación y cuantitativo en el análisis de los resultados.



Tipo de Investigación:

La propuesta presenta una investigación de enfoque experimental, así como lo plantea Murillo (2011) “el investigador manipula una o más variables de estudio, para controlar el aumento o disminución de esas variables y su efecto en las conductas observadas” (p.6).

Población de estudio

La población que se utilizará el colegio La Salle De Bello, ubicado en la Cl. 45# 57- 44, Bello, Antioquia. el cual consta alrededor de 1300 estudiantes en el estrato socioeconómico 3.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Talleres y charlas:

Actividades presenciales en ferias de las ciencias en el Colegio la Salle Bello, el Colegio el Carmelo, dirigido a jóvenes de diferentes edades en etapa escolar.

Encuestas:

Se diseñe una encuesta dirigida a 114 mujeres entre la edad de 10 a 66 años, sobre la comprensión de la elección y uso del maquillaje.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN PARCIALES O FINALES .

Se realizaron 114 encuestas cualitativas a mujeres entre 10 y 66 años. Las variables que se consideraron para la encuesta fueron las siguientes:

- ✓ Uso y tipo de maquillajes
- ✓ Conocimiento de marcas de cosméticos.
- ✓ Fidelidad a sus marcas de cosméticos.
- ✓ Alergias en la piel.

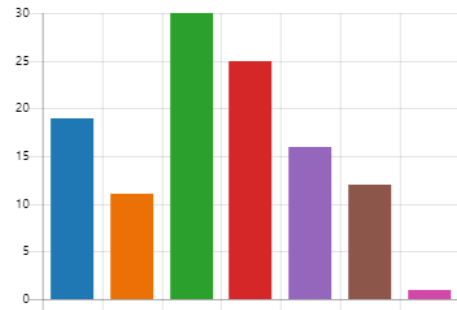
Se les preguntó sobre su uso o a usado alguna vez maquillaje, el 98% de las mujeres respondieron de forma afirmativa. También se les pregunto sobre la frecuencia de uso y el 57% responde que lo usa frecuentemente y un 41% lo usa pocas veces, adicional se les pregunta en el momento de escoger el maquillaje que elementos tiene en cuenta, el 22% responde que un maquillaje natural, el 20% la marca y un 14% por el precio, la marca y el color y para finalizar el 15% de las encuestadas han sufrido de alguna alergia o irritación en la piel.



2. EDAD

[Más detalles](#)

Entre 10 - 17 años	19
Entre 18 - 25 años	11
Entre 26 - 33 años	30
Entre 34 - 41 años	25
Entre 42 - 49 años	16
Entre 50 - 57 años	12
Entre 58 - 65 años	1
66 años en adelante	0



3. ¿Usa maquillaje o en alguna ocasión utilizó maquillaje?

[Más detalles](#)

SI	112
NO	2



5. ¿Con que frecuencia utiliza maquillaje?

[Más detalles](#)

Insights

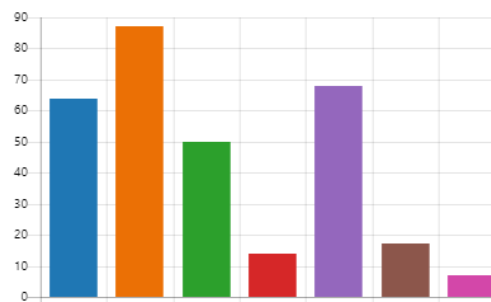
nunca	2
Muy pocas veces	17
Pocas veces	30
frecuentemente	53
siempre	12



6. En cual de las siguientes ocasiones utiliza el maquillaje: (puede escoger varias respuestas)

[Más detalles](#)

trabajo	64
fechas especiales	87
por gusto	50
solo los fines de semana	14
para fiestas	68
para ocultar el acné, cicatriz	17
Otras	7

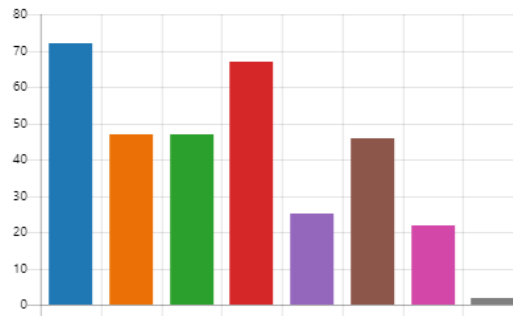




7. Al momento de escoger el maquillaje que elementos tiene en cuenta: (puede escoger varias respuestas)

[Más detalles](#)

● Maquillaje Natural	72
● Componentes del maquillaje	47
● Precio	47
● Marca	67
● Referencia	25
● Colores	46
● Promociones	22
● Otras	2



9. ¿que tipo de maquillaje usa?

[Más detalles](#)

[Insights](#)

● Profesional	16
● Fácil de utilizar	31
● De acuerdo al tipo de piel	50
● Hipoalergénico	10
● Otras	7



10. ¿El diseño y la presentación del maquillaje son importante al momento de elegir el producto?

[Más detalles](#)

[Insights](#)

● SI	102
● No	12



12. ¿Sufre de alguna alergia en la piel?

[Más detalles](#)

[Insights](#)

● SI	17
● No	97





CONCLUSIONES

- ✓ Los resultados parciales encontrados hasta el momento indican que el proceso de la experimentación animal es una práctica que ha sido necesaria y muy utilizada a lo largo de la historia de la humanidad, se puede inferir que esta práctica tienda a desaparecer. Así lo evidencia la industria cosmética, la cual en los últimos años ha sido objeto de cambios para eliminar esta práctica, ya sea por el seguimiento y control de las entidades de protección animal, como el despertar de la conciencia de la humanidad.
- ✓ El propósito es determinar la factibilidad para la implementación de una planta de producción de un exfoliante anti-acné en base a aceites esenciales de arándanos, el romero y la vitamina E. El cual, pretende mejorar la productividad de los polvos, como garantizar que no se presenten enfermedades en la piel.
- ✓ El maquillaje orgánico protege la piel de las personas en general ya que no tiene en su composición ningún elemento químico ni alguna alteración con procedimientos adicionales.

BIBLIOGRAFIA

- Dioses Salinas, D. C., Reyna Silva, N. A., Saona Barreto, V., & Tejada Caballero, B. G. (2020). Estudio de prefactibilidad para la producción y distribución de bases faciales ecoamigables.
- Echeverri, D. (27 septiembre, 2020), Algunos cosméticos pueden poner en riesgo tu salud. <https://mejorconsalud.as.com/cosmeticos-pueden-poner-riesgo-salud/>
- Gonzalez, X. (17 de febrero de 2020), Cosméticos, un mercado que movió el año pasado US\$3.572 millones en Colombia. www.larepublica.co/consumo/cosmeticos-un-mercado-que-movio-el-ano-pasado-us3572-millones-en-colombia-2965224#:~:text=Juan%20Carlos%20CastroDirector%20Cámara,estas%20sumaron%20US%20243.465%20millones
- Luna Echeverría, S. M. (2020). *Estudio de factibilidad para la implementación de una planta de producción de un exfoliante anti-acné en base a aceites esenciales de romero (Rosmarinus officinalis) y árbol de té (Melaleuca alternifolia), en el cantón Ambato de la provincial de Tungurahua* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencia e Ingeniería en Alimentos y Biotecnología. Carrera de Ingeniería Bioquímica).
- Murillo, J. (2011). Métodos de investigación de enfoque experimental.
- Muñoz López, C. (2020). *Una Realidad Imperfecta. Una Comunidad de Reseñas de Cosméticos Libres de Crueldad Animal* (Master's thesis, Universidad Casa Grande. Departamento de Posgrado).
- Gonzalez, X. (17 de febrero de 2020), Cosméticos, un mercado que movió el año pasado US\$3.572 millones en Colombia. www.larepublica.co/consumo/cosmeticos-un-mercado-que-movio-el-ano-pasado-us3572-millones-en-colombia-2965224#:~:text=Juan%20Carlos%20CastroDirector%20Cámara,estas%20sumaron%20US%20243.465%20millones
- Sandoval, L. J. (2020). Proyecto de innovación-Briller.



NUEVAS TENDENCIAS DEL TRABAJO: LA INCORPORACIÓN DE LAS ENERGÍAS AMARILLAS, AZUL, Y VERDE EN LA NUEVA DINÁMICA LABORAL EN COLOMBIA

*José Gregorio Noroño Sánchez⁵⁶ Tania Marina Baquero Suárez⁵⁷,
Sergio Gómez Herrera⁵⁸, Daniel Arturo Jaime Velandia⁵⁹*

RESUMEN

El propósito de la presente investigación es analizar las nuevas tendencias relacionadas con la implementación e incorporación de las energías, amarillas, azul y verde en Colombia, así como su incidencia no solo en el campo laboral sino también en el ordenamiento jurídico hoy. La metodología utilizada se fundamentó en el de paradigma y enfoque de investigación cualitativo, exploratorio y se hizo uso de la hermenéutica para la interpretación de los datos, en esta investigación se resumen los resultados obtenidos en la ciudad de Montería, capital del Departamento de Córdoba en Colombia. Las principales conclusiones están enfocadas en avanzar y acelerar el proceso de transformación social, cultural, agropecuario y productivo no solo de uso de estas energías, sino también a generarlas de forma sostenible.

Palabras clave: Energías Renovables, Energía Amarilla, Energía Verde, Energía Azul, Sustentabilidad.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the new trends related to the implementation and incorporation of energy, yellow, blue, and green in Colombia, as well as its incidence not only in the labor field but also in the legal system today. The methodology used was based on the paradigm and qualitative, exploratory research approach and hermeneutics was used for the interpretation of the data, in this research the results obtained in the city of Montería, capital of the Department of Córdoba in Colombia. The main conclusions are focused on advancing and accelerating the process of social, cultural, agricultural, and productive transformation not only in the use of these energies, but also in generating them in a sustainable way.

⁵⁶ José Gregorio Noroño Sánchez. Abogado, Magister en Derecho del Trabajo. Doctor en Ciencias Gerenciales. Estancia Postdoctoral en Integración y Desarrollo de América Latina egresado de la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín (URBE) Maracaibo, Venezuela. Docente e Investigador de la Universidad del Sinú, sede Montería. <https://orcid.org/0000-0001-9777-2733>, <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57218127091>, josenorono@gmail.com

⁵⁷ Tania Marina Baquero Suárez es Abogada. Doctora en Ciencias Políticas. Magister en Derecho. Especialista en Sistemas de Calidad y Auditoría de Servicios de Salud. Especialista en Derecho Administrativo. Especialista en Gerencia Tributaria. Docente Investigador Universitario de Pregrado y Postgrados de Contaduría Pública en la Corporación Universitaria Americana (Atlántico – Barranquilla). Par Evaluador e Investigadora categorizada en MinCiencias. Barranquilla, Colombia. E-mail: tamabasu@yahoo.com Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0002-1881-7567> Id SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57219439621>

⁵⁸ Sergio Gómez Herrera es Abogado. Master en Derecho Comercial. Docente Investigador Universitario del Programa de derecho de la Universidad Remington (Córdoba – Montería). Investigador categorizado en MinCiencias. Montería, Colombia. sergiogomezherrera@gmail.com Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0001-7195-2402>

⁵⁹ Daniel Arturo Jaime Velandia es Abogado. Magister en Derecho. Especialista en Derecho Contractual y Especialista en Regulación de Telecomunicaciones. Docente Investigador Universitario del Programa de Derecho de la Universidad del Sinú (Córdoba – Montería). Investigador en MinCiencias. Montería, Colombia. Email: daniel.jvelandia@unisinu.edu.co Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0003-0761-2731>



Keywords: Renewable Energy, Yellow Energy, Green Energy, Blue Energy, Sustainability.

INTRODUCCIÓN

La humanidad camina de forma incesante a una realidad inevitable, como lo es, el agotamiento tarde o temprano de los combustibles fósiles, lo cual, de inmediato nos hace pensar en qué se está haciendo hoy en Colombia para prepararnos para hacer frente a tal desafío indetenible que genera más incertidumbres que certezas. En criterio de González (2015), la sociedad se mide no en virtud de su ahorro, sino en virtud del aumento del consumo energético, pues este valor demuestra el grado de progreso, es por ello, que la humanidad irremediablemente necesita un plan “b” que de forma cierta genere el reemplazo gradual pero efectivo del combustible fósil, en energías limpias, renovables y sustentables. Resalta entonces, la necesidad de generar investigaciones y procesos que vayan en pro de asegurar un proceso rentable de transformación energética y ello, incluye la mutación hacia nuevas dinámicas laborales, las cuales hoy son inciertas, sin embargo, se camina hacia el reemplazo de toda la actual industria dependiente del petróleo y sus derivados como el combustible que mueve el mundo, sabiendo eso, González y Noroño (2020) establecen que es necesario “estudiar la importancia y la utilización de energías renovables en los países en vía de desarrollo, con miras hacia la transición energética global, lo que repercute positivamente en la generación de nuevos puestos de trabajos sustentables, al tiempo que permiten la conservación del medio ambiente por la utilización de las llamadas energías amarilla, verde y azul, como elementos naturales que hoy por hoy están siendo implementadas por las grandes potencias mundiales, cuyos resultados, aún incipientes, han sido satisfactorios” (p.85).

Teniendo en cuenta lo expresado previo, resulta necesario revisar que se está haciendo en el mundo para luego replicarlo y adaptarlo al escenario colombiano; en este sentido, observamos que, ya muchos países como los Emiratos Árabes están dando sus primeros pasos en la búsqueda y producción de combustibles no fósiles con el uso central del Hidrógeno como sustituto, aunque son lentos en su producción, se estima que en los próximos años se siga avanzando en esta clase de tecnología.

Por otra parte, algunos países como Estados Unidos, según cifras del US Energy Information Administration, solo en el 2011, representó el 14% de las energías del país, y sigue en aumento continuo desde esa primera medición. A este mismo tenor, países de América Latina, como lo describe la OLADE⁶⁰ el panorama prospectivo es alentador entre tanto que hoy se posee una generación de energías limpias, sin embargo, muy minúscula en comparación con lo que necesita, además, la IRENA⁶¹ y la OLADE estrechan lazos para el intercambio tecnológico que brinde al mismo tiempo la generación de 3 millones de nuevos empleos directos que contribuyan a minimizar la desigualdad no solo a nivel social, sino también al acceso a energías renovables, en breves cifras, la generación de esta clase de energías en la región representan al en el año 2019, un crecimiento total de 12 Gigavatios

⁶⁰ Organización Latinoamericana para la Energía.

⁶¹ Agencia Internacional de Energías Renovables.



(GV), sin embargo, resalta que en continente hay posibilidades de multiplicar esta cifra por 40 veces, pudiendo fácilmente alcanzar en el corto plazo, es decir, en 2050 a los 280 Gigavatios, con lo cual se observa que el panorama debe ser positivo si se implementan las políticas públicas y se incentivan los desarrollos privados en esta materia.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Con base a lo explicada previo, el eje prioritario debe enmarcarse en la persecución de una ruta continua que conduzca los esfuerzos de la Región y en especial de Colombia a la sustitución gradual pero constante de energías contaminantes por energías limpias a sabiendas, que en el entorno mundial la tendencia apunta a la extinción inevitable de los combustibles fósiles y que aunque esto es un hecho, nos brinda hoy una oportunidad única de participar en la elaboración de planes de inversión, desarrollo tecnológico, adaptación social y muy especialmente en el campo jurídico.

En este contexto, el ordenamiento jurídico debe tener la capacidad de impulsar el aparato de transformación que se requiere, siendo previsivos y apoyar el proceso de renovación que amerita el momento, lo cual de inmediato representa uno de los retos más notorios que afrontará la humanidad, el cambio de paradigma productivo, económico y social. Es por lo que, Colombia debe entender que es hoy, cuando se abre una ventana de oportunidades inexploradas en materia de creación y generación de energías renovables para participar de este océano azul cautivo y a la espera de ideas transformadoras que agreguen valor al cuidado del medioambiente y abaraten las estructuras de costos actuales.

Es por lo que, se plantean las preguntas problema: ¿Qué se está haciendo en Colombia, en materia de generación de Energía Amarilla, Azul y Verde, al avecinarse el fin del uso de los combustibles fósiles? ¿De qué manera incide la aparición de estas energías renovables como nuevas tendencias laborales en Colombia?

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación presenta indudablemente una justificación histórica, ya que por primera vez se avizora el fin de una era basada en el consumo de combustibles fósiles, y aunque eso ocurrirá todavía en un futuro no muy lejano, se deben tomar en cuenta las repercusiones de la inactividad política, tecnológica y social en este aspecto, es por ello, que urge acoplar la visión prospectiva del país en todas sus partes para integrar una respuesta cónsona con el reto que esto presenta para toda la humanidad, a nivel práctico-social, se justifica en razón a que, la determinación asumida tendrá repercusiones sociales a corto, mediano y a largo plazo, puesto que las sociedades que más rápido hagan el cambio de paradigma energético son las que verán menos los impactos del retraso tecnológico de no haberlo hecho y a nivel metodológico, esta investigación podrá ser utilizada como antecedente para futuras investigaciones referidas a las energías Amarilla, Azul y Verde en sustitución de los combustibles fósiles y en la generación de nuevas tendencias laborales en dicho interín.



OBJETIVO GENERAL

Analizar las nuevas tendencias del derecho del trabajo y la incorporación de las energías amarilla, azul, y verde en la nueva dinámica laboral en Colombia

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar las Energías Amarilla, Azul y Verde como formas limpias de combustibles renovables
- Identificar las nuevas tendencias laborales derivadas de la implementación de las Energías Amarilla, Azul y Verde en Colombia
- Proponer lineamientos teóricos relativos a la suplantación de combustibles fósiles e implementación de las energías renovables en Colombia.

REFERENTE TEÓRICO

En criterio de Vila de Prado (2019) de forma directa la transformación del sistema productivo impactará a los que hacen parte de la mano de obra en cada puesto de trabajo, esto quiere decir, que la incidencia del cambio de paradigma requerirá asumir y combatir los efectos adversos que se pudieran generar, en este caso, el autor señala que en razón a la transformación digital y la irrupción de la Inteligencia artificial aunado con tecnología robótica en los procesos de adaptación, pudiera generar aristas no estudiadas o en otras palabras, relaciones inexistentes hoy.

Es por ello resaltante lo que acotan González y Noroño (2020) al respecto, cuando indican que “estos considerables eventos que trastocan los procesos productivos de las empresas y que a su vez afecta a los trabajadores, tienen también una incidencia en el medio ambiente, siendo éste un reflejo de la afectación de los avances industrializados, de la automatización de procesos, del excesivo empleo de redes de interconexión, los cuales producen mayor consumo de energías. Este incremento de la demanda energética por la utilización de la tecnología por parte de la población mundial se traduce a su vez en la degradación del clima que afecta la vida humana por la generación del efecto invernadero. Por ello, es necesario adoptar medidas que impulsen la competencia, pero emprendiendo acciones hacia la transición energética, mediante la utilización de energías limpias y sostenibles q a su vez generen fuentes de empleo (p.88)

ENERGÍA AMARILLA

En este sentido, Dwipayana et al. (2021) considera que la energía solar es una fuente respetuosa del medioambiente y que generalmente es utilizada por comunidades remotas, donde es difícil la transmisión de energía hidroeléctrica, así mismo consideran los autores que instalar plantas fotovoltaicas representa una manera de apoyar el desarrollo de estas zonas donde el componente humano por sí solo no tiene la capacidad de acceder a este servicio, siendo que la energía es un servicio inseparable de la vida humana. El reto de esta



clase de energía radica en hacerlo de forma sustentable, ya que su mantenimiento es costoso y muy técnico, lo que dificultaría los procesos de autogestión de las comunidades. Como energía renovable es una de las más limpias y sustentables en cuanto solo se requiere de una celda fotovoltaica y una batería donde se almacena la energía y desde ahí a la línea de distribución y consumo.

Por otra parte, el aprovechamiento de la energía proveniente del sol requiere modificar nuestros hábitos en todo sentido, uno de ellos responde a situaciones derivadas de nuestros hábitos antropológicos, en razón, a que la nueva tendencia no solo aplica a los procesos de transformación de energía sino también al uso no aprovechado del sol en nuestras estructuras, tales como la construcción de viviendas, casas y edificios cónsonos en aprovechamiento de la luz natural como fuente de iluminación y calefacción. Dicho de otra forma, tenemos que actualizar y estandarizar los conocimientos arquitectónicos para globalizar el uso eficiente de nuestra principal fuente de energía.

La actualización tecnológica, sin las posibilidades de creación de insumos patrios traerá como consecuencia el alto costo de los equipos de transformación de esta energía, por eso, es indispensable que los Estados, y en el caso que nos ocupa, Colombia, empiece a gestionar de manera autónoma los equipos y tecnologías necesarias para hacer accesible a la población la transformación y el abandono de la dependencia de los sistemas de generación de electricidad con los que actualmente se cuentan. Hoy instalar un sistema de paneles solares no es común y además es costoso para una familia promedio.

Es en este escenario, donde se puede obtener el incremento en la necesidad de mano de obra y de actualización del capital humano, en la búsqueda de perfeccionar sistemas que brinden una respuesta al tema de generación eléctrica y que al mismo tiempo resulten en oportunidad para la incorporación de nuevas fuentes de empleo en esta crisis económica que se vive en el país, tal como asegura Baquero y Liñán (2020).

Cabe destacar, que Colombia en este sentido incorporó entre el año 2019 y 2020, aun en plena pandemia, 483 buses eléctricos que llegaron gradualmente a la ciudad de Bogotá para ser incorporados en la red de transporte urbano, gracias a la ley de Modalidad Eléctrica y Sostenible, así también se incorporan a esta red 741 unidades de transporte a gas, con lo cual se espera un ahorro significativo, en la misma línea, la ciudad de Medellín inauguró el primer punto de servicio de carga eléctrica de Terpel en el país, con lo cual se dan los primeros pasos hacia la transformación del mercado energético de Colombia, tal y como lo evidencia la OLADE (2020) en su informe presentado en el Panorama Energético de América Latina y el Caribe.

ENERGÍA VERDE

En este momento, la búsqueda de opciones energéticas trasciende cualquier interés social y político, es por ello, que se prueban innumerables procesos químicos con la finalidad de generar formas alternativas de combustibles, en este aspecto Rendón (2018) realiza un aporte significativo por cuanto resume el uso de ciertas plantas, frutos y cultivos, útiles para la



generación de cierta clase de alcoholes con los cuales se puede mezclar y obtener una fuente alternativa de combustible vegetal o el denominado combustible verde, así mismo, otros intentos por generar cambios y la sustitución del combustible fósil ha llevado al mundo a la producción de Hidrógeno para el uso en sustitución por las gasolinas y otros derivados del petróleo como el ACPM.

Así también, encontramos que, en Colombia, y con el auspicio del Centro de los Objetivos de Desarrollos Sostenible para América Latina⁶², la Universidad de los Andes, el Ministerio de Minas y Energía en Colombia anunció que, junto al BID⁶³ han diseñado una hoja de ruta que propicie la implementación del uso del hidrógeno como elemento alternativo para la sustitución de combustibles, a sabiendas que se estiman caídas del PIB de entre 5.3% y 7.5%, razón por la cual, las gobernanzas intentan ubicar proyectos financiados de la Unión Europea en estos temas, así, no solo se intentará cambiar el paradigma en la utilización de energías limpias y renovables sino que se apunta a captar la inversión internacional en el desarrollo de estas nuevas tecnologías en el país.

Dicho esto, el hidrógeno, dada su ductilidad y las capacidades financieras, institucionales, legales y humanas con las que se cuentan, puede ser una alternativa segura ante tales beneficios derivados de la Ley 1715, con la cual se otorgan incentivos para quienes utilicen este elemento y empiecen procesos de producción, aunque poco se le ha hecho publicidad a estas nociones y garantías.

ENERGÍA AZUL

Esta Energía Renovable es sumamente atractiva, en este escenario hay varios modelos desde donde parten sus principales fuentes las cuales se describen en la siguiente tabla:

Tabla N° 1. Tipos de Energías Azules

N°	Tipos de Energías	Descripción
1	Energía de las corrientes	En la que se hace uso de la energía cinética que poseen las corrientes marinas mediante la instalación de estructuras similares a un aerogenerador.
2	Energía maremotérmica	Este tipo de energía es la que emplea la variación entre la temperatura de la superficie y la temperatura de aguas profundas, requiriéndose un gradiente térmico de al menos 20 °C.
3	Energía undimotriz	Es aquella energía que se produce a partir del movimiento de las olas, que utiliza la fuerza con la que se desplaza determinada masa de agua a causa del rozamiento con las corrientes de aire (oleaje).

⁶² Para más información véase: <https://cods.uniandes.edu.co/hidrogeno-verde-una-alternativa-para-el-futuro-de-la-energia-en-colombia/>

⁶³ Banco Interamericano de Desarrollo.



- | | | |
|---|---------------------|---|
| 4 | Potencia osmótica | También es llamada energía azul, obtenida mediante ósmosis, esto es la presión expresada por la diferencia de concentraciones de sal entre el agua de mar y agua de ríos. |
| 5 | Energía mareomotriz | Es la que aprovecha o cultiva el ascenso y descenso del agua del mar originado por las fuerzas gravitatorias del sol y la luna. |

Fuente: Quintero, y Quintero (2015), adaptado por Noroño (2021).

Como se puede observar, existen diferentes fuentes de energías limpias, sustentables y renovables, sin embargo también se requiere disposición política para redireccionar los esfuerzos económicos y sociales para emprender la vía que nos conduzca hacia la preservación no solo de nuestro planeta sino de la raza humana, se nota claramente que en cada tipo de energía, el uso de materiales y capacidades humanas es significativa, es enorme el campo de desarrollo que se puede emprender en estos intentos por sustituir la dependencia de los combustibles fósiles y aún resulta desconocido el impacto en el trabajo y su significación social, es necesario redoblar esfuerzos para conseguir ser los primeros en Suramérica en lograr minimizar el consumo de derivados fósiles, sin embargo, desde ya se debe tener claro que con cada día que transcurre perdemos terreno útil para desarrollar estas tecnologías que ya han demostrado ser eficientes en el ahorro energético.

CONCLUSIONES

Después de la exposición de las diferentes cualidades que se encuentran dentro de cada tipo de energía limpia y renovable, se concluye que, Colombia debe redoblar esfuerzos en dinamizar, implementar y generar las estrategias de socialización y estímulo al capital humano que se dispone para avocarse a la investigación y desarrollo de tales tecnologías, no está mal intercambiar experiencias y conocimientos, pero se debe proponer que tales nuevos elementos sean elaborados en suelo colombiano y así, minimizar los costos en su implementación.

Las energías amarilla, verde y azul, poseen un atractivo enorme y en el continente ningún país lleva la delantera en el desarrollo de estas tecnologías, es necesario que Colombia asuma esta carrera creando las condiciones y no solo limitarse a financiar proyectos, sino a invertir en la transformación verde que necesita el país y el mundo, por tanto se concluye, que hoy, estas energías representan un océano azul de posibilidades y pocos competidores, dicho esto, se debe concretar y redireccionar al país en la búsqueda de mejores procesos de producción de energía que incluyan una nueva fuente de empleos verdes y sustentables.

BIBLIOGRAFIA

- Arias, Fidas G. (2016). "El proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica". Séptima Edición. Editorial Episteme. Caracas, Venezuela.



- Baquero Suárez, T. M., & Liñán Solorzano, A. (2020). Incidencia de la pandemia covid-19 en la economía del Estado colombiano / Incidence of covid-19 pandemic in the Colombian state economy. *Utopía Y Praxis Latinoamericana*, 25(1), 292-302. Recuperado a partir de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/article/view/34181>
- Dwipayana, Garniwa, I; Herdiansyah, H (2021) Sustainability Index of Solar Power Plants in Remote Areas in Indonesia. *Technology and Economics of Smart Grids and Sustainable Energy* (2021) 6:2 <https://doi.org/10.1007/s40866-020-00098-0>
- González Velasco, J. (2015). *Energías renovables*. Editorial Reverté. <https://bibliotecavirtual.unisinu.edu.co:2844/es/lc/unisinu/titulos/46748>
- González, V; Noroño, J (2020) Formas de empleo sustentables mediante la utilización de las energías amarilla, verde y azul: hacia la quinta revolución industrial. *Memorias del X Jornadas de Investigación y Postgrado Urbe*. ISBN: 978-980-414-075-4.
- Micena, R.; Llerena, O.; Queiróz W. y Silveira, J. (2018). Estudio técnico del uso de energía solar y biogás en vehículos eléctricos en Ilhabela-Brasil. *Ingenius*. N. 20, (julio-diciembre). pp. 58-69. doi: <https://doi.org/10.17163/ings.n20.2018.06>
- *Panorama Energético de América Latina y el Caribe* ISBN 978-9978-70-136-2 <http://biblioteca.olade.org/opac-tmpl/Documentos/old0456b.pdf>
- US Energy Information Administration, *Electric Power Monthly* (2011:103)



PORTAFOLIO DE INVERSIÓN DE ACUERDO AL PERFIL DE RIESGO DESDE LA EDUCACIÓN FINANCIERA EN BARRANQUILLA - COLOMBIA

*Wilfred Vilarity Naggles⁶⁴, Zenith Johana Vides Valle⁶⁵,
Andrés Villanueva Imitola⁶⁶, Jaime Barros⁶⁷*

RESUMEN

En el presente artículo se pretende determinar los elementos que hacen parte de la construcción de un portafolio de inversión, de acuerdo al perfil de riesgo, pero desde la perspectiva de la educación financiera para los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla, por lo que resulta cuestionable y por ende es motivo de análisis del porqué las personas emprenden negocio y no conciben la problemática que se presenta al pretender iniciarlos y posteriormente administrarlos. Este estudio presenta los datos y el análisis de la información obtenida mediante la aplicación del cuestionario y de entrevistas, con el propósito de poder hacerle frente a las necesidades económicas que se les presenta diariamente, y/o porque algunos de sus familiares o amigos poseen un negocio del mismo giro, otros crean su propia empresa por un fenómeno muy común en Barranquilla, como es el desempleo, por el cual se ven afectados. (no más de 150 palabras en el resumen).

Palabras clave: Inversión, Rentabilidad, Riesgo, Educación, Portafolio Optimo.

ABSTRACT

This article is intended to determine the elements that are part of the construction of an investment portfolio, according to the risk profile, but from the perspective of financial education for investors and families in the city of Barranquilla, so it is questionable and therefore a reason for analysis of why people start business and do not conceive of the problem that arises when intending to start and subsequently manage them. This study presents the data and analysis of the information obtained through the application of the questionnaire and interviews, in order to be able to meet the economic needs presented to them daily, and / or because some of their family or friends own a business of the same turn, others create their own company because of a phenomenon very common in Barranquilla, such as unemployment, for which they are affected. (no more than 150 words in the summary).

Keywords: Investment, Profitability, Risk, Education, Optimo Portfolio.

⁶⁴ Wilfred Vilarity Naggles, PhD en Ciencias Gerenciales, Profesor Macroeconomía Financiera en la Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla Colombia, vilardyn@hotmail.com.

⁶⁵ Zenith Johana Vides Valle, Magister, Profesora de Diagnósticos Psicológicos en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, Barranquilla Colombia, zenithvides@outlook.com.

⁶⁶ Andrés Villanueva Imitola, Magister, Profesor de Modelos organizacionales en la Universidad del Atlántico, Barranquilla Colombia, andresvillanueva@mail.uniatlantico.edu.co.

⁶⁷ Jaime Barros, Magister, Profesor de Fundamentos Administrativos en la Universidad del Atlántico, Barranquilla Colombia, jaimebarros@mail.uniatlantico.edu.co.



INTRODUCCIÓN

El objetivo de la investigación fue establecer los conocimientos y habilidades de los inversionista y familias desde la educación financiera para iniciar negocios o empresas en la ciudad de Barranquilla, dado que sin duda alguna uno de los tópicos de las finanzas que más avance ha tenido en los últimos años es precisamente el que tiene que ver con la creación de portafolios de inversión, básicamente los estudios han apuntado a dos componentes fundamentales, el primero aborda el tema de la rentabilidad la cual se debe entender como el retorno esperado o como la expectativa de ganancia; de manera simultánea e íntimamente relacionado con el concepto anterior aparece otro de igual importancia y es el que aborda de manera directa el componente del riesgo asociado a un portafolio específico. En este orden de ideas la importancia de las bolsas de valores ha ido en aumento debido a que se ha constituido en un medio de financiación para las empresas y el gobierno, así como una alternativa de inversión para los diferentes agentes económicos operados en estos mercados financieros se han convertido en alternativa de inversión que son objeto de rigurosos análisis financieros por parte del mercado.

Con lo anterior, se abordó la temática de la construcción de un portafolio de inversión, de acuerdo al perfil de riesgo pero desde la perspectiva de la educación financiera para los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla, en tal sentido se busca inspeccionar de manera precisa los objetivos que se deben plantear cuando se pretende trabajar en la construcción de un portafolio de inversión, teniendo especial interés en todas las implicaciones presentes cuando se habla de expectativas de rentabilidad con una tolerancia conservadora al riesgo. Por consiguiente, se busca plantear un marco práctico para la construcción de un portafolio de inversión que dé cuenta del objetivo general y esto es importante dado que el éxito o fracaso depende claramente de una adecuada construcción de la estrategia de inversión.

No obstante lo anterior, el sector financiero colombiano se ha consolidado ante unos cambios trascendentales en los mercados de valores y de capitales locales; es evidente el avance en las aplicaciones tecnológicas, el avance en los sistemas de información y bases de datos, la modernización del estado y el desarrollo en las normas jurídicas que pretenden garantizar confianza inversionista y el ofrecimiento una variedad de activos con diferentes rendimientos y riesgos asociados que les permite a personas naturales o jurídicas tomar decisiones de inversión que siempre apuntan a maximizar una ganancia procurando o garantizando un mínimo riesgo.

Además, se estableció un diagnóstico donde se identificaron las tendencias, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando. Para ello, se tienen en cuenta los aspectos metodológicos pertinentes para un estudio de investigación. Finalmente, se presentan las recomendaciones y sugerencias que parten de los resultados del análisis de la información recolectada a partir de las experiencias de la población objeto de estudio, determinando la existencia de una necesidad de mejora y fortalecimiento de los conocimientos en educación financiera.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

A partir de la acelerada dinámica de los mercados de capitales internacionales, la facilidad en las transacciones gracias a la nueva tecnología y el desarrollo del mercado bursátil en el país, situaciones que han promovido la tecnificación de la actividad de gestión, con el objetivo de mejorar la rentabilidad y eliminar la subjetividad que imprime el factor humano a esta actividad. Ahora bien, según las cifras reportadas por Fedesarrollo en marzo de 2015, el auge de la economía colombiana se mantendrá a pesar de la devaluación del peso frente al dólar, para los próximos 3 trimestres, lo que llena de expectativas a los inversionistas tanto nacionales como extranjeros. El problema surge para quienes desean ingresar a este mercado bursátil y no conocen los vaivenes de los mercados de capitales, los cuales están expuestos a los riesgos financieros dependiendo de su perfil, dado que desconocen los errores financieros los cuales pueden estar asociados a la falta de estrategias de ahorro e información acerca de la deducibilidad de inversiones para el retiro, o en el mejor de los casos la falta de información sobre la posibilidad de deducir de impuestos las inversiones para el retiro puede tener un costo de oportunidad.

Es en este punto donde adquiere mucha importancia el hecho de abordar responsablemente el estudio del riesgo y las diferentes clasificaciones que existen del mismo en la teoría financiera actual y la forma en que son abordados a partir de la educación financiera. A su vez, se busca indagar por los diferentes instrumentos de inversión presentes en el mercado de valores en la Ciudad de Barranquilla, especialmente los que hacen parte de la renta fija, la renta variable y productos derivados; de tal manera que puedan ser utilizados para optimizar la rentabilidad de una persona natural que tiene disponibilidad o excedentes de liquidez y que busca que su dinero sea invertido asumiendo un riesgo adecuado a su perfil, es decir, el objetivo es preservar el capital con una máxima seguridad. Normalmente la identificación de este nivel de riesgo se logra construyendo el perfil del inversionista y estableciendo de manera clara sus expectativas de rentabilidad dado un nivel de tolerancia al riesgo.

Ahora bien, de acuerdo con los antecedentes históricos de desarrollo social y económico del país, y a raíz de las ya mencionadas crisis, el gobierno Colombiano tomo medidas contundentes para mejorar y resolver la crisis que afronto el país debido a la falta de formación e información en temas de economía y finanzas personales; por lo cual el 15 de julio de 2009 mediante comunicado del diario oficial del congreso de la república estableció: LEY 1328 DE 2009; Diario Oficial No. 47.411 de 15 de julio de 2009/CONGRESO DE LA REPÚBLICA: Por la cual se dictan normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y otras disposiciones.

La finalidad de esta ley es establecer las normas, principios y reglas que puedan proteger a las personas que son consideradas como consumidores financieros, cada vez que entablen relación con entidades financieras que son vigiladas por la superintendencia bancaria, con el ánimo de ofrecer orientación, información y herramientas en favor de su defensa, como también obligaciones y alertas que le permitan al consumidor abstenerse de incurrir en un sobreendeudamiento.



Por lo anterior, la construcción del portafolio de inversión, de acuerdo al perfil de riesgo pero desde la perspectiva de la educación financiera para los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla, se basará en el análisis de la información disponible, de la experticia de la persona que esté estructurando el portafolio y de las expectativas del mercado, constituyéndose de esta manera como un elemento importante, el seguimiento diario que se le haga a los diferentes instrumentos de inversión presentes en el mercado de valores de Colombia, así como la optimización de ciertos indicadores de riesgo. Partiremos de conceptos financieros como la rentabilidad de (Lara, 2005) quien la define como el cambio de valor que registra un activo en un período respecto a un valor inicial y cuando estamos considerando portafolios, la rentabilidad se define como la suma ponderada de los rendimientos individuales de los activos que componen el portafolio por el peso que tienen dichos activos en el portafolio.

Y por último, se estudió a Markowitz, el cual propuso que un portafolio de inversión, es una colección de valores donde el rendimiento esperado y la desviación estándar de la rentabilidad dependen del rendimiento esperado y la desviación estándar de cada activo y la suma invertida en cada uno de ellos calculada como el peso o porcentaje de participación dentro de la cartera misma, y para tales fines se hace un análisis numérico de los diferentes efectos de diferentes carteras donde matemáticamente se busca minimizar el riesgo sujeto a un rendimiento (Franco Arbeláez, 2011).

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un portafolio de inversión, de acuerdo al perfil de riesgo que muestre la importancia y pertinencia de recibir educación financiera a los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar entre los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla cuales son las tendencias y/o estrategias más significativas por las cuales se hace importante y beneficioso recibir educación financiera.
- Determinar las estrategias diseñadas por los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla para utilizar a la Educación Financiera en la construcción de sus portafolios de inversión.
- Establecer el nivel de conocimiento que tienen los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla sobre Educación Financiera en la construcción de sus portafolios de inversión.
- Establecer los criterios para la construcción de un portafolio de inversión, de acuerdo al perfil de riesgo de los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla desde la perspectiva de la educación financiera.



REFERENTE TEORICO

Cuando se habla de educación financiera se refiere como parte de la educación alternativa “Es la capacidad de Hacer y de Saber manejar el Dinero de manera inteligente para poderlo duplicar, triplicar y exponenciarlo hacía el infinito como lo hacen los grandes millonarios y filántropos del mundo, para de esta forma tener libertad financiera y poder vivir cómodamente como rico frugal, sin depender únicamente de un salario o de que lo mantengan, y también para poder redistribuir esa riqueza a los más necesitados, pues dar para poder recibir es un principio milenarior”.⁶⁸ Destacándose por las siguientes razones:

Por consiguiente enseña a las personas a controlar su dinero, ayuda a las personas a entender cómo fluye el dinero en la vida real para tomar buenas decisiones en las inversiones, las compras, los ahorros y los presupuestos, permite alcanzar la libertad financiera y por ende la independencia económica, orienta en la forma de hacerse responsables del futuro financiero ya que ni las empresas donde trabajan ni el gobierno lo harán, por estas y otras razones no es impartida en los centros de educación tradicional como la escuela, la universidad o los institutos de formación técnica, sino que es adquirida en base a un proceso reflexivo sobre las experiencias positivas y negativas en cuanto al dinero. Además, existe una serie de guías que permiten a los individuos y las familias identificar el uso inapropiado que hacen de sus recursos monetarios, disponibles en libros, artículos de Internet e incluso teleconferencias, donde los especialistas orientan al público sobre los fundamentos de las finanzas y dan orientaciones prácticas para mejorar su uso del dinero. Indican las pautas esenciales para ahorrar, pagar deudas y elaborar un presupuesto.

Entonces, cuando el dinero aparece en su forma real como medio de circulación puede llevarse a cabo el metabolismo social que es el intercambio. En nuestra reformulación de la consigna nos planteábamos en qué sentido el dinero sirve para cumplir con los fines de la mercancía. Ahora vemos que es absolutamente fundamental. Si el dinero no funcionara como medio de circulación, la mercancía no podría realizar lo que le es propio.

Ahora bien, desde el punto de vista teórico tenemos que para Jonathan Morduch y Beatriz Armendáriz, se remiten a la ciudad de Bangladesh en el año 1978, se gesta una de los movimientos financieros más interesantes, el cual tiene como objetivo llegar a los aldeanos más pobres ampliando los mercados financieros y creando nuevas formas de pensar sobre las estrategias de los negocios, la economía y el cambio social. Esta constituye un cambio en el paradigma de las microfinanzas, ya que permite a los prestamistas servir a los pobres y a su vez obtener ganancias. El acceso a dichos préstamos ha permitido mejorar la calidad de vida de esta población además de generar nuevas formas de pensar para disminuir la pobreza. (Morduch & Armendáriz, 2011)

Para Begoña Gutiérrez y María de Jesús Pérez, los bancos no solo se crearon para el beneficio de sí mismos, se crearon con el fin de proveer a los que no tenían acceso a la financiación.

⁶⁸ KIYOSAKI, Robert, citado por MENDOZA DEL RÍO, Juan Pablo: <http://www.juanpis.com_educacion_financiera> [15 de junio de 2011].



Podemos hablar del microcrédito no solo como otro producto financiero, sino como una ayuda para los empresarios con baja capacidad de endeudamiento, pero a futuro con una alta rentabilidad del mismo. (Gutiérrez & Pérez, 2005)- Félix Vásquez señala que desde hace 170 años que Colombia tiene una entidad Bancaria, se han realizado desde ese momento diversas reformas con el fin de permitir el funcionamiento de las mismas, no sin antes haber pasado por obstáculos como fueron las crisis de los años 1982 y 1998. Esto ha generado una evolución del sistema financiero el cual se ha fortalecido por estas medidas adoptadas por el Gobierno y de los errores y fracasos de la banca nacional e internacional. (Vásquez, 2006).

De igual forma iniciativas como el programa "Bogotá se Fortalece", facilita el acceso a los microempresarios y emprendedores al acceso de microcréditos. Quienes no tengan garantías para el acceso a la banca podrán utilizar este mecanismo para obtener un crédito con montos desde los \$294.750 hasta \$14 millones. (Anónimo, 2013). Según informe de la Asobancaria del 2006 al 2010 aumento la bancarización en el país del 47 al 58%, esto debido precisamente al acceso de microcréditos que han permitido que los colombianos se interesen por este medio y dejen de lado el "gota a gota", el cual pese a no ser permitido era la única forma en la cual varias familias podían obtener financiación para sus emprendimientos. Estos préstamos van dirigidos sobre todo a los sectores menos favorecidos como los estratos 1 al 3, y es precisamente donde ANIF (gremio que agrupa a las Compañías de Financiamiento), manifiesta que le han apuntado, variando los perfiles de usuario de acuerdo a la ciudad como lo es Bogotá en donde precisamente se daría mayor oportunidad. (Anónimo, 2010).

La OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) dentro de sus objetivos menciona el lograr "la máxima expansión posible del crecimiento económico y el empleo, y un mejor nivel de vida de los países miembros, sin dejar de mantener la estabilidad financiera" (OECD, 2006). Para lograr esto, se apoya de mecanismos como la Prueba Pisa que permite evaluar a los alumnos a nivel internacional y de esa forma conocer como están con respecto a diferentes aspectos, uno de ellos es precisamente sobre educación financiera, en donde Colombia ocupó el último lugar de los países evaluados en el último informe publicado en diciembre de 2013.

Ahora bien, la Ley de Educación Financiera en Colombia, de acuerdo con los antecedentes históricos de desarrollo social y económico del país, y a raíz de las crisis económicas y financieras, el gobierno Colombiano tomó medidas contundentes para mejorar y resolver la crisis que afrontó el país debido a la falta de formación e información en temas de economía y finanzas personales; por lo cual el 15 de julio de 2009 mediante comunicado del diario oficial del congreso de la república estableció: LEY 1328 DE 2009; Diario Oficial No. 47.411 de 15 de julio de 2009/CONGRESO DE LA REPÚBLICA: Por la cual se dictan normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y otras disposiciones.

METODOLOGIA

El tipo de investigación es analítico, según Hurtado (2001:256), "consiste en analizar un evento y comprenderlo en términos de sus aspectos menos evidentes. Incluye el análisis y síntesis, es decir se destacan las características fundamentales que contribuyen a que el



evento sea lo que es y se organicen con base a nuevas vinculaciones o relaciones entre sí, lo cual permite ver el evento de una manera nueva y diferente”. En el caso específico de la investigación se observa y se evalúa la información sobre la construcción del portafolio de inversión, de acuerdo al perfil de riesgo, pero desde la perspectiva de la educación financiera para los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla. Los resultados obtenidos se analizaron a partir de una base teórica para plasmarla en un marco de observaciones, descripciones y explicaciones posteriores de la realidad investigada. En este procedimiento de investigación se permite observar y describir un hecho de actualidad, en un intento de decir lo que es y lo que está sucediendo. Igualmente, permite precisar situaciones y actitudes predominantes, dados a través de la búsqueda de datos acerca de la problemática estudiada.

El tipo de diseño es el no experimental, debido a que se observaron los fenómenos o hechos tal y como se presentan en la realidad, en su contexto natural para después analizarlos; esto se evidencia con la aplicación de las escalas (Kerlinger citado por Hernández, Fernández Y Baptista, 2003: 189). Para efectos de esta investigación la población la conforman los empresarios e inversionistas de la ciudad de Barranquilla y los gerentes de las instituciones financieras, los cuales están conformada por cuarenta y dos sujetos (42). Según Chávez (2001) la población es el universo de la investigación sobre el cual se pretenden generalizar los resultados. Está constituido, por unas características o estratos que les permite distinguir a los sujetos de otros.

Se elaboró una encuesta tipo cuestionario estructurado por treinta (30) preguntas de selección simple de SI y NO. Por ello Sabino (2002), define la encuesta como interrogar en forma escrita a un grupo socialmente significativo de personas a cerca de los problemas en estudio, para luego mediante el análisis de tipo cuantitativo y cualitativo sacar las conclusiones que corresponde con los datos recolectados. En este sentido, se elaboró el instrumento con la finalidad de recolectar información sobre el conocimiento de las personas en realicen el manejo del sistema, así como también las debilidades que presentan. Éstas se realizaron de manera informal a los empresarios e inversionistas de la ciudad de Barranquilla y los gerentes de las instituciones financieras. Para la variable, portafolio de inversiones los indicadores fueron: Entrada, proceso, salida, demora límites funcionales, procedimientos administrativos, coordinación de actividades, claves personales, entrega de boletería, traslado, datos del usuario, procesamiento de datos, cancelación de pagos entre otros.

Esta se efectuó a través de un proceso de validación interna de contenido mediante expertos, el cual es descrito por Ary, Jacobs y Razavieh (1991, p.205), como aquel que se “basa esencialmente y por necesidad en el discernimiento, y debe formularse un juicio independiente en cada situación. Esto requiere de un examen cuidadoso y crítico de los reactivos conforme se relacionen con el área específica de contenido”. En este sentido y conforme a lo expuesto por el autor antes mencionado la validez del instrumento estará a cargo de los expertos en el área de Gerencia Financiera y Gestión del riesgo.

En este sentido para el cálculo de la confiabilidad del instrumento se utilizó el computo de las dos mitades pares e impares, para ello, se tomaron en cuenta los datos arrojados de la muestra piloto de 10 sujetos con características similares a la población en estudio aplicando



la fórmula de SEGÚN EL COEFICIENTE DE KUDER RICHARSON (KR - 20), lo que dio como resultado un nivel de confiabilidad de 0,90 en el. (Ver anexo) se presenta el estudio de la confiabilidad. Se estructuraron los ítems de dos alternativas de respuesta, se asignaron a cada una un valor numérico. Solo se seleccionaría una opción.

Para el análisis de los datos, se elaboraron las tablas con la información suministrada por la población a los cuales se les calculó las medidas de tendencia central: el promedio y la desviación estándar. Una vez obtenidos los totales, se procedió a la interpretación de los datos contrastando con el baremo, el cual fue diseñado considerando como fundamento las alternativas de respuestas presentadas en el instrumento (para el establecimiento de las categorías) y el criterio del investigador, quienes indican que “al utilizar una puntuación se analiza de acuerdo a un continuo de (0.00/ 1.00) trabajando como si fuera de intervalo”.

Baremo para la Interpretación de los Promedios

Intervalos de Medias	Categorías según alternativas de respuestas
(0.00 - 0.33)	Nunca/ muy baja
(0.34 - 0.67)	Algunas Veces/Baja
(0.68) - 1.00)	Siempre/ muy alta

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2003).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN PARCIALES O FINALES .

Para la escogencia del portafolio de inversión, de acuerdo al perfil de riesgo desde la educación financiera a los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla que más se ajuste, se siguió el proceso anteriormente mencionado, encontrando que el mejor modelo para estimar la rentabilidad diaria de los retornos de Almacenes Éxito, Ecopetrol, Grupo Aval.

Análisis del Portafolio Inicial

Para el análisis del portafolio de inversión, de acuerdo al perfil de riesgo desde la educación financiera a los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla se definió una inversión de 100'000.000 COP y se utilizó un nivel de Aversión al Riesgo del inversionista de 3, el cual corresponde a un inversionista balanceado. Adicionalmente se definió el plazo de la inversión a octubre de 2015 y por tal motivo se utilizó el rendimiento de un TES a esta fecha como la tasa libre de Riesgo, definiéndose en 4,58% anual, de tal forma que ninguna inversión por debajo de este rendimiento sería aceptable para el inversionista.

El portafolio inicial fue diseñado como un portafolio con una distribución equitativa entre los títulos, ya que permite tener una primera aproximación y analizar el comportamiento del portafolio cuando todas las acciones tienen el mismo peso.



Para evaluar El portafolio de inversión, de acuerdo al perfil de riesgo desde la educación financiera a los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla, se calculó de los modelos de volatilidad los rendimientos promedios diarios y anuales de las acciones,

Optimización Financiera del Portafolio de Inversión.

El primer paso para optimizar el portafolio de inversión es definir la frontera eficiente para los títulos del portafolio, por lo cual por medio de Excel con la herramienta Solver se encuentran los portafolios entre los cuales va a estar dicha frontera. Estos portafolios extremos serán el de menor volatilidad y el de mayor Rendimiento, de tal forma que los puntos internos describirán la curva de la frontera eficiente. Después de encontrar los portafolios límite de la frontera eficiente se decidió validar si el portafolio inicial pertenece a la frontera eficiente, por tal motivo se calculó el portafolio que maximizara el rendimiento para el mismo nivel de riesgo que el portafolio inicial (12,76%), y se procedió a comparar con el portafolio inicial.

Se concluye que el portafolio de inversión, de acuerdo al perfil de riesgo desde la educación financiera a los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla, inicial no se encuentra en la frontera eficiente, porque existe otro portafolio que tiene un mejor rendimiento ante el mismo nivel de riesgo, demostrando que la mejor diversificación se logra teniendo en cuenta las correlaciones entre los títulos y no asignando los mismos pesos a todos los elementos del portafolio. Posteriormente se definió que se estimarían 11 puntos de la frontera eficiente, de tal forma que se calcularon los portafolios que maximizan la rentabilidad para volatilidades que varíen en 0,62%, empezando dese el portafolio de mínima varianza y llegando al portafolio de máxima rentabilidad. En la frontera eficiente sobre la cual reposan los mejores portafolios según el nivel de riesgo, y resulta claro que el portafolio base no se encuentra en ella, ya que para el nivel de riesgo del portafolio base se podría tener una mayor rentabilidad y de la misma forma para obtener el rendimiento que entrega este portafolio el inversionista se podría exponer a un riesgo menor.

Es necesario recalcar que únicamente se está teniendo en cuenta la relación riesgo rendimiento y no se está penalizando a los portafolios más riesgosos debido a que posteriormente se combinara el portafolio con el activo libre de riesgo, para disminuir el riesgo de la inversión. Se observa también que el rendimiento equivalente percibido por el inversionista es mayor a la tasa libre de riesgo de tal forma que para los ojos del inversionista sería preferible invertir en el portafolio que en el activo sin riesgo; sin embargo, este rendimiento equivalente puede aumentar al generar un nuevo portafolio el cual combine el portafolio optimo inicial y el activo libre de riesgo. El portafolio óptimo final de inversión, de acuerdo al perfil de riesgo desde la educación financiera a los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla, el cual maximizará el valor del rendimiento equivalente y estará compuesto por el portafolio óptimo inicial y el activo no riesgoso que como se explicó anteriormente corresponde a un TES con vencimiento en octubre de 2015, fecha en la que se liquidará el portafolio.

Los resultados del portafolio de inversión, de acuerdo al perfil de riesgo desde la educación financiera a los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla se puede observar que



el inversionista percibirá una rentabilidad equivalente de 5,89% anual, teniendo en cuenta el portafolio dará un rendimiento anual de 7,21%, el cual es considerablemente superior a la tasa libre de riesgo (4,58% anual), así mismo estará expuesto a un riesgo de 9,36% anual, lo que implica que en un día muy negativo lo máximo que se esperaría perder sería 1'370.964 COP lo cual corresponde a 1,37% del valor del portafolio (100'000.000).

CONCLUSIONES

Las conclusiones más relevantes de la investigación PORTAFOLIO DE INVERSION DE ACUERDO AL PERFIL DE RIESGO DESDE LA EDUCACIÓN FINANCIERA EN BARRANQUILLA, son:

1. Es fundamental hacer un análisis profundo sobre las empresas que emiten las acciones que se van a tener en el portafolio de inversión, de acuerdo al perfil de riesgo desde la educación financiera a los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla, debido a que esto permite tener una mejor visión de los riesgos externos a los que se va a estar expuesto, y las perspectivas de crecimiento futuras.
2. Debido a que no se conocen las variables exógenas que afectan los rendimientos de cada título, se utilizó la información histórica de los precios de las acciones, encontrando modelos de volatilidad tipo ARCH, GARCH y EGARCH, los cuales permitieron estimar el comportamiento de los retornos.
3. La asignación de pesos iguales a todos los títulos del portafolio no implica la mejor diversificación para un portafolio, debido a que no contempla las relaciones que existen entre los activos financieros que componen el portafolio, de tal forma que no puede asumir riesgo de manera eficiente.
4. Los portafolios de inversión, de acuerdo al perfil de riesgo desde la educación financiera a los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla que se encuentren en la frontera eficiente maximizan la rentabilidad para cada valor de riesgo determinado cuando no es posible invertir en la tasa libre de riesgo.
5. Cuando es posible invertir y endeudarse a la tasa libre de riesgo, el portafolio óptimo de inversión, de acuerdo al perfil de riesgo desde la educación financiera a los inversionistas y familias en la ciudad de Barranquilla resulta de una combinación entre el portafolio con mayor coeficiente de Sharpe y el activo no riesgoso.
6. La aversión al riesgo del inversionista determina la composición del portafolio óptimo, ya que penaliza en mayor o menor cuantía el riesgo asumido, llevando a que portafolios atractivos para un tipo de inversionistas resulte poco llamativo para otros con un nivel de riesgo diferente.

BIBLIOGRAFIA

- Bolsa de Valores de Colombia, (2013). Estrategia, estructura y beneficios de las nuevas familias de índices de la Bolsa de Valores de Colombia.
- Bolsa de Valores de Colombia, (2013). Metodología de cálculo de los índices de Renta Fija COLTES de la Bolsa de Valores de Colombia.



- Bolsa de Valores de Colombia, (2013). Metodología de cálculo de Small Cap Colombia COLSC de la Bolsa de Valores de Colombia.
- Bolsa de Valores de Colombia, (2013). Metodología de cálculo del índice COLIBR de la Bolsa de Valores de Colombia.
- Bolsa de Valores de Colombia, (2013). Metodología para el cálculo del índice general COLEQTY.
- Bolsa de Valores de Colombia, (2013). Metodología para el Cálculo del Índice de Reconocimiento de Emisores – COLIR de la Bolsa de Valores de Colombia.
- Bolsa de Valores de Colombia, (2013). Nueva metodología de cálculo del índice COLCAP que entrará en vigencia a partir del 15 de abril de 2013 de la Bolsa de Valores de Colombia.
- Contabilidad Sistema de información para las organizaciones, McGraw Hill 5ª Ed Bogotá, 2005
- Decreto Reglamentario 2555 de 2010. Tabla de retenciones 2014: <http://www.gerencia.com/tabla-de-retencion-en-la-fuente-para-el-2014.html>
- Gutiérrez Carmona, Jairo. Modelos financieros con Excel, Bogotá: ECOE, 2008
- http://www.dinero.com/wf_InfoArticulo.aspx?IdArt=30284
- <https://www.grupoaval.com/portales/jsp/historicoindicadores.jsp?indi=5358>
- <https://www.grupoaval.com/portales/jsp/historicoindicadores.jsp?indi=5849>
- Ley 51 de 1990 – normativa sobre los TES. Concepto 0105918 del 24 de diciembre de 2009. Decreto 1076 de 2007 – Calificaciones financieras y títulos susceptibles de calificación <http://www.asofondos.org.co/>
- MANKIN, N. Greogory, Macroeconomía, Antoni Bosch Editor, 4ª Ed, Bogotá, 2005
- Revista Dinero. Fin de semana de lectores (01/05/2007).
- Rosillo, Jorge, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión una Visión Integral para Empresas Manufactureras y de Servicios, Cengage Learning Editores, Bogotá, 2008.
- Van Horne, James; Fundamentos de Administración Financiera; 2002.
- Varela, Rodrigo. Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la creación de empresas. Bogotá: Prentice Hall. 2001.
- Vélez, Ignacio; Dediciones de inversión; CEJA 4ª Ed Bogotá 2004.



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU APOORTE COMO MODELO DE GESTIÓN HACIA UN DESARROLLO SOSTENIBLE

*Rossember Saldaña Escorcía⁶⁹, Elizabeth Pallares Arévalo⁷⁰,
Rosana Otálvarez Herrera⁷¹*

RESUMEN

En este artículo de reflexión se presentan los resultados de una investigación llevada a cabo en las empresas Bavaria, Nutresa y Palmas del Cesar, con el objetivo de analizar la Responsabilidad Social Empresarial como modelo de gestión hacia un desarrollo sostenible. Para la realización se abordó una investigación descriptiva utilizando la técnica documental y revisión de fuentes secundarias sobre el estado actual de la RSE en las organizaciones mencionadas anteriormente. Como resultado, se pudo observar que las empresas han generado diversos abordajes, posibilitando la articulación de la RSE en diversos escenarios encaminando las acciones con el desarrollo sostenible para permitir un proyecto legítimo y perdurable en el tiempo. Se concluye que la RSE aporta elementos significativos al cumplimiento de los objetivos en las dimensiones sociales, económicas y ambientales potencializando el crecimiento de las empresas en los mercados a nivel mundial.

Palabras clave: Responsabilidad Social, modelo de gestión, desarrollo sostenible, empresa.

ABSTRACT

This reflection article presents the results of a research carried out in the companies Bavaria, Nutresa and Palmas del Cesar, with the objective of analyzing Corporate Social Responsibility as a business management model towards sustainable development. A descriptive research was carried out using the documentary technique and a review of secondary sources on the current state of CSR in the organizations Bavaria, Nutresa and Palmas del Cesar. As a result, it was observed that companies have generated different approaches, enabling the articulation of CSR in different scenarios, directing actions towards sustainable development to allow for a legitimate and lasting project over time. It is concluded that CSR contributes significant elements to the fulfillment of the objectives in the social, economic and environmental dimensions, thus enhancing the growth of companies in global markets.

Keywords: Social responsibility, management model, sustainable development, company.

⁶⁹ Rossember Saldaña Escorcía. Estudiante de Ingeniería Ambiental y Sanitaria en la Universidad Popular del Cesar, Aguachica, Colombia. E-mail: rsaldanae@unicesar.edu.co

⁷⁰ Elizabeth Pallares Arévalo. Antropóloga de la Universidad del Magdalena, especialista en pedagogía y docencia de la Fundación del Área Andina. Candidata a magíster en Educación en la universidad Corporación Universitaria Iberoamericana. Docente de Ingeniería Ambiental y Sanitaria en la Universidad Popular del Cesar, Aguachica, Colombia. E-mail: epallaresa@unicesar.edu.co

⁷¹ Rosana Otálvarez Herrera. Estudiante de Ingeniería Ambiental y Sanitaria en la Universidad Popular del Cesar, Aguachica, Colombia. E-mail: rotalvarez@unicesar.edu.co



INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial es el compromiso que tienen todas las empresas para contribuir al mejoramiento social, económico y ambiental. Este término comprende un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un equilibrio sostenible en la sociedad local y global. Asimismo, es “la capacidad de una empresa para escuchar, atender, comprender y satisfacer las legítimas expectativas de los diferentes actores que contribuyen a su desarrollo, orientando sus actividades a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros y la sociedad” (Gallo, citado Verduzco, 2006). Ahora bien, la responsabilidad social o responsabilidad social empresarial, es una tendencia que actualmente se está evidenciando en las empresas públicas o privadas en el mundo de manera voluntaria, para contribuir al medio ambiente, aumentar la competitividad empresarial, su sostenibilidad y mantener una participación activa a través de sus grupos de intereses. De esta manera, se destaca que en Colombia existen un sin número de organizaciones que trabajan en favor de la integración de la RSE en la gestión empresarial, para fortalecer sus prácticas y las dimensiones sociales, ambientales y económicas por las cuales trabaja la institución.

En este sentido, se considera fundamental el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial como modelo de gestión en las organizaciones Bavaria S.A., Nutresa S.A. y Palmas del Cesar, dado que estas aplican la norma ISO 26000, diagnostican y toman decisiones en cuanto al impacto de sus acciones en las comunidades, en los trabajadores y el medio ambiente, así como también, la participación activa de los involucrados debido que se trata de la búsqueda de la calidad en todas sus acciones. Desde esta perspectiva, la RSE se convierte en la conciencia del comportamiento y la acción de mejora que permitirá que la empresa sea más competitiva, cumpla con sus expectativas y la de todos los grupos de intereses, incluyendo la sociedad que se encuentran en su entorno.

Asimismo, la Responsabilidad Social Empresarial delega que las empresas no pueden trabajar de manera aislada, porque forman parte de la comunidad, y esta es afectada por las actitudes empresariales. Además, se hace necesario que “la empresa trabaje en el mejoramiento de la sociedad y propicie un ambiente interno en el que los empleados desarrollen una filosofía que lleve a una sana ecología y una mejor calidad de vida para todos” (Valderrama et al., 2007, p. 178). “Cada empresario tiene que estar convencido de que el futuro de su organización, su familia y la comunidad depende de sus actitudes y acciones proecológicas” (Kras, 1994, p. 75).

A partir de lo anterior, surgen los siguientes interrogantes: ¿qué se entiende en las empresas por RSE? ¿se hace necesario la opinión de los grupos de interés para el éxito empresarial? ¿son estas empresas socialmente responsables? ¿mejora el estado de una empresa que adopte las prácticas de RSE? En esta medida, el artículo pretende develar la forma como se está aplicando la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones como modelo de gestión hacia un desarrollo sostenible.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Los escenarios en los que las empresas se han venido desarrollando son permeados por las dinámicas mundiales en las dimensiones económicas, sociales y ambientales. Organizaciones como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Mundial y la Organización de las Naciones Unidas (ONU) han empleado sus esfuerzos en encontrar soluciones a los problemas que atañen a la sociedad, entre ellos, la desigualdad, la pobreza, el hambre, la educación y la degradación ambiental. La necesidad de aportar soluciones ha conllevado a la creación de nuevas estrategias y modelos de gestión con el fin de mejorar el desarrollo de las actividades generando valor económico y competitivo para las empresas, y a la vez disminuya los impactos causados por las operaciones al ambiente (Díaz Bautista, 2017). La Responsabilidad Social Empresarial “es la contribución activa y voluntaria de las empresas en el mejoramiento social, económico y ambiental. En este concepto (...) se engloba un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones” (Barroso Tanoira, 2009, p. 76). No obstante, la implementación de la RSE requiere de la participación de todos los involucrados lo cual implica un cambio en la manera de pensar al momento de estructurar y ejecutar estrategias ya sea dentro o fuera de las empresas.

Ahora bien, en la actualidad la RSE es un aspecto de la gestión empresarial que no solo se frecuente en las empresas grandes, sino que se adhieren a todos los horizontes o tipos de empresas. Esto se debe a que la RSE es un tema que progresa en todos los niveles empresariales internacionales, siendo aceptada por múltiples grupos que tienen un fin común, el cual busca adoptar estrategias de cambio que permitan crecer de manera integral contribuyendo a las sociedades puesto que esta es la esencia de su mercado. Asimismo, La RSE se ha venido desarrollando como una herramienta que mediante su aplicación se puede medir la gestión social de manera cuantitativa y cualitativamente en miras de una mejora continua y mayor rentabilidad en las mismas. Es por ende, que el logro de la RSE mediante las estrategias de gestión empresarial crearía una mayor responsabilidad entre los grupos de interés, generando conciencia para obtener un cambio social, económico y ambiental.

Es así, que se tiende a revisar la visión sobre cómo se está llevando el proceso de RSE en las empresas partiendo siempre desde la integración de responsabilidades ambientales. En tal sentido, se considera que empresas como Bavaria S.A., Nutresa S.A. y Palmas del Cesar S.A., configuran un modelo de gestión en el que se le otorga un peso equilibrado al ámbito social, económico y ambiental. En otras palabras, el reconocimiento del papel central de la RSE está relacionado con los “impactos que tienen las actividades de las empresas en la sociedad” (Freeman & Hasnaoui, 2011).

A partir de lo anterior, emerge la preocupación por la responsabilidad de estas empresas en relación con el impacto de sus operaciones en las diferentes áreas de influencia, así como también, las actividades que desarrollan para proyectar su sostenibilidad como un modelo de gestión empresarial. De esta manera, surge el siguiente interrogante: ¿cuáles son los aportes de las empresas Bavaria, Nutresa y Palmas del Cesar con respecto a la responsabilidad social empresarial como modelo gestión en el desarrollo sostenible?



OBJETIVO GENERAL

Analizar la responsabilidad social empresarial desde su aporte como modelo de gestión hacia un desarrollo sostenible

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la responsabilidad social empresarial como modelo de gestión
- Explicar el concepto de desarrollo sostenible hacia un crecimiento económico
- Describir la relación y los aportes de la responsabilidad social empresarial al desarrollo sostenible

REFERENTE TEÓRICO

Responsabilidad Social

Es el compromiso adquirido por las organizaciones para identificar los problemas de interés público relacionadas con el medio ambiente, salud, educación, hambre y desnutrición con el fin de establecer acciones positivas hacia la sociedad aportando soluciones transparentes, éticas y sustentables apuntando al Desarrollo Sostenible (DS) (Andía Valencia, 2015; Viteri Moya, 2010).

Responsabilidad Social Empresarial

Es una estrategia ampliamente usada por las empresas para el mejoramiento del bienestar económico, social y ambiental mediante la formulación y ejecución de prácticas y políticas a largo plazo transformando atributos filantrópicos a obligatorios, siendo modelo de negocio exitoso ya que proporciona una ventaja competitiva en el mercado al igual que contribuye al logro del DS desde el ámbito corporativo (Ye et al., 2020). Asimismo, la esencia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se basa en las tres dimensiones: la económica, social y ambiental, lo cual consisten en el Triple Bottom Line del DS (Zhang et al., 2019). No obstante, la RSE y el DS se diferencian por sus enfoques; Behringer y Szegedi (2016) menciona que el DS trata en satisfacer las necesidades presentes y futuras a través de sus dimensiones mientras que la RSE se fundamenta en la interrelación de la sociedad y el ambiente enfocada en el comportamiento ético y voluntario.

Teorías de la Responsabilidad Social Empresarial

En la teoría de stakeholders, se plantea que la RSE no busca la maximización de los beneficios económicos a corto sino a largo plazo mediante el establecimiento del valor que poseen los grupos de interés dentro y fuera de la organización (Fernández & Bajo, 2012). De igual manera, en la teoría accionista se mencionan las características que tiene la responsabilidad social se enfocan en la obtención de beneficios dentro del marco legal y ético, beneficiando a la sociedad (Rubio Guerrero & Fierro Celis, 2016). Por otro lado, en la teoría normativa fomenta que la RSE es una actividad rentable para las organizaciones, que considera la ética y la ley estableciendo una gestión moral en sus acciones (2016). Por último, Friedman menciona que la conjetura ciudadana, las organizaciones están obligadas al



desarrollo social y local pues estas son las que deben entender las problemáticas para que así sean socialmente responsables (Bour, 2012).

Modelo de gestión competitivo

La competitividad y la gestión empresarial son claves en el fortalecimiento de las organizaciones, pues el logro de los proyectos está relacionado con la capacidad que tiene el equipo de dirección en gestionar de manera eficiente las herramientas y los recursos necesarios con el fin de superar los posibles obstáculos, generando un mejoramiento constante (Reyno, 2006). Asimismo, la competitividad es un valor que desean tener las organizaciones, ya que muestran la capacidad de estas en responder a las necesidades que tienen los stakeholders; conociéndose actualmente como RSE, generando para todas las partes estratégicas de las empresas beneficios económicos, sociales y ambientales aumentando la sensación del bienestar social (Acuña Moraga et al., 2019).

Factores claves en los ámbitos de la Responsabilidad Social Empresarial

En el ámbito económico, la RSE trae beneficios para las organizaciones debido a que se crean mayores alianzas y hay mayor confianza entre estas generando un aumento en la inversión externa. Es así, que los factores claves para dicho ámbito son la reducción del coste en el capital, aumentar los ingresos y la reducción de costes (Catacora & Quispe, 2019). Asimismo, en el ámbito ambiental se exige a las organizaciones incorporar un modelo de gestión ligado al desarrollo de procesos sostenibles en la cadena de producción. Los factores claves en este ámbito son la preservación y minimización de los impactos del producto, la implementación de medidas correctivas y la búsqueda de soluciones a los problemas específicos de la empresa aumentando el rendimiento y la capacidad crítica del personal por medio de la ejecución de la gestión ambiental (Pérez Espinoza et al., 2016). Por último, en el ámbito social se enmarca el favorecimiento de los grupos de interés generando confianza hacia las organizaciones, donde los factores claves son las relaciones laborales, con la sociedad y la acción social (Catacora & Quispe, 2019).

Desarrollo Sostenible

El concepto se establece a finales de los años 80, establecido en el informe de Nuestro Futuro Común o informe de Brundtland presentado por la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas, la cual lo definió como “Desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Brundtland, 1987). Por otro parte, en el año 2015 se estableció la Agenda 21 siendo el soporte en el comienzo del DS en sus diversas dimensiones mediante un plan estratégico que las integra de tal manera que el desarrollo y los modelos económicos no perjudiquen a las otras dimensiones (Rodríguez Castellanos, 2018).

METODOLOGÍA

En el presente capítulo se formularon los criterios metodológicos bajos los cuales se orientó la investigación, es decir, los procedimientos que permitan dar respuesta a la pregunta de investigación y por ende a los objetivos a desarrollar. Además, se precisan los términos



asociados al tipo, diseño de investigación, población, muestra y técnicas e instrumentos para la recolección de datos.

Diseño y tipo de investigación

La investigación será tipo descriptivo con un enfoque cualitativo, ya que busca describir o caracterizar las cualidades de un fenómeno así como abarcar un concepto que muestre parte de la realidad del mismo (Hernández Sampieri et al., 2014). De igual manera, pretende conocer el estado actual de la situación analizada, en este caso, es la responsabilidad social empresarial de las empresas establecidas en la población de estudio.

Por otro lado, el método de investigación se estableció como inductivo pues se busca obtener conclusiones generales a partir de conjeturas particulares del fenómeno estudiado. Asimismo, la pesquisa se basó en un diseño bibliográfico al igual que se emplearon métodos promovidos por la revisión de fuentes primarias como informes empresariales o políticas internas de aplicación de la responsabilidad social empresarial publicada en las páginas oficiales y fuentes secundarias obtenidas de manera indirecta mediante investigaciones externas relacionadas con el objeto de estudio, y se tuvo en cuenta criterios de confiabilidad de las fuentes, entre estos, la actualidad de los documentos como la objetividad de los mismos (Passos Simancas, 2015).

Población - Muestra

La población objeto de estudio está compuesta por tres empresas: Bavaria S.A. Nutresa S.A. y Palmas del Cesar S.A., las cuales dentro de su estructura organizacional cumplen con unas series de normas que les permite operar legalmente. Además, son conocidas a nivel nacional como organizaciones o empresas socialmente responsables, es decir, en cuanto a su proceso de toma de decisiones, valora el impacto de sus acciones en las comunidades, en los trabajadores y el medio ambiente.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se desarrolló bajo el enfoque cualitativo, siendo esta una estrategia de investigación social que combina métodos y técnicas, que permiten la recolección de información de fuentes variadas generando a su vez la confrontación y la validación mediante distintos procedimientos de la temática a investigar.

De esta manera, el trabajo de investigación se desarrolló a partir de la revisión de documentos ya sean elaborados por otras personas, artículos académicos y/o otros escritos que representan una de las fuentes más utilizadas en el método cualitativo. En este sentido, se realizó una búsqueda exhaustiva de revisión de la literatura existente en torno al tema planteado dando lugar al marco teórico de la investigación. Esta exploración se llevó a cabo a través de una revisión de fuentes secundarias sobre el estado actual de RSE en las organizaciones. Asimismo, se revisaron fuentes externas como páginas web de las diferentes empresas: Bavaria S.A., Nutresa S.A. y Palma del Cesar S.A., con el fin de indagar los documentos e informes de sostenibilidad que contribuyen a analizar las prácticas de RSE en sus instituciones.



Técnicas e Instrumentos para el análisis de la información

La investigación acometida es de tipo descriptivo basada en la técnica de revisión documental. En su desarrollo se han revisado artículos científicos en revistas especializadas, libros de reconocido prestigio en los campos de interés y tesis doctorales que abordan el tema relacionado. Al respecto, se acudió a la base de datos especializadas como Dialnet, Redalyc, Scielo, ScienceDirect, entre otras. Para acceder a los documentos se utilizaron las palabras claves: responsabilidad social, desarrollo sostenible, estrategia corporativa, medio ambiente y ética empresarial; los criterios de selección se relacionan con la concordancia con el tema analizado. Igualmente, se accedió a las páginas de las empresas Bavaria S.A., Nutresa S.A. y Palmas del Cesar S.A., para adquirir los datos sobre la RSE como modelo de gestión empresarial. La información recopilada en la revisión se registró en fichas y matriz con el fin de analizar cómo aplican la RSE y la sostenibilidad de la empresa. Esta sustentación conduce a presentar las consideraciones siguientes como un aporte a la discusión y posteriormente la construcción conjunta de los criterios del artículo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Bavaria S.A.

El plan de RSE adoptado por Bavaria S.A., se basa en cuatro criterios integrales que contribuyen con el DS. En primer lugar, se desincentiva el consumo irresponsable de alcohol a través del desarrollo de acciones comunicativas responsables, la promoción de una cultura y asegurando un comportamiento responsable de los grupos de interés de la empresa; en segundo lugar, produce sus bebidas alcohólicas regulando el consumo y vertido residual en las cuencas hídricas logrando proteger las fuentes de agua, garantizando un manejo de vertimiento y disminuyendo la huella hídrica, en tercer lugar, reduciendo la huella energética mediante la disminución del consumo de energía proveniente de la red pública aumentando el uso de energías renovables, así como la reducción de la huella de carbono en la cadena de valor y emisiones de CO₂ en la línea de producción y distribución, y por último, trabajar en la minimización de los residuos sólidos a partir de alianzas con los proveedores para potencializar el aprovechamiento de estos en la cadena de producción minimizando los residuos enviados a los rellenos sanitarios (Bavaria S.A., 2020).

Asimismo, Bavaria S.A., maneja incentivos como apoyo en productos de insumos y materia prima requeridos en la cadena de producción, además incursiona el fortalecimiento de la educación de la comunidad intervenida dando un impulso a los pobladores de alcanzar el nivel universitario mediante bonos financieros. De igual manera, da un apoyo básico a la población agraria de bajos recursos y a mujeres campesinas cabezas de hogar. Es así que Bavaria S.A., bajo todas las políticas de RSE en diferentes regiones del país ayuda al Estado a alcanzar los objetivos de equidad poblacional, a la creación nuevos empleos disminuyendo los índices de pobreza y hambre (Tovar Parra, 2019).

Nutresa S.A.

El Grupo Nutresa trabaja bajo una estrategia de gestión sostenible, la combinación de procesos y funciones instaladas con la aplicación de nuevas tecnologías que les permite avanzar con el objetivo de incrementar la creación de valor en el tiempo (Nutresa, 2020).



Esta capacidad les permite lograr un equilibrio entre la economía y el medio ambiente, manteniendo así la prosperidad económica y contribuyendo al desarrollo social. En este sentido, gestionan riesgos, aprovechan oportunidades, fortalecen la cadena de valor, la calidad del producto, la experiencia y la calidad del servicio, buscando la excelencia en las prácticas de gobierno corporativo. El grupo Nutresa posee una visión enfocada en generar progreso y desarrollo para todos, promoviendo el desarrollo sostenible, asignando capacidades evitando la degradación ambiental y protegiendo a las comunidades en las que operan (Nutresa, 2019).

Es por ende, que el Grupo Nutresa se ha enfocado en cinco ejes temáticos (Nutrición, educación, salud, emprendimiento, arte y cultura) establecidos por su estrategia de RSE contribuyendo así al cumplimiento a nueve de los diecisiete objetivos del desarrollo sostenible. En su primer eje ha logrado beneficiar a miles de personas mediante aportes de manutención en miras de mejorar la calidad nutricional de las familias, mientras el segundo eje está enfocado en el fortalecimiento de las estructuras físicas y tecnológicas de las escuelas así como la cualificación de los docentes. Asimismo, ha respaldado con el tercer eje a entidades de salud con el fin de mejorar la atención médica y acción social; con el cuarto eje ha fortalecido las capacidades productivas, socioempresariales y de trabajo asociativo con los agricultores, tenderos y entre otros, y por último, apoya la creación de eventos artísticos promocionando la cultura (Nutresa, 2020).

Palmas del Cesar S.A.

En el año 2016, se definió y ajustó el contenido, considerando el listado GRI (Global Reporting Initiative), para la formulación del informe de sostenibilidad, relacionado con la dinámica de la empresa y se priorizaron los principales temas referentes al desarrollo sostenible que son críticos para la organización y los grupos de interés, como son:

- Asuntos en la dinámica e impactos económicos dentro del sector palmicultor y zona de operación.
- Asuntos sobre las gestiones de los recursos y cumplimiento de la normativa ambiental.
- Asuntos consecuentes de los aportes e inversiones sobre las acciones sociales, comunitarias y al individuo interno (Palmas del Cesar, 2016).

En la política de RSE de Palmas del Cesar S.A., se han desarrollado programas de cualificación de los trabajadores y habitantes de las comunidades aledañas, así como el desarrollo de jornadas formativas, culturales y deportivas con el fin de mejorar el bienestar social. En cuanto, al desempeño ambiental, la empresa reporta la utilización de energías alternativas mediante el aprovechamiento de la biomasa (entre el 70 % de fibra y el 30 % de cascarilla). De igual manera, han realizado manejos de suelos responsables a partir del uso de fertilizantes orgánicos y control biológico minimizando el uso agroquímico siendo este un requisito indispensable para el cumplimiento de la RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil).



CONCLUSIONES

Los programas de RSE en cada una de las empresas dejan percibir cómo ha cobrado importancia esta estrategia como modelo de gestión empresarial en una era de globalización. Las bases de los modelos se han fundamentado en las oportunidades que brindan los cambios ligados a las exigencias del entorno a través de la minimización de la desigualdad social, conflictos y daños irreversibles que han provocado la cadena de producción a los ecosistemas. Con esto las empresas han logrado obtener reconocimiento triunfando en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales puesto que la RSE ha sido una herramienta óptima para que las empresas sean perdurables así como aceptadas por la sociedad.

La RSE hace que sea de vital importancia reconocer los intereses de los distintos grupos de interés con los que se relacionan, buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras, independientemente de los productos o servicios que ofrezca, del sector al que pertenezca, su tamaño o nacionalidad, pero al mismo tiempo visionando los comercios que integren el respeto a las personas, los valores éticos, la comunidad y el ambiente con la gestión de la empresa. Se debe resaltar el compromiso correspondiente de cumplir integralmente la finalidad de la organización, y sus expectativas económicas, sociales y ambientales tanto en lo interno y externo.

Los aportes que brindan las diferentes empresas crean un ejemplo de que las metas planteadas durante las últimas décadas se pueden adoptar y cumplir sin comprometer el crecimiento económico de estas y por el contrario proporcionan múltiples beneficios competitivos en los mercados. Cada una de las estrategias establecidas en los modelos de gestión con RSE aumentaron las oportunidades de solventar las necesidades de las sociedades contribuyendo a los objetivos de desarrollo sostenible. No obstante, aunque el DS y la RSE se vincularon de manera directa no son suficientes para lograr suplir la crisis socioambiental de la actualidad puesto que para alcanzar los objetivos que se plantean para una sostenibilidad adecuada desde el punto de vista del crecimiento económico se tiene que pensar un cambio estructural y funcional del sistema actual que predomina en el mundo.

BIBLIOGRAFÍA

- Acuña Moraga, O. E., Severino González, P. E., & Cires-Gómez, A. (2019). Responsabilidad social empresarial y ventaja competitiva. El estudio de pequeñas empresas mineras de Chile. *Revista Encuentros*, 17(02), 178–186. <https://doi.org/10.15665/encuent.v17i02.979>
- Andía Valencia, W. (2015). La responsabilidad social: análisis del enfoque de ISO 26000. *Industrial Data*, 18(2), 55. <https://doi.org/10.15381/idata.v18i2.12097>
- Barroso Tanoira, F. G. (2009). La responsabilidad social empresarial. Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y Administración*, 226, 73–91. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2008.638>
- Bavaria S.A. (2020). *Informe de Sostenibilidad*. <https://bit.ly/3d0T7eH>



- Behringer, K., & Szegedi, K. (2016). The Role Of CSR In Achieving Sustainable Development – Theoretical Approach. *European Scientific Journal, ESJ, 12*(22), 10. <https://doi.org/10.19044/esj.2016.v12n22p10>
- Bour, E. (2012). Responsabilidad social de la empresa analisis del concepto. *Estudios Economicos, 29*(59), 1–30. <https://doi.org/10.52292/j.estudecon.2012.761>
- Brundtland, G. (1987). Informe de la comisión mundial sobre el medio ambiente y el desarrollo Sostenible. *Naciones Unidas, Asamblea General*. <https://undocs.org/es/A/42/427>
- Catacora, M., & Quispe, P. (2019). *Responsabilidad social empresarial como estrategia de gestión competitiva* [Universidad Peruana Unión]. <http://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/2856>
- Díaz Bautista, N. (2017). *La Responsabilidad Social Empresarial contribuye a la preservación y crecimiento en las principales empresas colombianas* [Universidad Militar Nueva Granada]. <http://hdl.handle.net/10654/16282>
- Fernández, J. L., & Bajo, A. (2012). La Teoría del Stakeholder o de los Grupos de Interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad. *Adresearch Esic International Journal Of Communication Research, 6*(6), 130–143. <https://doi.org/10.7263/adr.rsc.006.07>
- Freeman, I., & Hasnaoui, A. (2011). The Meaning of Corporate Social Responsibility: The Vision of Four Nations. *Journal of Business Ethics, 100*(3), 419–443. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0688-6>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6th ed.). McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Kras, E. (ITESO). (1994). *El desarrollo sustentable y las empresas*. Grupo editorial Iberoamérica.
- Nutresa. (2019). *Modelo de Gestión Social Empresarial*. Empresarial, Medellín. <http://fundacionnutresa.com/>
- Nutresa. (2020). *Responsabilidad Social Empresarial*. Bogotá, D.C. <https://gruponutresa.com/sostenibilidad/nuestra-gestion-en-sostenibilidad/>
- Palmas del Cesar. (2016). *Reportes de Sostenibilidad Empresarial*, Bucaramanga. <https://palcesar.com/reportes-de-sostenibilidad/>
- Passos Simancas, E. S. (2015). *Metodología para la presentación de trabajo de investigación: una manera práctica de aprender a investigar, investigando* (2nd ed.). Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar.
- Pérez Espinoza, M. J., Espinoza Carrión, C., & Peralta Mocha, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Revista Universidad y Sociedad, 8*(3), 169–178. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202016000300023&script=sci_arttext&tlng=en
- Reyno, M. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial Como Ventaja Competitiva* [Universidad Técnica Federico Santa María]. <http://www.eumed.net/libros->



gratis/2008c/436/

- Rodríguez Castellanos, H. (2018). *Responsabilidad social empresarial: una mirada desde la sostenibilidad ambiental* [Universidad Militar Nueva Granada]. <http://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/20068>
- Rubio Guerrero, G., & Fierro Celis, F. A. (2016). La RSE: una teoría, diferentes visiones aplicadas. *Administración y Desarrollo*, 46(2), 160. <https://doi.org/10.22431/25005227.77>
- Tovar Parra, D. (2019). *Evaluación de resultados y efectos colaterales de la responsabilidad social empresarial en Bavaria S.A en específico el programa Un Mundo Mejor con los proyectos emprendedoras y siembra inteligente* [Pontificia Universidad Javeriana]. <http://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/45444>
- Valderrama, J. A., Velázquez, M. G., Flores Trejo, J. C., & Sánchez López, O. R. (2007). Reflexiones en torno a la responsabilidad social de las empresas empresarial. *Teoría y Praxis*, 3(3), 125–134. <https://doi.org/10.22403/uqroomx/typ03/10>
- Verduzco, A. (2006). Responsabilidad social empresarial: de la dimensión corporativa a la personal. *The Anáhuac Journal*, 6(1), 100–111.
- Viteri Moya, J. (2010). Responsabilidad social. *Enfoque UTE*, 1(1), 90–100. <https://doi.org/10.29019/enfoqueute.v1n1.20>
- Ye, N., Kueh, T. B., Hou, L., Liu, Y., & Yu, H. (2020). A bibliometric analysis of corporate social responsibility in sustainable development. *Journal of Cleaner Production*, 272, 122679. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122679>
- Zhang, D., Morse, S., & Ma, Q. (2019). Corporate social responsibility and sustainable development in China: Current status and future perspectives. *Sustainability (Switzerland)*, 11(16), 4392. <https://doi.org/10.3390/su11164392>



REVISIÓN DE INFORMACIÓN BIBLIOMÉTRICA SOBRE MODELOS DE GESTIÓN

Aixia Jimenez Laverde⁷², Ramiro Hernán Polanco Contreras⁷³

RESUMEN

En este artículo se presentan los resultados encontrados acerca de los diferentes modelos de gestión de información y las revistas y autores que han publicado acerca del tema durante los años 2015–2021, en el que se tomo como objetivo principal construir un estado del arte sobre los diferentes modelos de gestión de la información y para ello se realizó una revisión sistemática de la literatura. Para la recolección de la información se tuvieron en cuenta tres fases: Revisión en fuentes secundarias a partir del año 2015, Análisis bibliométrico, Sistematizar la revisión bibliográfica. En la revisión se encontró que los modelos de gestión permiten tener una información mucho más organizada en las empresas, haciendo que esta sea exacta, confiable, completa, oportuna y verificable.

Palabras clave: Modelos, Gestión de información, Organización, Decisión.

ABSTRACT

This article presents the results found about the different models of information management and the journals and authors who have published on the subject during the years 2015-2021, in which the main objective was taken to build a state of the art on the different models of information management and for this purpose a systematic review of the literature was conducted. Three phases were taken into account for the collection of information: Review in secondary sources from 2015, bibliometric analysis, systematize the literature review. In the review it was found that management models allow having much more organized information in companies, making it accurate, reliable, complete, timely and verifiable.

Keywords: Models, Information management, Organization, Decision.

INTRODUCCIÓN

La gestión de información (GI) es de vital importancia para las organizaciones, ya que, si hay un adecuado uso de ella, es más fácil que las organizaciones tomen una mejor decisión para cumplir con las metas propuestas. La gestión de información en las organizaciones tiene ciertas responsabilidades como: Hallar los argumentos que expliquen una situación en particular, encontrar las bases suficientes para tomar una buena decisión, por último, dar valor a la información tanto interna como externa, para la generación de conocimiento. (Barrera J., 2016)

⁷² Aixia Jimenez Laverde Estudiante X semestre Ingeniería Industrial en la Universidad Antonio Nariño, Villavicencio, Colombia
ajimenez30@uan.edu.co

⁷³ Ramiro Hernan Polanco Contreras, Docente Ingeniería Industrial en la Universidad Antonio Nariño, Villavicencio, Colombia
ramiro.polanco@uan.edu.co



Los modelos de gestión de información son normas, acerca de cómo se debe trabajar la información en el ámbito organizacional, para alcanzar el potencial que se espera. Los modelos de GI pueden ser teóricos, estos son representaciones gráficas que muestran a la organización una visión macro de la realidad; y los modelos aplicados, estos atienden es a una determinada realidad respecto a las necesidades de la organización y las demandas específicas. (Barrera J., 2016). Existen varios modelos de GI, pero la mayoría de estos no se encuentran sistematizados, haciendo difícil la búsqueda de estos modelos para una futura aplicación en las empresas. Al gestionar información en una organización, es necesario analizar las condiciones internas y el mercado de la organización. Por lo tanto, se analiza la eficiencia (satisfacer las necesidades organizaciones) y la eficacia (lograr los objetivos del mercado), enfatizando en la importancia de organizar la información porque brinda apoyo para las actividades de la planificación de la empresa. (Neto, Santos, & Nascimento, 2017)

Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es construir un estado del arte sobre los diferentes modelos de gestión de la información; evidenciar las revistas, los autores que más han publicado acerca del tema y los diferentes modelos de gestión que utilizan estos autores en sus documentos. Se encuentran estudios bibliométricos sobre los diferentes modelos de gestión de información, pero ninguna de estas publicaciones es reciente, la mayoría de estas investigaciones fueron publicadas en un año inferior al 2015.

Por esto surge la necesidad de conocer el impacto que ha tenido la gestión de la información actualmente en las organizaciones, por medio de un análisis bibliométrico se podrá conocer los diferentes modelos de gestión de información que se han venido aplicando últimamente en las organizaciones. La metodología se enfoca en una revisión bibliográfica, con un enfoque cualitativo y cuantitativo, donde se utilizan herramientas como bases de datos, matrices, software, se podrá conocer información sobre la cantidad de publicaciones hechas sobre la gestión de información durante los años 20015 hasta el 2021, los autores y las revistas que más han publicado acerca del tema, el índice h de cada documento.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Hoy en día las organizaciones cuentan con una gran cantidad de datos que se ignoran, debido a la falta de procesos efectivos, eficaces y eficientes de gestión de información. Por varias razones, estas entidades no analizan muchos de estos elementos, e impiden que se desaprovechen importantes posibilidades de éxito en sus campos de desempeño. (Rizo, 2019) Actualmente las organizaciones tienen un correcto uso de los medios informáticos que permiten un máximo aprovechamiento de las funciones que pueden ofrecer, se acuden a estas herramientas para poder organizar la información, que para muchas organizaciones es su activo más valioso. Por esto es indispensable contar con un modelo de gestión de la información, para que todo el personal de cierta empresa pueda tener acceso a ella de manera más segura y en todo momento. El modelo se determina según las necesidades y el tamaño de la organización. (González, 2014)

En las organizaciones la función de la información ha venido cambiando con el tiempo, debido a los nuevos modelos asociados a la socialización de la información, por ende, las



organizaciones han hecho amplios intentos para manejar este nuevo activo, para satisfacer las necesidades del mercado cambiante. Los modelos de gestión de la información se pueden clasificar como teóricos o aplicados, estos modelos presentan las directrices de como la información tiene que ser trabajada en las organizaciones. Los modelos teóricos son representaciones esquemáticas, controladas y simplificadas, que facilitan a las organizaciones una visión macro de la realidad; y los modelos aplicados atienden a determinada realidad. (Arlindo, 2017). Actualmente existe mucha información referente a la gestión de la información en internet, revistas, libros y otras fuentes de documentación, sin embargo, la mayoría de esta información no proviene de fuentes confiables, se encuentran desorganizadas o no está consolidada de forma adecuada; por esta razón se pretende realizar una bibliometría donde se puedan sistematizar las investigaciones acerca de los diferentes modelos de gestión de la información, abordando los procesos de analizar, describir, sistematizar y construir una base de conocimientos a través de los trabajos investigados. Esto nos lleva a realizar la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las características que presentan los modelos de gestión de información documentados en la literatura científica

Un modelo de gestión de información debe ser útil a las organizaciones y permitirles aumentar la eficiencia en su gestión, una organización eficiente es la que comprende las necesidades de sus grupos de interés y es capaz de satisfacer sus requerimientos presentes y futuro, para la obtención de resultados positivos. Una variable clave para la organización a la hora de lograr un objetivo, es de disponer información importante y contextualizada de todos los ámbitos de su actividad. Las organizaciones buscan la eficiencia para ser más competitivas y así generar más valor en sus actividades, por eso establecer un modelo de gestión de información facilita que la organización mejore los sistemas de toma de decisiones fundamentados en datos. Se trata de una herramienta vital para los procesos de planificación, ejecución y revisión orientados a la mejora continua de la organización, como el camino hacia la excelencia. (Oliver, 2016).

Se justifica la realización de esta investigación, debido a que en el desarrollo de este estudio no se encontraron artículos recientes de cómo se han desarrollado los sistemas de gestión de la información en las organizaciones. Se encuentran aplicaciones o desarrollos específicos y puntuales para organizaciones más no cuentan con una caracterización de como esas propuestas se puedan sistematizar. La importancia del presente trabajo radica en la necesidad de conocer el impacto que ha tenido la gestión de la información las organizaciones, y descubrir los diferentes modelos que existen, ya que actualmente esta información se encuentra dispersa y no está consolidada; se cree necesario hacer un estudio del arte acerca del tema, donde se logre sistematizar la información asociada con las metodologías utilizadas en la gestión de la información en las organizaciones.

OBJETIVO GENERAL

Construir un estado del arte sobre los diferentes modelos de gestión de la información.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar una revisión en fuentes secundarias desde el año 2015.
- Hacer un análisis bibliométrico.
- Sistematizar la revisión bibliográfica.

REFERENTE TEORICO

Según Lebrato (2015) La gestión de información se puede comprender bajo dos enfoques: El primero basado en lo profesional de la información como gestor de una unidad de trabajo, y el segundo se relaciona con los procesos y actividades de una organización. La información se organiza, evalúa, presenta, compara datos en un determinado contexto, controla la calidad, es oportuna, exacta y útil, y que se encuentre disponible en el momento en que se necesite. Está encaminada al manejo de la información, documentos, metodologías y actividades en función de los objetivos de la organización. En el mismo sentido Orencio (2013) menciona que la información es el grupo de datos que, al ser procesados de forma ordenada, se crean mensajes los cuales son transmitidos con el objetivo de modificar el conocimiento y la percepción del receptor, dándole una importancia para la toma de decisiones; en las organizaciones la información es fundamental, ya que dicho anteriormente en el momento de decidir esta tiene un peso importante, al momento de tener una buena información se pueden lograr utilidades, por eso la información debe ser considerada un activo importante; ahora bien, los dos objetivos centrales de la información se centran en transmitir la información suficiente para la toma de decisiones y modificar la actitud del personal para que sus objetivos y actividades estén en armonía con los objetivos y operaciones de la organización.

Las características que debe tener la información, según Stair & Reynolds (2000), para que esta sea valiosa son:

- Exacta: La información exacta carece de errores.
- Completa: Contiene los datos relevantes.
- Económica: La producción de la información debe ser económica.
- Confiable: La confiabilidad de la información depende del método de recolección de datos, en la fuente de información.
- Oportuna: Es la información que se recibe justo cuando se necesita.
- Verificable: Debe comprobarse que la información sea correcta.
- Accesible: La información tiene que ser de fácil acceso para los usuarios autorizados.

La gestión de información está relacionada con los datos e informaciones que están explícitos en algún sistema, se pueden clasificar como teóricos o aplicados, estos modelos presentan las directrices de como la información tiene que ser trabajada en las organizaciones; los modelos teóricos son representaciones esquemáticas, controladas y simplificadas, que facilitan a las organizaciones una visión macro de la realidad mientras que los modelos aplicados atienden a determinada realidad (Arlindo, 2017)



METODOLOGIA

La investigación desarrollada cuenta con un enfoque cualitativo, porque utiliza la recolección de datos sin medición numérica para realizar un análisis dentro de una metodología adaptada de varios autores, con el objetivo de sistematizar las investigaciones encontradas acerca de los diferentes modelos de gestión de la información. Dado que el alcance de este estudio es teórico, se centra en una tipología documental, centrado en el enfoque que hacen los autores sobre un tema en particular; es decir la búsqueda, lectura, y análisis de referencias. La recolección de la información se desarrollo en tres momentos: revisión de fuentes secundarias a partir del año 2015, análisis bibliométrico y sistematizar la revisión bibliográfica.

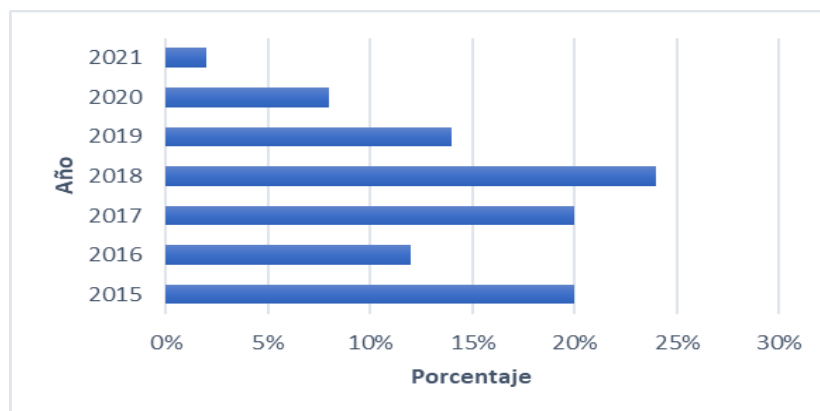
Búsqueda en bases de datos de Microsoft Academic, Scopus, Google Académico, Dialnet, Redalyc, Dimensions, donde se realizó la búsqueda de 50 artículos; esta información se recogió en base a una matriz de revisión bibliográfica, donde se consignó los nombres de las bases de datos, se estableció el tipo de documento, el autor, el nombre de la revista, el índice h y el cuartil de la revista, el año de publicación, la cita y el link del artículo. Se utilizo como instrumento el software Publish or Perish para obtener la cantidad que es citado un documento, y también el portal de Scimago Journal Kank (SJR) donde se extrajo el cuartil de las revistas. Luego se procedió a realizar una matriz de referencia donde se recogió los aspectos principales de los documentos investigados; esta ficha contiene el título del artículo, el link, las palabras claves del documento, un resumen, los objetivos con sus respectivos resultados y las herramientas utilizadas en cada documento. Con base a la información en la matriz de revisión bibliográfica, se realizó apoyado en Excel una matriz de autores acompañado de su frecuencia de colaboraron en un documento durante los años 2015 y 2021, relación encontrada con el apoyo del software VosViewer. Luego de haber obtenido las matrices anteriores, se procedió a realizar un análisis descriptivo de los hallazgos en relación con la revisión bibliográfica que se encontró, donde se especificaron los aportes de cada autor, las características y los diferentes modelos de gestión de la información, que son utilizados en las organizaciones para un mejor rendimiento.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En base a las búsquedas realizadas fueron recuperados 50 documentos, entre ellos artículos y trabajos de grado que hablaban sobre la gestión de información en el periodo de tiempo del 2015 a 2021. A continuación, se presentan la información encontrada en las distintas fuentes secundarias, por medio de unos indicadores básicos, estos se clasifican en el número de publicaciones por año, las revistas que publicaron acerca del tema con su respectivo cuartil, los autores con más publicaciones. Por ultimo se presenta un análisis de los modelos de gestión encontrados. En la gráfica a continuación se presentan la cantidad de publicaciones que fueron publicadas en los años 2015 y 2021. Según la figura 1 los documentos encontrados en las distintas fuentes secundarias de Microsoft Academic, Scopus, Google Académico, Dialnet, Redalyc, Dimensions, de los 50 artículos encontrados el 24% fueron publicados durante el año 2018, y el año donde casi no se publicaron fue el 2021 con solo 1 artículo que corresponde al 2% del total publicado.



Gráfica 1. Participación por año

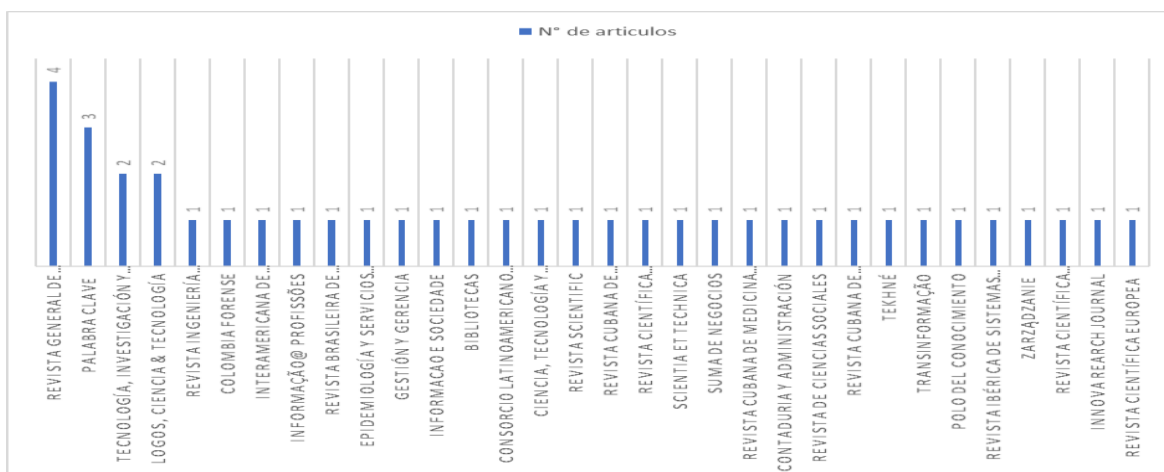


Nota. Esta Gráfica muestra el porcentaje de los documentos publicados entre los años 2015-2021.

Fuente: Elaboración propia

La distribución de los artículos encontrados en cada una de las revistas. De acuerdo a lo observado en la gráfica 2, de 50 documentos consultados, 34 revistas publicaron acerca del tema. La revista que tuvo un mayor número de artículos es la revista general de información y documentación con un total de 4 publicaciones que equivale al 10%; la revista Palabra Clave (La Plata) aportó un 7%; La revista Tecnología, investigación y academia (TIA) y Logos, ciencia & tecnología publicaron 2 documentos cada una, que corresponde al 5% de todas las revistas que participaron con publicaciones acerca del tema.

Gráfica 2. Participación de las revistas según el número de publicaciones (2015-2021)



Nota. Muestra el número de los documentos que han publicado las revistas sobre modelos de gestión de información. Fuente: Elaboración propia



Los 50 artículos fueron publicados por 105 autores, a continuación, se presentan los autores más representativos que publicaron artículos sobre gestión de la información. Según la tabla 1, solo 6 autores participaron en la publicación de al menos dos artículos, debido a esto, es posible afirmar que estos seis autores son los más productivos en cuanto al tema de gestión de información.

Tabla 1. Autores con mayor número de publicaciones

Autor	Nº de artículos
Benavides Valderrama, Diego Alejandro	2
Benet Rodríguez, Mikhail	2
Del Prado Martínez, Miguel Ángel	2
Dos Santos, Juliana Cardoso	2
Esteban Navarro, Miguel Ángel	2
Urrego Varela, Javier Andrés	2

Nota. Se evidencia los autores que tuvieron mayor cantidad de artículos publicados.

Fuente: Elaboración propia

En relación al análisis descriptivo, se puede decir que la gestión de información es un recurso vital para las organizaciones, si se hace un uso eficiente de esta información en las empresas tanto internamente como externo, se puede llegar a hacer un buen manejo de las tomas de decisiones para el logro de las metas propuestas. La mayoría de los autores investigados, estaban de acuerdo referente al objetivo de gestión de información, para ellos este tiene como propósito mejorar las herramientas de información y profundizar un poco más en la capacidad de aprendizaje, para un mejor manejo en la toma de decisiones.

Los modelos de gestión de información son normas referentes a como se debe manejar la información en las organizaciones. (Barrera, 2016). Los modelos de gestión pueden ser tanto teóricos como aplicados. Los modelos teóricos son representaciones gráficas, que suministran las organizaciones una visión de la realidad; y los modelos aplicados son los que abordan ciertas verdades en las organizaciones, y las demandas específicas. Uno de los modelos encontrados fue el modelo GTI (2017) propuesto por (Caraballosa, 2019), el cual está conformado por el ciclo PHVA (Planear, hacer, verificar, actuar), este logro darle a la organización una solución factible para el tratamiento de la información. Estos modelos permiten tener una información mucho más organizada en las empresas, haciendo que esta sea exacta, completa, confiable, oportuna y verificable. Al tener una información más estructurada, se les facilita a las organizaciones tomar mejores decisiones para cumplir con las metas propuestas.

CONCLUSIONES

Según los hallazgos encontrados en la investigación, se pudo evidenciar que, en los últimos tres años, han venido disminuyendo la publicación de los documentos relacionados con



modelos de gestión de la información, ya que en el 2015 había un 20% documentos relacionados con el tema, pero al pasar los años ha venido disminuyendo desde el año 2019 se empezó a ver una baja de los artículos publicados referentes al tema con un 14% y terminando el año 2021 con solo 2% correspondiente a lo publicado; como se evidencio no hay documentos actualizados sobre los distintos modelos de gestión de información en las organizaciones. Según la categorización de Scimago las revistas tienen gran variedad de publicaciones acerca de los modelos de información, ya que, de los 50 artículos encontrados, 34 revistas publicaron acerca del tema, pero solo 10 de estas revistas, se pudieron evaluar según su índice de impacto.

BIBLIOGRAFIA

- Lęgowik-Małolepsza, M. “Information Management Model In The Manufacturing Company. Zarządzanie”. 21, 170–178. 2016.
- Londoño, J.C. “Diseño de un modelo de gestión de la información basado en líneas de tiempo. Universidad de San Buenaventura”2016. Dirección de internet: <http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/handle/10819/3701>.
- Pomim Valentim, Marta Lígia. “Gestión de la información: dilemas y perspectivas.” Palabra Clave (La Plata), 7 (1), 1-3. 2017.
- Rodríguez-Cruz, Yunier, & PINTO, María. “Modelo de uso de información para la toma de decisiones estratégicas en organizaciones de información”. Transinformação. 30 (1). 2018.
- Santos Neto, J. A., Santos, J., & Nascimento, N. “Gestión de la información en las revistas de Brasil y Argentina: un análisis de la última década” Palabra Clave (La Plata). 7 (1), 2017.



TELETRABAJO: NUEVA REALIDAD EN LA RELACIÓN LABORAL ENTRE EMPLEADOR Y TRABAJADOR

*Daniel Arturo Jaime Velandia⁷⁴, Tania Marina Baquero Suárez⁷⁵,
Giancarlo Leal Orozco⁷⁶*

RESUMEN

El objetivo general de esta investigación es analizar el teletrabajo como modalidad o alternativa a las formas tradicionales de trabajo en empresas privadas. La metodología en este trabajo se centra en una investigación jurídica, de carácter cualitativa y de tipo descriptiva, exploratoria y propositiva, por cuanto se expone desde los resultados la realidad en un contexto natural revelando con ello, el fenómeno laboral planteado entendiendo el teletrabajo como el trabajo a distancia haciendo uso de comunicaciones soportadas en la internet, donde la actividad del trabajador se desempeña en lugares distintos a las instalaciones físicas del empleador, puede ser la residencia del trabajador o cualquier otro sitio o lugar que preste una facilidad para cumplir con la tarea asignada, ya sea haciendo uso de un computador o de un dispositivo móvil, siempre y cuando exista conexión a una red de transmisión de datos y un software que permita la interacción en tiempo real con la empresa o la comunicación sincrónica con esta o con el empleador.

Palabras clave: Administración, Cambio Organizacional, Derecho Laboral, Relaciones Laborales, Teletrabajo.

ABSTRACT

The overall objective of this research is to analyze telework as a modality or alternative to traditional forms of work in private companies. The methodology in this work focuses on a legal investigation, of a qualitative nature and of a descriptive, exploratory and purposeful type, since reality is exposed from the results in a natural context revealing with it, the employment phenomenon raised understanding telework as remote work making use of communications supported on the Internet, where the activity of the worker is carried out in places other than the physical facilities of the employer, may be the residence of the worker or any other place or place that provides an ease of fulfilling the assigned task, whether using

⁷⁴ Daniel Arturo Jaime Velandia es Abogado. Magister en Derecho. Especialista en Derecho Contractual y Especialista en Regulación de Telecomunicaciones. Docente Investigador Universitario del Programa de Derecho de la Universidad del Sinú (Córdoba – Montería). Investigador en MinCiencias. Montería, Colombia. Email: daniel.jvelandia@unisinu.edu.co Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0003-0761-2731>

⁷⁵ Tania Marina Baquero Suárez es Abogada. Doctora en Ciencias Políticas. Magister en Derecho. Especialista en Sistemas de Calidad y Auditoría de Servicios de Salud. Especialista en Derecho Administrativo. Especialista en Gerencia Tributaria. Docente Investigador Universitario de Pregrado y Postgrados de Contaduría Pública en la Corporación Universitaria Americana (Atlántico – Barranquilla). Par Evaluador e Investigadora Junior categorizada en MinCiencias. Barranquilla, Colombia. E-mail: tamabasu@yahoo.com Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-1881-7567> Id SCOPUS: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57219439621>

⁷⁶ Giancarlo Leal Orozco es Abogado. Magíster en derecho Público, Especialista en Derecho Administrativo. Docente investigador y coordinador de los semilleros de investigación de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Educación de la Universidad del Sinú Elías Bechara Zainúm sede Montería. E-mail: giancarloleal@unisinu.edu.co Orcid Id: <https://orcid.org/0000-0001-7924-0397> Docente con maestría en CVLAC.



a computer or a mobile device, provided that there is a connection to a data transfer network and software that allows real-time interaction with the company or synchronous communication with the company or with the employer.

Keywords: Administration, Organizational Change, Labor Law, Labor Relations, Telework.

INTRODUCCIÓN

Con la expedición de la Ley 1221 del 2008, en Colombia se instituyó formalmente el teletrabajo, siendo esta modalidad una relación laboral novedosa para los empresarios y trabajadores, basada en el empleo de las tecnologías de la información y la comunicación, situación que generó nuevas opciones para emplear a personas y crear nuevos nichos de empleo. La aceptación e implementación de esta modalidad de trabajo fue lenta y progresiva, esto ocasionado por el poco atractivo que se generó en la empresa privada, fundamentado en la mentalidad tradicional y dogmática del empleador de razonar que la producción laboral solo se concibe bajo su supervisión directa y presencial, pero a causa de la pandemia ocasionada por la COVID-19, ese dogma se puso a prueba, tal como lo dispuso Baquero y Liñán (2020).

El teletrabajo logró, antes de su ingreso violento, el empleo de personas en situaciones físicas y personales especiales o que se encontraban en informalidad laboral o en lugares distintos al físico de la empresa, desplegándose por ello una mayor inclusión social en Colombia, determino un incremento en la productividad y en el conocimiento de algunas regiones del país, además que anuncia la reducción de costes para el empresario.

Para territorios alejados del epicentro de la economía o del conocimiento, esta modalidad laboral puede generar nuevas formas de empleabilidad para sus habitantes, significando mayores ingresos y de contera bienestar para estos pueblos, sumado a que se apoya indirectamente al gobernante local en el cumplimiento de su política de generación de empleo. Sumado a esto, el despliegue y apoyo amplio de esta política de Estado permite que de forma virtual ingresen nuevas empresas y empleos a los territorios apartados. Pese a los beneficios que se exteriorizan, los gobiernos locales y sus empresarios principalmente nada había hecho para visualizar las bondades de esta modalidad, en ausencia de una mentalidad vanguardista y si arraigados a lo tradicional, sumado a la insuficiencia de medios tecnológicos y lógicos para ello.

Durante este último año los empresarios fueron forzados a adoptar la modalidad de teletrabajo, sin embargo, es visible que el pensamiento tradicional en ellos no ha mutado, pese a que los objetivos laborales se cumplieron eficientemente y se obtuvieron réditos con esa modalidad, y por consiguiente se persiste en que solo con esa vigilancia policiva el empleador produce. Las empresas evolucionaron, los negocios se transformaron, sus trabajadores adquirieron nuevos conocimientos, así como beneficios económicos y personales, solo falta saber que empleadores desarrollaron nuevas mentalidades laborales y si fueron capaces de asimilar con los nuevos modelos de negocio y de prestación de servicios laborales.



Esta investigación analiza desde lo jurídico, el teletrabajo como la nueva alternativa laboral en una nueva realidad social, economía y de conocimiento, limitada a los dos extremos laborales, el empresario y el trabajador, en lo que atañe a las relaciones laborales no estatales, en consideración a que su implementación resulta de la voluntad de sus participantes, en aplicación de una iniciativa y política laboral Estatal para el sector privado, por ello, se deriva el determinar las ventajas y desventajas para empresarios y trabajadores, su implementación y eventual asimilación como nueva realidad en las relaciones laborales.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

La actualidad muestra con claridad el apogeo de las tecnologías de la comunicación y la información, lo que ha dirigido a las personas individualmente o asociadas a acoger, aceptar y asimilar estos cambios tecnológicos que intervienen en la familia, la sociedad, en la economía, en la cultura, la recreación, en la forma como nos relacionamos y, en la manera como satisfacemos nuestras necesidades básicas y superfluas. Esta sociedad de la información se edifica en el conocimiento, en la forma en como lo adquiere y como lo replica. Esta sociedad se caracteriza en las actividades que se realiza a diario y que es tan basadas en la tecnología, igual sucede con el conocimiento. Es así que el uso generalizado de las tecnologías de la información y las comunicaciones establece los lineamientos del comportamiento de los asociados, por lo que resulta necesario que se exterioricen aptitudes, facultades, competencias o capacidades personales y profesionales relacionadas directamente con el uso de las tecnologías vigentes.

Esta introducción económica y digital o tecnológica a las regiones ha determinado la necesidad de empleos que requieren de perfiles laborales más altos y actuales y relacionados con el manejo de las tecnologías de la comunicación y la información además que revelen un dominio en estas. Esto conlleva a que se conciba una búsqueda de trabajadores con características especiales, que ostenten mayores y quizá mejores capacidades intelectuales o de desempeño. La internet es para muchas personas el dispositivo fundamental para desarrollar su idea de negocio o para expandirlo, lo que generó impulso económico y la necesidad de nuevo personal, pero en muchos el empresario no desea trasladar su empresa a otro lugar y del otro lado el trabajador, preferiría mejorar su economía y con ello mantener sus condiciones sociales y familiares, es por esas necesidades de los extremos que se han propiciado que la tecnología sea la facilitadora para abordar la actual tendencia mundial de la prestación personal de un servicio especializado o profesional, esto es el “teletrabajo”.

El teletrabajo admite que un trabajador desarrolle distintas actividades laborales e intelectuales para distintos empleadores nacionales o extranjeros, en distintos lugares del mismo territorio o en otros países. Para el teletrabajo es indistinta o no tiene validez un lugar geográfico, permite la flexibilidad de horarios, y la manera en que se organiza el trabajo, además inclusión laboral para esas personas con situaciones y condiciones especiales, beneficia y refuerza las relaciones familiares, se le colabora con la economía del trabajador, genera su salud física y emocional y, por demás, apoya las políticas Estatales de generación de empleo, medioambientales y de movilidad. Para el empresario, resulta más generosa la actividad de reclutamiento laboral, se reducen sus costos por el no uso y el mantenimiento



de sus instalaciones, se prescinde de inversión en puestos de trabajo al igual que de algunos elementos y, en últimas mayor expansión de sus servicios.

Ahora bien, las dificultades que presenta el teletrabajo más que técnicas son de aceptación, tanto para el trabajador como para el empresario, este último afianzado en su dogma en que el trabajador solo produce y es eficiente bajo la celestial vigilancia del empleador. El empleador tradicional concibe que el empleo tradicional, es decir quien más permanezca al interior de la empresa es el más eficiente o productivo, es el más comprometido con su empresa. El trabajador por su parte, sobre todo en los territorios periféricos a los grandes nichos económicos, está bajo ese adoctrinamiento del empleador, además apoya y justifican esa dependencia en la necesidad interna de exponerse a su empleador como un samurái, dispuesto al sacrificio absoluto por la empresa con el fin de ganar benevolencia en detrimento de su bienestar, mucho de esto concebido por el miedo reverencial de perder el empleo.

Colombia y el mundo enfrenta actualmente una realidad con anormalidad laboral, es por ello que corresponde preguntarse si ¿debe persistirse en las relaciones laborales tradicionales o, por el contrario, trabajador y empleador, deben asumir el teletrabajo como una alternativa laboral? De la misma manera resultaría acorde determinar si ¿esta modalidad de trabajo se encuadra dentro del régimen laboral colombiano tradicional o, por el contrario, debe considerarse como una relación jurídica laboral atípica asimilable o reglada por las normas del contrato por obra-labor, de prestación de servicios o freelance?

El tema es de relevancia, ya que es actual y muestra cómo se puede impulsar e implementar el teletrabajo en las regiones, acorde con las políticas de Estado sobre el tema, además que es de suma pertinencia por cuanto se presentan los beneficios de su aprovechamiento en las actuales y futuras relaciones laborales, en atención a las actuales situaciones y resultados del confinamiento sanitario establecido en los distintos países. El resultado busca impactar de manera positiva en las empresas no solo en lo laboral sino en lo económico tanto hacia el empleador como en el trabajador, además de servir de referente para su adopción.

OBJETIVO GENERAL

Analizar el teletrabajo como modalidad o alternativa a las formas tradicionales de trabajo en empresas privadas

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la normatividad que establece y reglamenta la modalidad de teletrabajo en Colombia.
- Conocer la política de teletrabajo desplegada por el Gobierno nacional para la adopción de esta modalidad de trabajo, para impulsar la nueva generación de empleo e inclusión de personas en situaciones especiales para ser empleadas.



- Determinar en situaciones normales los beneficios, dificultades, obstáculos y aceptación que formulan empresarios y trabajadores para la adopción de esta modalidad de trabajo.

REFERENTE TEORICO

El documento se enfocará en la trascendencia del teletrabajo en la actualidad como instrumento para mejorar la productividad de empresas, optimizar el tiempo de sus trabajadores, mejorar la calidad de vida de los mismos y sus relaciones sociales y familiares, así como su contribución a la economía del trabajador. En segunda medida, la aceptación o rechazo de esta modalidad por parte de empresarios y trabajadores, pese a que se estableció como política de Estado para la generación de empleo y de inclusión laboral.

Se ha definido teletrabajo de la siguiente manera. En la Unión Europea se señala que “*el teletrabajo es una forma de organización y/o de realización del trabajo, utilizando las tecnologías de la información en el marco de un contrato o de una relación de trabajo, en la cual un trabajo que podría ser realizado igualmente en los locales de la empresa se efectúa fuera de estos locales de forma regular*” (Acuerdo marco europeo sobre teletrabajo, Bruselas, 16 de julio de 2002)

Para la Organización Internacional del Trabajo -OIT-, *el teletrabajo es el trabajo a distancia (incluido el trabajo a domicilio) efectuado con auxilio de medios de telecomunicación y/o de una computadora*. (OIT, 2008).

Internamente, el legislador colombiano definió el teletrabajo como una forma de organización laboral, que consiste en el desempeño de actividades remuneradas o prestación de servicios a terceros utilizando para ello las tecnologías de la información y la comunicación – TIC permitiendo una inmediatez entre trabajadores y el empresario, obviando la interacción o presencia física de estos en un sitio determinado. (Congreso de Colombia, 2008). Un rasgo característico para definir teletrabajo es que debe estar soportado o ejecutado bajo el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, en el entendido que a falta de este elemento no se puede hablar de teletrabajo, sino otro tipo de modalidad que el empleador y el trabajador acuerdan para realizar las actividades contratadas, dado que la tecnología es la herramienta que fundamenta el teletrabajo para que funcione (Jiménez y otros, 2002)

Un elemento que resalta las bondades del teletrabajo es la flexibilidad del trabajador para dirimir ese conflicto que en muchas ocasiones se presenta entre la vida personal y el desarrollo profesional, muy especial para las mujeres, que han soportado una carga injustificada y desequilibrada cuando desean emplearse y cumplir con actividades familiares, igual sucede respecto de personas con situaciones especiales de empleabilidad, que por tal limitación no son tenidas en consideración para ser vinculadas pese a cumplir con las competencias para desarrollar una labor. En Colombia, se adoptada esta modalidad como una política de Estado para generar empleo y bajar los índices de desempleo del país. Se puede rematar diciendo que el teletrabajo es la posibilidad que un empresario concede a un grupo de trabajadores para realizar las actividades contratadas desde un lugar distinto a las



locaciones físicas de la empresa, haciendo uso específico de las tecnologías de la información y de las comunicaciones. Se consiguieron algunos documentos que hacen referencia a esta naciente modalidad de trabajo, y que de manera seguida se presentan.

- ✓ El teletrabajo, una precisión conceptual. (2014). Documento elaborado por Claudia Liliana Bonilla Puerto y Yuly Isabel Romero Garzón, para la Universidad Nacional de Colombia. En este escrito se realiza una conceptualización de la modalidad de teletrabajo, su impacto en lo social, lo económico y legal en Colombia.
- ✓ Teletrabajo como nueva modalidad laboral (2007). Documento elaborado por Tatiana González, para la Universidad de los Andes de Colombia. En este documento se presenta la evolución del teletrabajo, ventajas y desventajas en empresas que lo han adoptado, precisando las actividades laborales que pueden emplearlo
- ✓ Teletrabajo y sostenibilidad empresarial. Una reflexión desde la gerencia del talento humano en Colombia (2015). Documento elaborado por Orlando Contreras e Ivanhoe Rojas y publicado en la revista ScienceDirect, ilustra como el teletrabajo aporta a la sostenibilidad de las empresas, establece las características para su implementación y su limitante a algunas labores y aborda la forma como el empleador debe abordarlo para tener éxito.

Por su parte, la Ley 1221 de 2008 y el Decreto N° 884 de 2012, dan las características y lineamientos para la adopción de la modalidad de teletrabajo en Colombia.

METODOLOGIA

Se aborda el tema a través de una investigación jurídica y de tipo descriptiva, exploratoria y propositiva, por cuanto se procurará exponer la realidad en su contexto natural, revelando con ello el fenómeno laboral planteado. Es así que se examinará normativamente la modalidad de teletrabajo en Colombia, si se presenta como una nueva modalidad de desarrollar actividades laborales cuyo objetivo es la generación de nuevas fuentes de empleo y la inclusión de personas con especiales características de empleabilidad. Lo anterior permitiría comprobar las condiciones de aceptación o rechazo y las características laborales que se desprenden del teletrabajo, beneficios y dudas.

En cuanto al método a emplearse para el análisis normativo se aplicará la hermenéutica jurídica, debido a que permite interpretar la norma aplicable al tema. Así mismo el método inductivo- deductivo por cuanto se desarrolla una estrategia de razonamiento lógico, así las cosas, desde lo inductivo, partiendo de premisas particulares para llegar a conclusiones generales y el deductivo usando principios generales para determinar una conclusión específica.

Por consiguiente, la modalidad de teletrabajo está reglamentada en la legislación nacional, pero su pase está condicionado a la aceptación y reglamentación de los empleadores. Siendo una política de Estado las entidades Gubernamentales deben acogerla de forma escalonada, no siendo así para la empresa privada. Si intempestivo ingreso y aplicación debido al estado de emergencia declarado en todo el mundo, determinó su uso forzoso, pero sin que fuera implementado internamente en los estatutos y reglamentos internos de trabajo, sino como un



cumplimiento a las órdenes de Estado de aislamiento social, de salubridad y prevención de contagio. Por eso es que se debe determinar si una vez superadas estas vicisitudes esta modalidad de trabajo permanecerá y el Gobierno propenderá por su implementación obligatoria.

TELETRABAJO: NUEVA REALIDAD EN LA RELACIÓN LABORAL ENTRE EMPLEADOR Y TRABAJADOR

En este trabajo investigativo se estudió el teletrabajo como una modalidad de la manera en que se relaciona jurídicamente empleador y trabajador. Las deducciones de la indagación incluyen el análisis de las normas que regulan esta nueva modalidad de trabajo en el Estado Colombiano y sus efectos en su implementación. Es así que se pudo determinar que para que se hable de teletrabajo, esta modalidad obligatoriamente debe desarrollarse mediante el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, en un lugar distinto al domicilio en que el empresario desarrolla su actividad económica, es así que el trabajador puede prestar su labor desde su hogar o desde cualquier otro sitio físico en el que pueda tener una conexión con su empleador en tiempo real y remoto. Bajo ese dicho, no puede identificarse teletrabajo con trabajo a distancia. Si bien pudieran erróneamente ser asimilables, por cuanto el trabajo a distancia a diferencia del teletrabajo no se enmarca en la prestación del servicio mediante medios tecnológicos, es así que el teletrabajo es un tipo de trabajo a distancia, pero haciendo uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Entonces, todo teletrabajo es trabajo a distancia, mas no todo trabajo a distancia es teletrabajo. Tampoco están contenidos en la modalidad de teletrabajo aquellas actividades personales que siempre se han realizado fuera de la empresa, donde se dé un grado de autonomía e independencia del empleador (horario, herramientas, económica), por consiguientes estos son trabajadores independientes.

Bajo esta modalidad de relación laboral, resultas obligaciones para empleador y trabajador. Es por ello que el derecho laboral colombiano dispone para el empleador debe incorporar en sus reglamentos internos de trabajo las reglas y condiciones para desarrollar la actividad laboral bajo la modalidad de teletrabajo, por consiguiente, está obligado a garantizar la seguridad social al teletrabajador, conforme a la normatividad vigente para trabajo tradicional, de la misma manera debe a suministrar los equipos de trabajo y los medios adecuados y necesarios para realizar las tareas encomendadas. En este caso, el empleador no puede excluir al teletrabajador de los programas de salud ocupacional que desarrolle la empresa y por ende de las actividades sociales y de bienestar para todos los trabajadores (capacitaciones, recreación, socializaciones, etc). Por su parte el trabajador está obligado bajo esta modalidad a cumplir y respetar los manuales y reglamentos internos de trabajo, a asistir al lugar físico del empleador cuando este así lo requiera, así como a todas las citaciones en que sea agendado y que su presencia sea demandada, acatar la legislación sobre uso de software legal en las herramientas tecnológicas empleadas para la prestación de la labor, así el teletrabajador realice su actividad en un equipo de su propiedad. Por último, el teletrabajador debe cumplir con las normas sobre salud en el trabajo en el puesto de trabajo que desarrolla su actividad remota y participar acuciosamente en las actividades que coordina el empleador.



Ahora bien, refiriéndonos a las ventajas y desventajas que genera el teletrabajo, estas ser vistas desde el punto de la empresa como del trabajador. Como desventajas pueden indicarse que como el teletrabajador determina su horario en coordinación con el empresario, la habilidad para el trabajo en equipo del teletrabajador se ve disminuido, esto lleva como consecuencia un aislamiento laboral que genera una pérdida de interés en cumplir las metas de la empresa en conjunto, lo que también resulta en una apatía por los compañeros y su bienestar, dado que la única relación constante que presenta el teletrabajador es a través de las herramientas TIC, por lo que el compañerismo es afectado y se crea una mentalidad asocial, que puede perjudicar a la empresa y al trabajador individualmente por ese aislamiento social que adquiere. Por otro lado, se puede observar un repudio al orden jerárquico de la empresa, es decir al mando, habida cuenta que el teletrabajador desempeña sus labores con una mayor autonomía y aparentemente sin la vigilancia del jefe inmediato. La falta de interacción con los jefes lleva a que no haya una percepción de calidad de la labor del teletrabajador lo que limita las opciones para ascensos por el mérito. Cuando no hay una organización clara al interior de la empresa no hay un control efectivo de horarios de trabajo, por ello los teletrabajadores pueden ser objeto de actividades por fuera de su horario, esto conlleva a más horas de labores a las que habitualmente se ejecutarían en un trabajo tradicional. Fatiga emocional, aislamiento social, enfermedades físicas por puestos de trabajo inadecuados, incremento en el costo de los servicios del teletrabajador (luz, internet, software, etc) son inconvenientes que disminuyen el interés en esta modalidad.

Al otro extremo, las ventajas igual que las desventajas son abrumadoras, como por ejemplo, la posibilidad de emplear a personas con situaciones especiales -madres cabeza de hogar y con niños pequeños, personas con disminuciones físicas, personas fuera de la jurisdicción de la empresa- que tiene un alto potencial intelectual y que el teletrabajo les permitiría emplearse. Mayor movilidad en las grandes ciudades y de contera mejoras medioambientales. Reducción de costos para los empresarios -servicios, instalaciones físicas, elementos de oficina, etc-, disminución del ausentismo laboral por situaciones de salud o actividades personales dentro del horario de trabajo, mejor calidad de vida del teletrabajador en consideración a que su relación e interacción familiar aumenta, así mismo, se puede presentar una mejora en su economía dado que le permite ahorrar en dinero dado que no requiere invertir parte de su salario en trasladarse al lugar de trabajo.

CONCLUSIONES

Con la revisión de la literatura se encontró que con el teletrabajo es una opción que debe ser muy bien analizada tanto para empleadores y trabajadores por cuanto no todas las labores permiten esta modalidad, aunado a que es una política de Estado, por lo que las empresas están en mora de adaptarla a sus reglamentos de trabajo. La ley nacional no desliga al empleador y al teletrabajador de sus obligaciones laborales, por cuanto el empleador continua pagado la seguridad social del teletrabajador y además está obligado a mantenerlo vinculado en las actividades culturales, recreativas y de capacitación en igual condiciones que un trabajador tradicional. Por su parte el Teletrabajador debe cumplir con las mismas reglas del trabajador tradicional, horario, evaluaciones, metas empresariales, citaciones a reuniones presenciales incluso si está en el horario de teletrabajo.



El teletrabajo aumenta la productividad del empleador, en consideración a que ya no pierde tiempo en desplazamientos al lugar de trabajo lo que sobrelleva una mejor en la movilidad de las ciudades y reducción en la contaminación, además el teletrabajador armoniza su vida laboral con la familiar permitiendo una mejora en estas relaciones lo que lo estimula a cumplir con las tareas encomendadas para mantener ese bienestar. El teletrabajo permite al trabajador estar atento al desarrollo de sus hijos y cumplir de mejor manera su rol de madre o padre o esposo y esposa.

Por sus desventajas, el teletrabajador presenta aislamiento social y empresarial, que puede generar desdén no solo frente a sus compañeros de labores sino a todas las demás personas, esto impide el trabajo en equipo y un alejamiento voluntario de su entorno. El teletrabajador al presentar independencia en sus labores desconoce la escala de mando al interior de la empresa lo que lleva a desarrollar su labor rehuyendo las metas de la empresa. Se da una dependencia a la tecnología debido a su permanente uso.

Tanto empleador como trabajador debe acordar claramente las condiciones para llevar a cabo esta modalidad de teletrabajo, en procura que la empresa no resulte afectada por la actividad autónoma del teletrabajador, es por ello que es necesario que el teletrabajador desarrolle su actividades fuera del trabajo como al interior de la empresa con el fin que no se vuelva un trabajador independiente y cumpla con las metas empresariales, una interacción social de 3 a 2 semanal, es decir 3 días de teletrabajo por dos de trabajo en la empresa o viceversa, esto permite que el teletrabajador se obligue a relacionarse socialmente para mantener una salud mental lo más adecuada posible.

BIBLIOGRAFIA

- Agudo, M. J., (2014) El El teletrabajo en las organizaciones: análisis de sus beneficios y barreras en las empresas españolas. Cuadernos de Gestión de Información 4, pp 172-187
- Asamblea Nacional Constituyente, (1991). Constitución Política de Colombia. Consultada en http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html
- Bustos, D. (2012) Revista de estudios sociales, Bogotá diciembre, Subjetividad y teletrabajo, una revisión crítica
- Baquero Suárez, T. M., & Liñán Solorzano, A. (2020). Incidencia de la pandemia covid-19 en la economía del Estado colombiano / Incidence of covid-19 pandemic in the Colombian state economy. Utopía Y Praxis Latinoamericana, 25(1), 292-302. Recuperado a partir de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/utopia/article/view/34181>
- Caamaño Rojo, Eduardo. (2010). El teletrabajo como una alternativa para promover y facilitar la conciliación de responsabilidades laborales y familiares. Revista de derecho de Valparaíso Vol. 35 pp 79-105, Pontificia Universidad católica de Valparaíso, Chile
- Congreso de la República, 16 de julio de 2008, Ley 1221 de 2008, Por la cual se establecen normas para promover y regular el Teletrabajo y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial No. 47.052, Colombia
- Congreso de la República. Ley 1429 de 2010. Por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo. Diario Oficial No. 47.937, Colombia.



- Congreso de la República. Ley 1562 de 2012. Por la cual se modifica el Sistema de Riesgos Laborales y se dictan otras disposiciones en materia de salud ocupacional. Diario Oficial No. 48.488, Colombia.
- Delgado C. & Jiménez J. (2014) Percepciones sobre el teletrabajo en Colombia, Universidad Externado de Colombia
- Libro Blanco del Teletrabajo. El abc del teletrabajo en Colombia versión 3.0 (2014) Ministerio de Trabajo, Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, y Corporación Colombia Digital. Bogotá- Colombia
- Ministerio de Salud y Protección social y otros. Decreto 884 de 2012. Por medio del cual se reglamenta la Ley 1221 de 2008 y se dictan otras disposiciones. Colombia.
- Rodríguez, M., (2007). El teletrabajo en el mundo y Colombia. Gaceta Laboral, eneroabril, pp 29-42
- Romero Garzón, Y. I. (2014). El teletrabajo, una precisión conceptual. Universidad Nacional de Colombia - Sede Bogotá.
- Sierra, Y., Escobar, S., & Merlo, A. (2014) Trabajo en casa y calidad de vida: Una aproximación conceptual, Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología, Vol. 14 No. 1, pp 57-72, Universidad del Bosque, Bogotá Colombia
- Vélez Villegas, J. D. (2012). El teletrabajo: una forma de inclusión de las personas limitadas al mundo laboral y la gestión del riesgo. Universidad CES Medellín.



TURISMO CULTURAL COMO ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD EN LAS COMUNIDADES WAYUU ZONA RURAL DISTRITO DE RIOHACHA – LA GUAJIRA

Marelbis Arregoces Vanegas⁷⁷, Luis Daniel Cortes Olivera⁷⁸, Remedios Pitre Redondo⁷⁹

RESUMEN

Esta aceptación del Turismo Cultural como la suma absoluta del compendio de relaciones entre turismo, cultura y desarrollo puede considerarse, en todo caso, como restrictiva de las potencialidades que implica la interacción entre estos tres ámbitos y como arriesgada, también, por un cierto estilo elitista. De lo anterior este capítulo evidencia la problemática del desarrollo turístico cultural en las comunidades wayuu del distrito de Riohacha, siendo esto una estrategia de sostenibilidad para las familias, para ello se contempló, establecer las características sostenibles, describir la gestión cultural y establecer las necesidades básicas que rodean a esta comunidad. Para su desarrollo se planteó un enfoque cuantitativo, tipo de investigación descriptivo no experimental, la población de 69 personas considerando una muestra de 39 personas miembro de las comunidades wayuu asentadas en la zona rural del distrito de Riohacha. Para el estudio se aplicó como técnica la encuesta escala de Likert. Finalmente, para la recolección de los datos se utilizó un programa o software estadístico SPSS versión 23 que describe datos cuantitativos. Considerándose que el turismo cultural es un elemento de sustento para las familias en estudio.

Palabras clave: Turismo, calidad de vida, turismo cultural

ABSTRACT

This acceptance of Cultural Tourism as the absolute sum of the compendium of relationships between tourism, culture and development can be considered, in any case, as restrictive of the potentialities that the interaction between these three areas implies and as risky, also, due to a certain elitist style.. From the foregoing, this chapter shows the problem of cultural tourism development in the Wayuu communities of the Riohacha district, this being a sustainability strategy for families, for this it was contemplated, establish the sustainable characteristics, describe the cultural management and establish the basic needs that surround this community. For its development, a quantitative approach was proposed, a type of non-experimental descriptive research, the population of 69 people considering a sample of 39 people who are members of the Wayuu communities settled in the rural area of the Riohacha district. For the study, the Likert scale survey was applied as a technique. Finally, for data

⁷⁷ Marelbis Arregoces Vanegas es docente programa de ciencias económicas y administrativas, Líder de programa y directora semillero GUAJIRUP CEAD la Guajira. Distro De Riohacha, Colombia Marelbis.arregoces @unad.edu

⁷⁸ Luis Daniel Cortes Olivera, Estudiante del programa de administración. miembro semillero GUAJIRUP Universidad Nacional abierta y a distancia Unad ldcorteso@unadvirtual.edu.co

⁷⁹ Remedios Pitre Redondo Docente de los programas Economía, administración y contaduría Universidad Nacional abierta y a distancia Unad. asesora semillero GUAJIRUP remedios.pitre@unad.edu.co



collection, a statistical program or software SPSS version 23 was used that describes quantitative data. Considering that cultural tourism becomes an element of sustenance for the families under study.

Keywords: KEY WORDS: Tourism, quality of life, cultural tourism

INTRODUCCIÓN

Desde hace muchos años la relación entre el turismo, la cultura y el desarrollo -claramente evidente- ha sido tratada en artículos, libros y publicaciones desde muchas perspectivas, la mayoría, sin embargo, en el contexto de la simple reflexión académica. La acepción Turismo Cultural, que parece haberse convertido, improvisada y precipitadamente, en la concreción práctica de todas las disquisiciones teóricas, tiene una amplia literatura e infinidad de asociaciones y entidades que, con mayor o menor fortuna, discurren por un amplio campo de actuación, impreciso en ocasiones y extremadamente específico en otras. Esta aceptación del Turismo Cultural como la suma absoluta del compendio de relaciones entre turismo, cultura y desarrollo puede considerarse, en todo caso, como restrictiva de las potencialidades que implica la interacción entre estos tres ámbitos y como arriesgada, también, por un cierto estilo elitista. La aplicación práctica del llamado Turismo Cultural no ha ido más allá, en la mayoría de los casos, de una pequeña parcela selectiva de un gran mercado turístico, que dispone ya globalmente de determinados contenidos culturales o para culturales, pero no en el contexto de lo que algunos definen como Cultura, con mayúsculas.

Se pretende, aquí, dar un paso más allá del turismo cultural -entendido en los términos más comunes- para abrir la perspectiva a un nuevo espacio de relaciones más eficaz, quizás menos ortodoxo, pero definitivamente asentado en la consecución de un marco de beneficios socioeconómicos, precisamente para las comunidades menos favorecidas y que necesitan de instrumentos de dinamización en su evolución económica y social por lo cual es objetivo del presente estudio es Analizar el turismo cultural como estrategia de sostenibilidad en las comunidades wayuu de la zona rural del distrito de Riohacha – La Guajira. En consecuencia, se decidió trabajar la investigación después de haber realizado una visita de campo y conversado con la autoridad tradicional, se observó que tiene una ubicación geográfica cerca al mar que le da una vista única y es una zona de fácil acceso en carro o moto desde el corregimiento de Manaure, cuentan con una comunidad que se dedica a la actividad artesanal de mochilas, chinchorros y waireñas, estas últimas no se fabrican en todas las rancherías, dentro de las comunidades existen hombres que se dedican al oficio y no es común como el tejer mochilas. Para ello se planteó como objetivo general Analizar el turismo cultural como estrategia sostenible en las comunidades wayuu del distrito de Riohacha la Guajira, especificando y considerando algunos objetivos específicos que fueron desarrollo dados en el trascurso de la misma, para ello se utilizó como técnica de recolección de los datos la encuesta permitiendo evidenciar la realidad social de las comunidades wayuu y el turismo como estrategia de vida.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

A nivel mundial el turismo se ha consolidado como un importante impulsor del crecimiento económico, convirtiéndose en una industria que presenta oportunidades de progreso y desarrollo para las regiones que lo explotan, además se ha instituido en una de las actividades económicas que ha generado expectativas, tanto a nivel de los gobiernos como de la población, poniendo especial énfasis en el impulso del turismo en escenarios que tengan cierto atractivo cultural y natural. Es así como hoy, se pasa por la consolidación de la nueva era del turismo, en la que los turistas están interesados en participar de experiencias vinculadas al medio ambiente y la cultura.

Por lo tanto, el interés del turista se ha centrado en el ecoturismo, el cual está vinculado a un sentido de la ética ya que, más allá del disfrute del viajero, intenta promover el bienestar de las comunidades locales receptoras del turismo y la preservación del medio natural. El turismo cultural también busca incentivar el desarrollo sostenible es decir, el crecimiento actual que no dañe las posibilidades socio económicas futuras de los habitantes de estas poblaciones. Los principios del ecoturismo suponen el respeto por la cultura del país anfitrión, la minimización del impacto negativo que causa la actividad turística y el apoyo a los derechos humanos. De esta manera, es cómo surge el Turismo Cultural posicionándose como una de las actividades con mayor crecimiento de la demanda global en el futuro de este nuevo milenio, este tipo de turismo precisa una alta cantidad de recursos histórico-artísticos para su desarrollo, es más exigente y menos estacional, además, el turismo cultural está considerado parte del grupo de turismo alternativo, realiza cortas estancias con un tiempo de destino entre 3 o 4 días y los lugares de destino principalmente de este turismo son los núcleos receptores históricos. Del mismo modo, el turista que busca alternativas diferentes para elegir su destino en base a la oferta del turismo cultural forma parte de una clientela curiosa por naturaleza, ávida de conocimientos, buscando entender el trasfondo de los elementos mostrados, de maravillarse del todo y sorprenderse con cada detalle, y es justo en este turismo que busca señales de identidad y exalta lo autóctono, inmerso en un sentimiento nostálgico.

Colombia es un país al cual le hace falta explotar su potencial turístico, sector con gran capacidad de generar fuentes de empleos y por ende crecimiento y desarrollo económica en zonas donde aún las riquezas naturales siguen vírgenes, como lo han logrado otras comunidades, las cuales tomaron la iniciativa de explotar su potencial natural y hoy son reconocidas a nivel nacional o mundial por su gran atractivo turístico. Sin embargo, la nueva Ley de Turismo, Ley 2068 de 2020, que tiene como objetivos fundamentales fortalecer la sostenibilidad, formalización y competitividad del sector y promover la reactivación del turismo, para consolidar el país como un destino altamente reconocido, sostenible, responsable y de alta calidad. Esta nueva ley, iniciativa de Min comercio, va a permitir poner al turismo en la nueva senda de la reactivación económica

Por su parte, La Guajira no se escapa de la riqueza natural del país, es un bello departamento donde comienza Colombia, con hermosos paisajes, patrimonios invaluable y culturales, además con una población indígena de la etnia más grande que tiene el país, la wayuu, sobresale por sus grandes riquezas minerales representadas en la mina de sal de Manaure, el



yacimiento carbonífero, El Cerrejón, e importantes zonas de explotaciones gasíferas e hidrocarbúferas, localizadas principalmente a lo largo del litoral de la Costa Caribe colombiana. Del mismo modo, es un lugar idóneo para practicar turismo natural y cultural, el territorio wayuu tiene una gran extensión geográfica con playas exóticas son pocos los puntos que se han dedicado a explotar ese potencial turístico, algunos apoyados en el hecho de que el territorio es su mayor riqueza ancestral y no permiten que se modifiquen sus usos y costumbres, en la actualidad su fuente de trabajo se centra en el tejido, la pesca y pastoreo de ovinos. El distrito de Riohacha presenta en su entorno rural donde habitan asentamientos indígenas, conformado por as de 400 familias wayuu, viven de la cría de caprinos, existiendo otras actividades laborales el reciclaje es uno de los principales medios de vida y en especial de los niños, niñas y adolescentes que reciclan a diario para llevar dinero a sus familias. Especialmente en la comunidad de Villa del Sur, llama Lo anterior genera competencia a nivel intracomunitario por obtener mejores medios de vida. Tejidos, reciclaje y moto-taxismo son otras principales fuentes de trabajo informal de las familias que habitan estos asentamientos y donde el turismo se ha visto incipiente.

No obstante, se evidenció que algunos habitantes tomaron la iniciativa de explotar su potencial turístico ofreciendo servicios como forma de emprendimiento que le genere sustento para mejorar su calidad de vida, Por otra parte, la pesca es otro renglón importante, la comunidad la realiza por la tarde, la infraestructura de las casas son netamente tradicionales ambientadas con elementos de la cultura atractivos al turista, es un escenario donde el visitante puede conocer toda la cultura wayuu y al mismo tiempo practicar las actividades y lengua de los nativos. Teniendo en cuenta la tendencia a practicar Eco Turismo Sostenible se puede decir que esta actividad económica se explota con fines turísticos los cuales no cambian los espacios, los usos y costumbres propias obteniendo así el beneficio de mejorar su calidad de vida a través de su cultura.

Algunas familias de las comunidades wayuu ubicadas en los asentamientos rurales han emprendido actividades actividad turística y económica desde el año 2013, abriendo las puertas de sus rancherías para recibir a todas las personas que quieran conocer sobre las diferentes tradicionales y costumbres del pueblo wayuu, donde ofrecen servicios de hospedaje en enramadas tradicionales, relatos e historias propios de la cultura, comida típicas wayuu, todo esto acompañado de las experiencias del palabrero, el cual les da a conocer a los turistas la importancia de la palabra y de cómo el wayuu resuelve sus conflictos.

Cabe destacar que en la cultura wayuu Existen rituales dentro como el matrimonio siempre se contrae con una persona de otro linaje uterino, con la particularidad de que implica, por parte de los padres del hombre, el pago de una dote a los padres de la mujer, luego de que esta ha sido preparada durante el encierro para asumir el matrimonio con quién considere su familia sea el mejor postor, los wayuu practican ocasionalmente la poligamia, que constituye un marco de prestigio, la madre tierra hace parte de su riqueza cultural de ahí, que sus rituales siempre evocan el potencial de los recursos naturales. La sociedad wayuu presenta una estructura compleja, es de carácter matrilineal y clánica, teniendo unos 30 clanes. Cada uno con su propio territorio y su propio animal totémico. Existen todavía las autoridades tradicionales, y existe una forma específica de administrar justicia, las figuras de los putchipu



que son los portadores de la palabra y también los que ayudan a resolver conflictos entre los clanes, el hecho de que exista un palabrero nos indica la forma de resolución. Con base a lo expuesto anteriormente, se puede denotar que la cultura wayuu es muy rica en tradiciones, estas tradiciones son el conjunto de bienes culturales que se transmite de generación en generación dentro de una comunidad. Se trata de aquellas costumbres y manifestaciones que cada sociedad considera valiosas y las mantiene para que sean aprendidas por las nuevas generaciones, como parte indispensable del legado cultural. El cambio social altera el conjunto de elementos que forman parte de la tradición, se consideran tradicionales a los valores, creencias, costumbres y forma de expresión artística característicos de una comunidad, en especial a aquellos que se transmiten por vía oral. Son diversas las actividades y los servicios que ofrece esta comunidad indígena, lo cual no solo ha garantizado la conservación de los elementos tradicionales de su cultura, sino que también ha mejorado la calidad de vida de las familias de esta comunidad

JUSTIFICACIÓN

Turismo es algo que, de una u otra manera, siempre se hizo. La curiosidad, la necesidad de descubrir nuevos espacios, de interaccionar con otras gentes, forma parte de nuestra misma condición. Evolucionamos y, por tanto, las motivaciones y nuestros comportamientos van variando hasta convertir el turismo en uno de los consumos cotidianos. Aun así, subyacen en las inconscientes razones muy primitivas que nos impulsan a descubrir que hay detrás de la montaña y a contrastar nuestro modo de vida con el de otras sociedades con evoluciones culturales muy distintas. Esta investigación tienen un valor social busca contribuir con ideas y propuestas contundentes para que aquellas entidades interesadas, que busquen defender la cultura de los wayuu y promover el turismo cultural, de tal forma que puedan trazar acciones conjuntas a favor de la identidad cultural, logrando así motivar un interés propio, partidario y efectivo por la investigación, además resaltar los rasgos culturales que se van perdiendo y los que están en peligro potencial de desaparecer pero siempre respetando sus costumbres y tradiciones.

Desde el punto de vista teóricos en la producción de conocimientos, sobre las diferentes tradiciones que tienen los grupos nativos wayuu. Para efectos de sistematizar los resultados de la investigación y dar a conocer los usos y costumbres que encierra esta hermosa etnia perteneciente al departamento de La Guajira. Por otra parte, desde el punto de vista metodológico, se pretende que esta investigación sirva como referente para otros estudios, ya que a partir de este estudio podrán tener guías y parámetros de cómo ha evolucionado este tema en estudio, el cuál ha sido su transcendencia desde tiempo atrás hasta la actualidad. El aporte que realiza a la investigación es fundamental porque es la implementación de estrategias que fortalecen las actividades que se desarrollan por medio del etnoturismo y hacer de estas la mayor fuente de empleo directo e indirecto para las comunidades indígenas. Por otra parte, en cuanto a su utilidad, la presente investigación busca detallar los componentes del turismo cultural su influencia de forma positiva en la calidad de vida de las familias wayuu, dando a conocer de esta forma un tema amplio y enriquecedor que puede ser útil y aplicable para otras comunidades wayuu que de forma directa necesitan de la



realización de este tipo de actividades, debido a que las necesidades insatisfechas son muchas y las condiciones de vida en general son muy bajas.

OBJETIVO GENERAL

Analizar el turismo cultural como estrategia sostenible en las comunidades wayuu zona rural distrito de Riohacha La Guajira

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las características de sostenibilidad cultural en las comunidades wayuu zona rural distrito de Riohacha La Guajira
- Describir la gestión cultural y turística desarrollada comunidades wayuu zona rural distrito de Riohacha La Guajira
- Determinar el desarrollo y alivio de la pobreza resultantes del turismo cultural comunidades wayuu zona rural distrito de Riohacha La Guajira
- Establecer las necesidades básicas satisfechas por medio del turismo cultural desarrollado por las comunidades wayuu zona rural distrito de Riohacha La Guajira

BASE TEORICA

Según Fernández (2016), el turismo cultural se define como aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye -para satisfacer sus propios fines a su mantenimiento y protección, Como factor estratégico para el desarrollo económico local, el conjunto de manifestaciones culturales de un territorio representa una oferta absolutamente heterogénea, con potencialidades y valores de orden turísticos muy diversos. El turismo cultural nace e integra dos áreas, turismo y cultura, que han recorrido distintas fases de evolución, encuentros y desencuentros conceptuales y teóricos, pero también administrativos y políticos. Pretendemos responder a la necesidad de definición que estos términos y su combinación han desarrollado, detectando debilidades, fortalezas, tendencias y oportunidades, hasta configurar una categoría de turismo, el turismo cultural, herramienta de competitividad y crecimiento económico, y con un enorme potencial de generación de empleo.

Aun cuando se han llevado a cabo varios planes desde el año 20002, y actualmente está integrado en el Plan Nacional e Integral del Turismo español (2012-15), carece de una formulación propia tan necesaria para el sector empresarial y profesional, al estar las competencias en materia de Turismo El Turismo Cultural nace e integra dos áreas, Turismo y Cultura, que han recorrido distintas fases de evolución, encuentros y desencuentros conceptuales y teóricos pero también administrativos y políticos. El Turismo Rural (TR) es una actividad que ha emergido como alternativa para el desarrollo rural (DR), que se basa en principios de tipo ambiental, social, cultural y económico que protejan y prosperen los espacios rurales en los que se adelanta, principalmente en áreas del interior especialmente deprimidas (Domínguez & Lennartz, 2015).



Una de las principales características de esta actividad es su capacidad para articular la multifuncionalidad rural debido a la heterogeneidad del territorio, lugar en el que se ha ampliado la visión productiva tradicional del sector agropecuario, contribuyendo a la revalorización del territorio desde nuevas perspectivas productivas. Al mismo tiempo se considera como una práctica que involucra los sectores marginados del mercado laboral como jóvenes, mujeres y adultos mayores (Pérez S., 2010), en la cual el papel de la mujer debe ser reconocido, no solo desde el punto de vista económico, sino también en la preservación de la cultura (JuoLing, Wu, Park, Shu, & Morrison, 2013).

Aunque el turismo es una actividad tan antigua como la misma civilización humana, es tan solo en los últimos años que este sector ha logrado un acelerado crecimiento gracias a los desarrollos de infraestructura vial, aérea y de telecomunicaciones, entre otros. En ese ciclo de vida de crecimiento ha seguido como patrón un fenómeno de masas, caracterizado por la búsqueda de economías de escala para la reducción de costes y estandarización de los productos; es así como el turismo de sol y playa, se convirtió en la principal oferta turística.

Por su parte, la demanda turística se caracterizó por ser pasiva y con poco nivel de exigencia. Este turismo de masas, o turismo fordista (Aguiló & Juaneda, 2000) trajo consecuencias positivas: divisas (Vellas, 2004), inversión en infraestructura y capital humano (Martín & Sáez, 2006), efectos indirectos en otros sectores económicos (Dwyer, Forsyth, & Spurr, 2004), generación de empleo e incremento del ingreso (OMT, 2011), y aprovechamiento de las economías de escala (Croes, 2006). No obstante también surgieron consecuencias negativas por gestionar de forma incorrecta un destino (Goded, 2002), por ejemplo enclaves turísticos sin conexión con la economía local, deterioro del patrimonio ambiental y cultural, generación de inflación, (Pulido, Flores, & Vargas- Machuca, 2008), e “impactos no deseados de la actividad turística en ecosistemas, culturas, paisajes y personas que en gran medida dan contenidos a la demanda turística” (Santana, Rodríguez, & Díaz, 2012).

La Organización Mundial del Turismo definió, en el 2002, como turismo sostenible "...aquél que atiende las necesidades de los turistas de hoy y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege y amplía las oportunidades para el futuro. Se percibe como el marco principal para la gestión de todos los recursos, de tal forma que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas, sin detrimento de la integridad de la cultura, de los procesos ecológicos esenciales, de la diversidad biológica y de los sistemas que preservan el mantenimiento de la vida".

Por su parte, la sostenibilidad cultural, se entiende, siempre, a considerar el aspecto fundamental de la preservación, por encima de otras cuestiones, como la evolución o la difusión, tanto o más significativas. Un riesgo de una visión excesivamente conservacionista de las culturas locales, abonado por una parte notable del sector turístico, es la inmovilización de estas culturas, convirtiéndolas en algo pintoresco que no debe evolucionar, para no perder su exotismo en el contexto de una especie de parques temáticos o reservas culturales.

En un cierto paralelismo, hay que destacar que, en el tratamiento del patrimonio natural de un territorio, existe en algunos países la figura de Reserva de Inmovilización, que viene a significar que cuando no se sabe qué hacer con aquel espacio, se inmoviliza hasta que se sepa



su destino. Sería, como mínimo, socialmente injusto condenar a determinadas comunidades a mantener, sin evolución posible, su cultura ancestral, simplemente por la oportunidad de exhibirla como atractivo turístico o por no disponer de opciones concretas para su desarrollo, es decir, convertirlas en reservas de inmovilización culturales. La evolución puede y debe, también, formar parte de la atractividad de la cultura, como de hecho se demuestra en los países más avanzados, en los que gran parte de flujos turísticos muy notables se basan en lo más reciente de la producción o investigación cultural. (Fragmento de la publicación turismo, cultura y desarrollo) citado por (Damián Moragues Cortada. 2006).

Según la OMS, la calidad de vida es la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, sus expectativas, sus normas, sus inquietudes. Se trata de un concepto que está influido por la salud física del sujeto, su estado psicológico, su nivel de independencia, sus relaciones sociales, así como su relación con el entorno. Para la medición de la calidad de vida tiene unos indicadores físicos más representativos de las diferentes actividades o aspectos que la comprenden y que deben sustentarse a partir de tres precondiciones: equidad, seguridad y sostenibilidad. Equidad, empleo, seguridad, asistencia social, alimentación y nutrición, salud pública, educación, cultura, artes, deportes, viviendas y servicios comunitarios.

Se puede decir, que la calidad de vida. Está directamente asociada al concepto de bienestar, y ha sido objeto de una atención permanente en los temas desarrollo social, economía y cultura. Que busca un equilibrio entre la cantidad de seres humanos, los recursos disponibles y la protección del medio ambiente. En este contexto cobran gran importancia los derechos del hombre y la sociedad a reclamar una vida digna, con libertad, equidad y felicidad. El turismo como factor de desarrollo es una de las premisas de la OMT. Hace un tiempo, el secretario general de la Organización Mundial del Turismo (OMT), insistía a los líderes políticos más interés al turismo, pues forma parte de “una nueva economía” que “está generando más ingresos y más puestos de trabajo que otros sectores tradicionales”; a la vez insistía que el turismo “es capaz de reducir la pobreza y apoya el desarrollo” (EFE Economía, 2013)

La pregunta que surge ante la premisa de la OMT es ¿qué se entiende por desarrollo?, pues si se observa en la literatura ha existido una creciente preocupación por el tema, y más cuando se ha encontrado que los modelos económicos de desarrollo han traído grandes preocupaciones para el desarrollo de la humanidad. Este capítulo precisamente pretende realizar un rápido barrido del concepto, teniendo en cuenta que el mundo hoy se mueve en una dinámica de permanentes cambios como: la incorporación de modernas tecnologías de información y comunicación; la liberalización del comercio; la creación de nuevos bloques de comercio transnacionales; la actividad económica basada en el conocimiento; la flexibilización de las actividades empresariales; y, el rápido crecimiento de la economía de los servicios, como el turismo, entre otros. Bengt-Ake (2004) sustenta que el recurso fundamental en la economía moderna es el conocimiento y el proceso más importante, es el aprendizaje. La introducción de tecnologías avanzadas se puede llevar a cabo -de manera exitosa- únicamente acompañando los cambios organizacionales con la construcción de



competencias entre los empleados; es decir, la clave para el desempeño económico es promover el aprendizaje.

METODOLOGIA

El tipo de investigación escogido para el presente estudio, es el descriptivo, ya que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro que sea sometido a análisis, miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. El estudio es de tipo descriptivo y analítico, en este sentido Hernández, (2014), señala que “los estudios descriptivos, pretenden medir o recoger información de manera independiente, o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren”. Según Hurtado la investigación analítica consiste en “el análisis de las definiciones relacionadas con un tema, para estudiar sus elementos en forma exhaustiva y poderlo comprender con mayor profundidad” Con base a los objetivos formulados, la presente investigación es no experimental, ya que se realizó sin manipular deliberadamente variables, por medio de esta se puede observar fenómenos tal y como se dio en su contexto natural, para después analizarlos. Por la misma razón, esta investigación no experimental, busca determinar la ocurrencia de los hechos y observarlos en su ambiente natural.

La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. De acuerdo a lo anterior se puede afirmar que la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico, también es la que puede determinar la problemática ya que son capaces de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso. (Méndez, 2013, p. 156). Para trabajar en el proceso se estableció 69 personas asentadas en las comunidades wayuu considerando una muestra de 39 personas. Para desarrollar una investigación, según Tamayo (2012), “es necesario identificar una técnica eficiente de recolección de información, que garantice recopilar los datos pertinentes sobre las variables involucradas en la investigación”. En esta investigación se utilizaron como técnicas la observación Directa y la encuesta tipo Likert:

Escala Likert: La escala de Likert mide actitudes o predisposiciones individuales en contextos sociales particulares. Se le conoce como escala sumada debido a que la puntuación de cada unidad de análisis se obtiene mediante la sumatoria de las respuestas obtenidas en cada ítem. La escala se construye en función de una serie de ítems que reflejan una actitud positiva o negativa acerca de un estímulo o referente. Cada ítem está estructurado con cinco alternativas de respuesta: Siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca. Finalmente, para la recolección de los datos se utilizó un programa o software estadístico SPSS versión 23 que describe datos cuantitativos. El programa consiste en un módulo base y módulos anexos que se han ido actualizando constantemente con nuevos procedimientos estadísticos. Cada uno de estos módulos se compra por separado. (Pardo, 2012, p. 130). Para la validez del instrumento de la presente investigación se sometió a un juicio de (2) expertos en el área, quienes valoraron y emitieron consideraciones acerca de la pertenencia de cada ítem, elaborado con respecto a los objetivos de la investigación variable de estudio, dimensiones e



indicadores de la misma, los cuales dieron sus observaciones sobre el cuestionario, ayudando a corregir las posibles fallas presentadas en él, a nivel de redacción y coherencia con respecto a los objetivos de la investigación.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN FINALES

Los resultados de la presente investigación se dirigen a establecer como el turismo cultural es un elemento estratégico sostenible en las comunidades wayuu asentadas en la zona rural del distrito de Riohacha. En función de lo señalado, se formularon los objetivos específicos para Identificar las características de sostenibilidad cultural, describir la gestión cultural y turística desarrollada, establecer las necesidades básicas satisfechas y proponer estrategias que posibiliten a otras comunidades indígenas el conocer el turismo cultural desarrollado por las familias wayuu. En este sentido, estos son expresados en las siguientes tablas y gráficos que tipifican las diversas categorías de respuestas que enfocó la población encuestada.

Al indagar en primer término sobre el objetivo específico la tabla 1, permitió identificar la oferta de los servicios en la comunidad wayuu según el interrogante número uno donde se cuestionó sobre las alternativas de esparcimiento y cambio de ambiente a través del turismo cultural a quienes los visitan, se dieron cuatro opciones de respuestas a lo cual 61,1 % respondieron que siempre, el 22,2% consideró que algunas veces, 16,6% estuvo de acuerdo con que casi nunca para un total del 99 % de los encuestados. Los anteriores resultados demuestran que para la muestra de encuestados escogidos en el presente estudio en su mayoría 61.1% identifican que su emprendimiento brinda un cambio ambiente y alternativas de esparcimiento, lo cual cumple con los objetivos de quienes buscan disfrutar de este tipo de turismo, al tener las rancherías es una de las condiciones paisajísticas exóticas y poco común puede explotarse cada una de sus ventajas competitivas, el 22,2% consideró que algunas veces, 16,6% estuvo de acuerdo con que casi nunca para un total del 99% de los encuestados.

Haciendo referencia al ítem número dos, sobre los servicios que ofrecen las rancherías se dieron cuatro opciones de respuesta a lo cual 100 % respondieron que siempre, para un total del 100% de los encuestados. Del mismo modo, se reflejó que el 100% de los encuestados centran su recorrido turístico en caminatas en su territorio, realizan observación natural donde muestran al turista su fauna, flora, gastronomía, mientras realizan una narración de todas sus tradiciones culturales, religiosas y artísticas, realizan una tarde de ranchería donde el turista puede experimentar como es la cotidianidad del indígena wayuu, allí muestran toda su riqueza cultural. En el reactivo número 3, se cuestionó si el guía turístico es responsable de la recepción, asistencia, conducción, información y animación que le asegure experiencia placentera al turista, se dieron cuatro opciones de respuesta a lo cual 50 % respondieron que siempre, y finalmente el otro 50% dijo que nunca para un total del 100% de los encuestados.

También se evidencia que solo el 50% reconoce que el guía que se asigna para realizar el recorrido turístico de quienes visitan las Rancherías en busca de conocer la cultura wayuu, es responsable de ofrecer un servicio de calidad, dejando claro que tienen una debilidad en la prestación del servicio que puede afectar el buen desarrollo de la misma y el crecimiento



de su empresa, esto difiere de las teorías estudiadas en el presente estudio donde se dice que un guía turístico debe ser un individuo responsable y capacitado que sea capaz de dejar clara todas las dudas de los visitantes. En este sentido, según la teoría utilizada sobre turismo cultural, la cuestión del desarrollo ha quedado confinada a un plano secundario, resultado de la prioridad que se ha dado a la protección y a la valoración del patrimonio. Esto es en parte justificable ya que el patrimonio constituye el punto de partida de la actividad turística y es la base de identidad de las comunidades locales. Sin el patrimonio, las perspectivas de desarrollo se verían limitadas. Debido a lo anterior, el énfasis al enfoque de desarrollo en el turismo cultural es muy reciente. Se siente ahora la necesidad de definir mejor el desarrollo humano y, sobre todo, impulsar una estrategia voluntaria para que el turismo sea una herramienta sólida de este desarrollo en la comunidad wayuu donde apenas florece la idea del emprendimiento, se evidencia en los resultados que no todo el 100% de sus miembros identifica la metodología utilizada. Sin embargo, el nuevo enfoque del desarrollo también responde a la distorsión que existe entre estas potencialidades y la situación real. Las cifras anteriores indican que, a pesar de la importante expansión turística, prevalecen aún grandes focos de pobreza. Es relevante la desigualdad actual entre la importancia de la actividad turística mundial y la incidencia negativa de ciertas prácticas relacionadas a ella.

TABLA N.º 1
VARIABLES: Turismo Cultural / Sostenibilidad

Alternativas	Ítem 1 Su emprendimiento brinda varias alternativas de esparcimiento y cambio de ambiente a través del turismo cultural a quienes los visitan		Ítem 2 Dentro de los servicios que ofrece la ranchería Atacara se incluyen caminos, observación natural y narraciones sobre la historia del lugar		Ítem 3 La ranchería Atacara cuenta con un guía turístico responsable de la recepción, asistencia, conducción, información y animación que le asegure experiencia placentera al turista	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
1	22	61,1 %	36	100 %	18	50 %
2	8	22,2 %	0	00 %	0	0 %
3	6	16,6 %	0	00 %	0	0 %
4	0	0 %	0	00 %	18	50 %
Totales	36	99	36	100	36	100



Cuadro 1: Baremo de interpretación de las medias ponderadas

Rango	Categoría
$3.26 \leq X < 4.00$	Muy Alto perfil
$2.51 \leq X < 3.25$	Alto perfil
$1.76 \leq X < 2.50$	Bajo perfil
$1.00 \leq X < 1.75$	Muy bajo perfil

Fuente: Elaboración propia con datos del baremo (2020)

Al indagar en primer término sobre el objetivo específico la tabla 2, permitió identificar para el ítem número 4, donde se cuestionó si los miembros de la comunidad tienen la debida capacitación para ofrecer el servicio, que solo un 27,7% está capacitado, el 25 % consideró que algunas veces, 30,5% estuvo de acuerdo con que casi nunca y finalmente el 16,66% dijo que nunca para un total del 99,8% de los encuestados. Los anteriores resultados demuestran que para la muestra de encuestados escogidos en el presente estudio solo un 27,7% de los miembros de la comunidad tienen la debida capacitación para ofrecer el servicio o están capacitado, lo cual no cumple con los objetivos de quienes buscan disfrutar de este tipo de turismo, debido a la falta de preparación, formación o capacitación de los habitantes de la comunidad.

En el ítem número cinco, se cuestionó si las personas encargadas de realizar la actividad de emprendimiento devengan un salario mensual, se dieron cuatro opciones de respuesta a lo cual 55,5% respondieron que siempre, el 16,66% consideró que algunas veces, 13,8% estuvo de acuerdo con que casi nunca y finalmente el 13,8% dijo que nunca para un total del 99,7% de los encuestados. Del mismo modo, se reflejó que los encuestados solo un 55,5 % de la población que desarrolla la actividad de emprendimiento devengan un salario mensual. Debido a la falta de promoción y estrategias para vender sus servicios y la falta de planeación y adecuación de la comunidad. Para el Ítem número 6, se interrogó si el servicio que se ofrece en la comunidad wayuu Atacara es de excelente calidad, se dieron cuatro opciones de respuesta a lo cual 61,11 % respondieron que siempre, el 22,22% consideró que algunas veces, 16,66% estuvo de acuerdo con que casi nunca, para un total del 99,9% de los encuestados.

También se evidencia que en su mayoría el 61.11% reconoce que el servicio que se ofrece en la comunidad wayuu Atacara es de excelente calidad, debido a que es oportuno y que este cuenta con un valor justo para el material turístico y cultural que ofrecen, dejando claro que tienen una debilidad en la prestación del servicio que puede afectar el buen desarrollo de la misma y el crecimiento de su empresa. Los anteriores resultados al confrontarse con la teoría utilizada en el presente estudio difieren de lo establecido por los autores quienes plantean que el turismo cultural ofrece un alto ingreso económico a las comunidades que lo explotan como forma de mejorar su calidad de vida, en la comunidad wayuu los recursos que perciben aun no alcanzan para cubrir una nómina mensual, beneficios económicos locales reales son reducidos en comparación con la riqueza que se genera a partir de la actividad turística.



Además, el principal debate en torno al turismo cultural considera el conflicto “secular” existente entre el arte y el dinero. La valorización del patrimonio como eje de la actividad turística (valor de uso) cuenta como principal objetivo el beneficio económico, mientras que la valoración del patrimonio (valor de existencia) se preocupa principalmente en la apreciación de la dimensión cultural.

Los resultados anteriores demuestran que la comunidad quiere hacer de su patrimonio cultural otra línea dentro de sus actividades económicas, además de mostrar su patrimonio generar ingresos que le permitan disminuir las brechas económicas y sociales que se vivencias en la actualidad en la comunidad.

Tabla N. 2

VARIABLES: Turismo Cultural / sostenibilidad

Alternativas	Ítem 4 Los miembros de la comunidad que atienden al turista cuentan con la debida capacitación para ofrecer el servicio turístico		Ítem 5 Los encargados del emprendimiento turístico devengan un salario mensual		Ítem 6 Considera que el servicio que ofrecen es de excelente calidad.		
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr	
1		10	27,7 %	20	55,5 %	22	61,11 %
2		9	25 %	6	16,66 %	8	22,22%
3		11	30,5 %	5	13,8 %	6	16,66 %
4		6	16,66	5	13,8 %	0	00 %
Totales		36	99,8	36	99,7	36	99,9

Fuente: Elaboración propia (2020).

Al indagar en primer término sobre el objetivo específico la tabla 3, permitió identificar si la comunidad wayuu Atacara cuenta con los servicios públicos pertinentes para la prestación del servicio turístico en el interrogante número siete, se obtuvo como resultado que el 8,3 % consideró que algunas veces, y el 5,5% estuvo de acuerdo con que casi nunca y finalmente el 86,1% dijo que nunca para un total del 99,9% de los encuestados.



Los anteriores resultados demuestran que para la muestra de encuestados escogidos en el presente estudio en su mayoría el 86,1% % dijeron que la comunidad Atacara, no cuenta con los servicios públicos necesarios para ofrecer un servicio turístico debido a la falta de inversión de parte de entidades privadas y públicas y de los mismos habitantes para la adecuación de su entorno.

En el mismo orden de ideas para el ítem número ocho, se les pregunto a los encuestados que si el turista se interesa por conocer sus costumbres para lo cual respondieron que siempre el 61,1 % y el 13,8 % consideró que algunas veces, 16,6 % estuvo de acuerdo con que casi nunca y finalmente el 8,3% dijo que nunca para un total del 99.8 % de los encuestados.

Acá se nota que los resultados de este ítem en su totalidad respondieron con un 61,1 %, que el turista se interesa por conocer sus costumbres y su riqueza cultura debido a que es una de las etnias más extensa en todo el territorio colombiano. Para el ítem número nueve, donde se cuestionó si dentro del recorrido turístico que realizan los turistas se logran vender las artesanías que la comunidad realiza como principal actividad económica del wayuu para lo cual respondieron que siempre el 55,5 % el 16,6 % consideró que algunas veces, 13,8% estuvo de acuerdo con que casi nunca y finalmente el 13,8% dijo que nunca para un total del 99,7 % de los encuestados.

Por su parte, la teoría utilizada en el presente estudio define el turismo cultural, en muchos países en desarrollo y menos adelantados, es la opción de desarrollo económico más viable y sostenible y, en algunos de ellos, la principal fuente de entrada de divisas. Parte de estos ingresos revierte en diferentes grupos de la sociedad y, si el turismo se gestiona centrándose prioritariamente en la atenuación de la pobreza, puede beneficiar directamente a los grupos más pobres mediante el empleo de la población local en empresas turísticas, el suministro de bienes y servicios a los turistas, la gestión de pequeñas empresas y empresas comunitarias, etc., con el consecuente impacto positivo en la reducción de la pobreza.

De lo anterior se puede evidenciar que, en las comunidades wayuu, no existe disminución de la pobreza, debido a que la iniciativa de emprendimiento aún es una actividad informal, no se cuenta con una alianza estatal ni el apoyo de ninguna entidad educativa o privada que pueda apoyar el desarrollo de la misma, aunque se generan algunos recursos no hacen de la practica una actividad auto sostenible, siguen las deficiencias si en educación y necesidades básicas insatisfechas como el agua o la energía eléctrica.

Por su parte, una de las motivaciones que tiene la comunidad indígena es que al recibir turistas interesados por conocer su cultura podrán tener un aumento en las ventas de sus productos artesanales que es la actividad principal del wayuu, a un precio justo, esto implica que ya no tendrán que salir a los centros de comercio cercanos donde existe una alta cantidad de oferentes que disminuyen el precio del producto artesanal, los resultados demuestras que ha existido un aumento de las ventas en la misma comunidad.



Tabla N. 3

VARIABLES: Turismo Cultural / Sostenibilidad

Alternativas	Ítems 7 La prestación del servicio de turismo en la comunidad wayuu ha logrado que la comunidad cuente con todos los servicios públicos necesarios para las necesidades primarias		Ítems 8 Cuándo un turista visita la comunidad wayuu Atacara se interesa por conocer su historia y cultura		Ítem 9 Dentro de su recorrido turístico que se realiza en la comunidad se logran vender las artesanías que producen a un precio justo	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
1	0	00 %	22	61,1%	20	55,5 %
2	3	8,3 %	5	13,8%	6	16,6 %
3	2	5,5 %	6	16,6%	5	13,8 %
4	31	86, 1%	3	8,3 %	5	13,8 %
Totales	36	99,9	36	99,8	36	99,7

Fuente: Elaboración autores (2020)

Según el ítem número diez, donde se cuestionó si se utiliza alguna herramienta Tecnológica en la organización administrativa del emprendimiento de las rancherías para lo cual respondieron que 100% dijo que nunca para un total del 100% de los encuestados. Los resultados del presente ítem número diez, evidencia en su totalidad el 100%, respondieron que la comunidad no utiliza herramientas tecnológicas en la organización esto es debido a que la comunidad no posee los recursos necesarios para comparar equipos de cómputo y software necesarios para la administración de su empresa.

En el ítem número once, donde se preguntó si la autoridad de la ranchería ha sentido que la actividad que se realiza puede llegar a influir en la trasmisión de sus tradiciones culturales para lo cual respondieron que siempre el 8,3 % el 8,3% consideró que algunas veces, 33,33 % estuvo de acuerdo con que casi nunca y finalmente el 50 % dijo que nunca para un total del 99,9 % de los encuestados. Los resultados de este ítem número 11, se aprecia que el 50% dijo que la actividad que se realiza en la comunidad no influye en la trasmisión de sus tradiciones culturales, debido que atras vez de la prestación del servicio rescatan la pervivencia de su cultura y costumbres. Mientras en el ítem número 12 se busca saber si el proyecto de emprendimiento cultural cuenta actualmente o ha contado con el apoyo de alguna entidad pública o privada para lo cual respondieron que 100% dijo que nunca para un total del 100% de los encuestados. Los resultados de este ítem número 12, se evidencia que en su mayoría con100% dijo que nunca ha recibido ningún beneficio o apoyo de parte de las entidades del sector público del estado o del sector privado. Debido a que la falta de oportunidad de acceder a microcréditos o la preparación o formación acerca del turismo no



se da en el entorno. De lo anterior, los autores consultados en el presente estudio argumentan que no basta con tener potencial patrimonial para generar un turismo cultural rentable. Dos factores mayores intervienen en el fracaso o el éxito de un proyecto turístico de tal índole. El primero responde al aspecto financiero: un proyecto aceptable no se fundamenta en hipótesis excesivas de potencialidades o de demanda, se ajusta a la capacidad de absorción del sitio (recursos de conservación permanente, disminución de los costos de intervención y moderación de las obligaciones de valorización).

El segundo factor es la integración con el resto del territorio: la rareza y el tamaño del patrimonio no son suficientes para superar problemas de aislamiento geográfico y económico. En general, la inversión patrimonial es más sostenible cuando no tiene el papel protagónico de desarrollo y cuenta con una integración económica fuerte. Si el sitio no puede generar las actividades y los empleos ligados a la puesta en turismo del patrimonio, limita sus posibilidades de desarrollo. En los resultados anteriores se evidencia que la comunidad apenas se encuentra en un proceso de organización de la actividad de turismo cultural, se debe contar con una constitución legal, así mismo, se hace necesario realizar convenios para la capacitación de la comunidad, gestiones para que los entes encargados de la administración pública y turísticos puedan regular los servicios que ofrece la comunidad, debido que el mal uso de recursos naturales y explotación del patrimonio pueden traer consecuencias irreversibles tanto a la biodiversidad y patrimonio cultural

Tabla N. 4

VARIABLES: Turismo Cultural / Sostenibilidad

Alternativas	Ítems 10 Se utiliza alguna herramienta tecnológica en la organización administrativa del emprendimiento de la ranchería Atacara		Ítems 11 La autoridad de la ranchería ha sentido que la actividad que se realiza puede llegar a influir en la trasmisión de sus tradiciones culturales		Ítem 12 El proyecto de emprendimiento cultural cuenta actualmente o ha contado con el apoyo de alguna entidad pública o privada	
	Fa	Fr	Fa	Fr	Fa	Fr
1	0	00%	3	8,3 %	0	00 %
2	0	00%	3	8,3 %	0	00 %
3	0	00%	12	33,33%	0	00 %
4	36	100%	18	50 %	36	100 %
Totales	36	100	36	99,9	36	100

Fuente: Elaboración autores (2020).



CONCLUSIONES

De acuerdo con los objetivos trazados y finalizado el estudio, se establecen a continuación una serie de conclusiones que permiten concretar la forma como cada uno de los objetivos fue abordado de manera que sea posible establecer el alcance logrado en cada una de las metas planteadas al inicio de la presente investigación.

Para el objetivo número uno en función de Identificar las características de sostenibilidad cultural de la comunidades indígenas wayuu del distrito de Riohacha – La Guajira, se pudo concluir que existe una demanda del servicio turístico cultural y que la comunidad cuenta con potencial para explorar que se ajusta a los gustos de quienes desean vivir una experiencia de esparcimiento cultural, la flora, la fauna y las tradiciones autóctonas, por lo tanto se hace necesario que la sostenibilidad cultural tenga un impacto social dentro de la comunidad. Del mismo modo, el turismo no debería verse en sí como "la respuesta" a la eliminación de la pobreza, pero puede realizar una aportación sustancial. El potencial de desarrollar en mayor medida el turismo para canalizar un porcentaje más alto del gasto turístico hacia las personas desfavorecidas puede ser importante en algunas zonas y bastante reducido en otras. Sin embargo, dadas las dimensiones del sector, incluso un cambio pequeño en el enfoque, cuando se aplica extensamente, puede generar una diferencia significativa.

Para el objetivo número dos describir la gestión cultural y turística desarrollada en la comunidades indígenas wayuu, se pudo concluir que todos los miembros de la comunidad participan en la prestación del servicio turístico como otra fuente generadora de ingresos que pueda mejorar la calidad de vida de sus integrantes, es así como sin tener ningún apoyo estatal ni privado han iniciado una actividad económica apoyados en los pocos conocimientos que vienen adquiriendo los jóvenes que inician su etapa de estudios, apoyándose en su ubicación geográfica y tradiciones culturales. Para el objetivo número tres, Determinar el desarrollo y alivio de la pobreza resultantes del turismo cultural en la comunidad indígena se pudo concluir que la iniciativa es el comienzo de una nueva actividad económica diferente a las actividades productivas de las comunidades wayuu para los nativos, la tendencia mundial del turismo cultural ha sido una oportunidad de poder tener ingresos adicionales que ayuden a las familias a mejorar su calidad de vida.

El ingreso de turistas que están dispuestos a gastar para vivir una experiencia única hace que los oferentes tengan una nueva forma de producción, sin embargo, la falta de organización administrativa se visualiza debido a que no tienen una lista de precios ajustados. a los servicios, por lo cual no todos los miembros de la comunidad que participan del proyecto devengan un salario mensual, es así como los beneficios económicos locales reales son reducidos en comparación con la riqueza que se genera a partir de la actividad turística.

Para el objetivo número cuatro, establecer las necesidades básicas satisfechas por medio del turismo cultural desarrollado por las familias wayuu de la comunidad indígena se pudo concluir que la comunidad ha iniciado un emprendimiento con muchas necesidades no cuentan con los servicios públicos necesarios para atender al turista, no ofrecen hospedajes,



solo se realizan tardes de ranchería donde se prepara una muestra cultural para los visitantes, no cuentan con electricidad tampoco agua.

Finalmente se puede concluir que se debe contar con un alto grado de participación de la población local en todas las partes del proceso. La implicación en la misma planificación y en la gestión final de productos y servicios es la garantía de una consecuencia positiva directa para la población y, por tanto, para su desarrollo socioeconómico.

El turismo es un sector que emplea mano de obra y se compone tradicionalmente de empresas pequeñas y microempresas. Muchas actividades turísticas se adaptan especialmente a las mujeres, a los jóvenes y a grupos desfavorecidos como poblaciones de minorías étnicas. Muchos puestos de trabajo en el sector turístico pueden estar al alcance de las personas desfavorecidas, ya que exigen relativamente pocas competencias y pequeña inversión. Algunos empleos incluso pueden ser de jornada parcial y servir para complementar los ingresos derivados de otras actividades

BIBLIOGRAFIA

- Arteta A (2000) *La Admiración como Valor Moral* México Editorial Universidad de Vasco
- http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:80090/EOI_TurismoCultural_2013.pdf
- Arias, Martínez (2009), *Revista de educación*, Sisees.
- <https://books.google.com.co/books?id=2cPpeD2pjCQC>
- Asignatura: Psicología general y evolutiva 1º T.S. Profesora: Vázquez Ruz De Larrea, Consuelo Realizadores: Blanco Tejedor, Aarón Carracero Mata, Andoni
- Palestina (2006), *Como se elabora un proyecto de investigación*. Caracas: BL Consultores Asociados.
- *Basarisco, A. (2006). Proceso Metodológico en la Investigación*. Maracaibo EDILUZ <http://www.urbe.edu/UDWLibrary/InfoBook.do?id=10982>
- Belén López Vázquez. B (2007). *Publicidad Emocional: Estrategias Creativas*. España Editorial ESIC.
- Bernal Torres C, (2006) *Metodología de la investigación para administración, Economía, humanidades y ciencias sociales*, México Pearson Educación
- Bisquera, R (2001), *Educación emocional y bienestar* México Editorial McGraw –Hill
- Chávez Aliso, Nilda (2001) *Introducción a la investigación educativa*. Editorial La columna. Venezuela <http://metodologiaalternativa.blogspot.com/2013/04/caracteristicas.html>
- Jiménez J. (2008) *El valor de los valores de las organizaciones*, Colombia Editorial Cograf comunicaciones
- <https://www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm>



- Lerma Kirchner, S Bárcena Juárez y Romero Vite López (2010). Marketing Politico. https://www.ecured.cu/Calidad_de_vida
- López (2007), Publicidad emocional y estrategias creativas, Madrid España Editorial ESIC
- Acerenza, M. (2003) Administración del Turismo: Conceptualización y Organización (Cuarta Edición). México: Editorial Trillas.
- Agustil. L. (2002) I Congreso Internacional del Turismo Cultural: La Formación e Investigación, El Turismo Cultural en España. España.
- Barreto, Margarita. (2007) Turismo y Cultura: Relaciones, Contradicciones y Expectativas. España: Editorial Pasos.
- Bavaresco de Prieto, A. (1992) Proceso Metodológico en la Investigación. Academia Nacional de Ciencias Económicas en Venezuela, Caracas.
- Briedenhann y Wickens (2003) Tourism and sustainability: development and new tourism in the Third World. Editorial Routledge.
- Camacaro, Alonso. (2008) Turismo Básico Un Enfoque Integral: Principios e Ideas para la Comprensión y Desarrollo del Turismo en Venezuela. Venezuela: Editorial Biosfera.
- Docampo Manuel, y otros. (2007) Perspectivas Teóricas en el Desarrollo Local. España: Editorial Netbiblo.
- Estrada, N (2005) La Interpretación del Patrimonio Como Herramienta Para la Conversión del Recurso Patrimonial en Producto Turístico Cultural. Reflexiones y Propuestas. Disponible en Página Web: <http://www.interpretacióndelpatrimonio.com>.
- Fernández y Guzmán (2003) La Creación de Productos Turísticos Utilizando Rutas Enológicas. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Pasos. Disponible en Página Web: <http://www.pasosonline.org>.
- García J. y Poyato M (2002) La Función Social del Patrimonio Histórico: El Turismo Cultural. Universidad de Castilla de la Mancha: España
- González, M. (1998) El Vestigio como Atracción del Turismo, la Interpretación como Atracción del Vestigio. Revista Anales de Prehistoria y Arqueología.España



VOLUMEN E IMPACTO DE LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA COLOMBIANA PUBLICADA LA BASE DE DATOS SCOPUS DE ELSEVIER EN EL ÁREA DE NEGOCIOS, GESTIÓN Y CONTABILIDAD GENERADAS POR LA APARICIÓN DEL COVID-19

Adelaida Ojeda Beltran⁸⁰, Danny Daniel Eduardo Ortega Álvarez⁸¹

RESUMEN

El nuevo coronavirus SARS-CoV-2 ha sido sin duda el protagonista de los diversos estudios generados en la comunidad científica con la finalidad de orientar las diversas áreas del conocimiento, por lo tanto, esta investigación plantea como objetivo identificar el volumen y las áreas de mayor impacto de la producción científica en el área de los negocios, Gestión y Contabilidad en la base de datos Scopus de Elsevier generada por la aparición de este virus. La metodología propuesta se aborda desde un enfoque mixto, en una primera fase se presenta un estudio cienciométrico, y bibliométrico para conocer el volumen y las tendencias de la producción científica en esta Subárea de investigación. En una segunda fase se aplica la técnica de análisis de contenido mediante la utilización del Software VOSviewer versión 1.6.15. Los principales resultados dan muestra del número de investigaciones realizadas desde la aparición del SARS-CoV-2.

Palabras claves: Cienciometría- Bibliometría- Covid 19- Negocios-Gestión - Contabilidad

ABSTRACT

The new SARS-CoV-2 coronavirus has undoubtedly been the protagonist of the various studies generated in the scientific community in order to guide the various areas of knowledge, therefore, this research aims to identify the volume and areas of greater impact of scientific production in the area of business, management and accounting in the Elsevier Scopus database generated by the appearance of this virus. The proposed methodology is approached from a mixed approach, in a first phase a scientometric and bibliometric study is presented to know the volume and trends of scientific production in this Research Subarea. In a second phase, the content analysis technique is applied using the VOSviewer Software version 1.6.15. The main results show the number of investigations carried out since the appearance of SARS-CoV-2.

Keywords: Scientometrics- Bibliometrics- Covid 19- Business-Management - Accounting

⁸⁰ Adelaida Ojeda Beltran es Profesor adscrito a la facultad de ciencias económicas de la Universidad del Atlántico, Magister en Administración de Organizaciones Barranquilla, Colombia adelaidaojeda@mail.uniatlantico.edu.co. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4530-5644>.

⁸¹ Ingeniero Industrial. Magister en Ingeniería Administrativa. Profesor Investigador. Universidad del Atlántico. Colombia Correo electrónico: dannyortega@uniatlantico.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4656-5114>



INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró como pandemia el SARS-CoV-2, el 11 de marzo de 2020. Panorama que sin duda alguna generó un reto para la sociedad moderna, suscitando diversos cambios, desde las distintas áreas se ha iniciado una búsqueda por difundir nuevo conocimiento que ayude a comprender la realidad generada por este protagonista que como lo indica Dussel (2020) “Es la primera vez nos enfrentamos a una experiencia como está la cual está siendo vivida con una conciencia de universalidad”.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

El área de estudio de los negocios y la gestión reviste una gran importancia dada la crisis económica generada por la enfermedad del coronavirus (COVID-19) la cual ha tenido un impacto importante en los países de América Latina y el Caribe golpeando una estructura productiva y empresarial con debilidades que se han originado a lo largo de décadas, la gran mayoría de las empresas de la región han registrado importantes caídas de sus ingresos y presentan dificultades para mantener sus actividades: tienen serios problemas para cumplir con sus obligaciones salariales y financieras, y dificultades para acceder a financiamiento para capital de trabajo (CEPAL, 2020). De ahí la importancia de conocer si desde la comunidad científica se están generando aportes que permitan dar luces ante este nuevo panorama el cual sin duda alguna no se encontraba en los planes de ninguna organización indistintamente de su tamaño, sin embargo las pequeñas y medianas empresas (PYME) siendo la columna vertebral de toda economía, cuando una crisis externa pone en peligro los mercados, como el reciente brote de COVID-19, las pymes se ven golpeadas con mucha más fuerza dada su supuesta responsabilidad de la pequeñez, la falta de recursos que los protegería de las conmociones externas, lo cual empeora su situación Eggers, F. (2020). Sumado a esto la incertidumbre crónica causada por eventos de crisis afecta la disponibilidad de fuentes de financiamiento para muchas PYME (Brown, R., & Rocha, A. 2020) ya que muchas empresas ya enfrentan una importante disminución de sus ingresos, el aumento de la insolvencia y la pérdida de puestos de trabajo en sectores específicos, lo que tendrá un marcado impacto en el mercado laboral el mantenimiento de operaciones será especialmente difícil para las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) (OIT, 2020).

Prácticamente todas las empresas se han visto afectadas de una forma u otra, un estudio empírico sobre los efectos de la crisis del COVID-19 en las empresas familiares presentado por, Kraus, Clauss, Breier, Gast, Zardini, & Tiberius. (2020) permite extraer conclusiones iniciales sobre la gestión de crisis de las empresas familiares, como todas las industrias de todos los tamaños adaptan sus modelos comerciales a las cambiantes condiciones ambientales en un corto período de tiempo; los hallazgos también muestran que la crisis está provocando un cambio cultural significativo, pero no intencional. Por otro lado, investigaciones realizadas por Kuckertz, Brändle (2020) presentan un informe para los actores del ecosistema empresarial con un análisis de las medidas de política solicitadas, anunciadas y supuestamente implementadas en la prensa internacional en algunos países. Esto da muestra de la preocupación de los investigadores por dar respuesta a los



planteamientos de líderes, empresarios preocupados quienes desean conocer la respuesta a preguntas como: ¿Qué debemos hacer con nuestros empleados en tales situaciones? ¿cómo poder dejar de lado las ganancias o pensar en fuentes alternativas de ingresos? Ante estos cuestionamientos es un deber de los investigadores del área de los negocios y la gerencia intentar dar respuesta a estas preguntas, como ya se han dado luces en algunas subáreas de estudio de la gerencia como la planteado por Carnevale, & Hatak. (2020) quienes intentan explicar los Ajuste y bienestar de los empleados en la era de COVID-19 y las implicaciones para la gestión de recursos humanos.

Indiscutiblemente la pandemia del Covid 19 es un problema complejo, que implica para su solución un análisis desde diferentes disciplinas y desde la perspectiva de la salud pública, la economía, la ecología, la bioinformática, entre otros” (Solano, 2020) y como lo señala León, (2020)“La incorporación de nuevas tecnologías en otras áreas antes imaginadas”, La pandemia ha mostrado la importancia de la cooperación entre países, entre organismos internacionales y entre los sectores público y privado. La economía colombiana no está exenta de los choques internacionales y en los últimos años ha tenido cuatro momentos importantes de moderación de crecimiento económico: 1999, 2008-2010, 2015-2016 y 2020 estos cuatro momentos se han caracterizado porque el crecimiento real del PIB ha estado por debajo de su crecimiento potencial. (SuperSociedades. 2020). Sin duda alguna el intercambio de experiencias entre países permite compartir buenas prácticas y evitar errores. La cooperación y coordinación entre organismos internacionales puede ayudar a responder a las necesidades de apoyo planteadas por los países (FAO, 2020). Estas experiencias son en muchos casos sistematizadas convirtiendo el conocimiento tácito en conocimiento divulgado en revista especializadas.

OBJETIVO GENERAL

Identificar el volumen e impacto de la producción científica colombiana publicada en la base de datos SCOPUS de Elsevier en el área de negocios, gestión y contabilidad generadas por la aparición del covid-19

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un estudio cuantitativo, y bibliométrico para conocer el volumen y las tendencias de la producción científica colombiana en el área de negocios, gestión y contabilidad generadas por la aparición del covid-19
- Establecer el impacto de la producción científica colombiana en el área de negocios, gestión y contabilidad generadas por la aparición del covid-19

METODOLOGIA

La metodología utilizada en esta investigación, se construye a partir de la propuesta de Michán & Muñoz-Velasco (2013) quien describe 5 fases para el desarrollo del estudio cuantitativo y bibliométrico:



Etapa 1. Recuperación de la literatura.

Los criterios de inclusión de literatura se dirigieron a artículos de fuentes de alta calidad. Dada las apreciaciones de Webster y Watson (2002) en que las contribuciones de alta calidad en un campo se encuentran principalmente en fuentes acreditadas, como revistas académicas.

Etapa 2. Migración de la literatura

Para garantizar una cobertura completa, se realizó la búsqueda de literatura en la base de dato, SCOPUS de Elsevier utilizando los siguientes criterios de segmentación: 1. Palabra de búsqueda Covid-19 2. Subárea Business, Management and Accounting. 3. Año de publicación 2020- 2021 y 2022 inclusive. 4. País Colombia obteniendo así la fórmula: TITLE-ABS-KEY (covid-19) Y (LIMIT-TO (PUBYEAR, 2022) O LIMIT-TO (PUBYEAR, 2021) O LIMIT-TO (PUBYEAR, 2020)) Y (LIMIT-TO (SUBJAREA, “**BUSI**”)) Y (LIMIT-TO (AFFILCOUNTRY, “**Colombia**”)) Obteniendo la muestra de 13 resultados

Etapa 3. Análisis de literatura

La muestra denominada fue procesada de la siguiente forma: Recibió tratamiento de tipo cuantitativo mediante el recurso electrónico de análisis dispuestos en la base de datos SCOPUS luego fue sometida a un análisis cualitativo, utilizando la técnica de análisis de contenido, con el software VOSviewer versión 1.6.5. Empleado para identificar clasificar y agrupar los enfoques temáticos por medios de mapas de densidad diferenciados con distintos colores (Van Eck & Waltman, 2010).

Etapa 4: Visualización: En esta etapa y con ayuda del software se logra la obtención de figuras, gráficos, esquemas y mapas que reflejen las tendencias y los resultados de los análisis aplicados.

Etapa 5: Interpretación: Mediante la contextualización e interpretación de los resultados se establecen las tendencias de investigación, se representan influencias y colaboraciones.

REFERENTE TEORICO

Este ejercicio permite la comprensión de las dinámicas, relaciones y principales aportes en relación a la cooperación científica entre autores, instituciones, con miras a conocer los avances, retos y oportunidades de los procesos investigativos en el mundo. Este tipo de trabajos permite también generar indicadores de variabilidad e interacción en el mundo académico, dado que permite comprender la forma como el mundo intelectual establece una estructura (Jun-Ping, Ke & Hou-Quin,2014)

Ahora bien, lograr comprender los ejercicios colaborativos y obtener una interpretación de dichos datos no es una tarea fácil, por lo tanto, han surgido los indicadores bibliométricos los cuales son como lo describe Arencibias (2008) herramientas objetivas para el análisis de la información reportada en el sector académico. El análisis de la ciencia a través del estudio de sus producciones y publicaciones ha sido posible gracias a la bibliometría la cual es definida como el estudio cuantitativo de las producciones científicas a través de métodos



matemáticos y estadísticos (Spinak, 1996; Tague-Sutcliffe, 1992). De igual forma otra línea abordada en esta investigación es la *cienciometría* definida como la medición mediante un proceso informático que estudia las propiedades y estructura de la información científica, así como su proceso de comunicación (Spinak, 1996) se recurre a la *cienciometría*, toda vez que el proceso científico es susceptible de ser cuantificado a través de indicadores métricos de la información (Cruz & Ramírez, 2015).

En uso de la *cienciometría* la *bibliometría* ha sido utilizado anteriormente para analizar la producción científica en relación a los últimos virus cuya aparición han generado impacto en la sociedad, como los realizados por Castillo, Muñoz, García, & Mejía (2015) quienes determinaron el volumen e impacto de la producción científica mexicana publicada en revistas del science citation index (sci) sobre influenza en el periodo 2000-octubre de 2012. Mientras que el anterior artículo se enfoca en el volumen general, esta investigación se enfoca en el análisis *cienciométrico* y *bibliométrico* a partir de un área del conocimiento en particular, con el objeto de generar un panorama más especializado en relación a los negocios y la gestión.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN FINALES

Autores con mayor producción

En relación al volumen de producción de los autores en materia de Covid-19 en el área de negocios, gestión y contabilidad, se observan en el gráfico 1, que no existen autores destacados, los autores registran solo una producción.

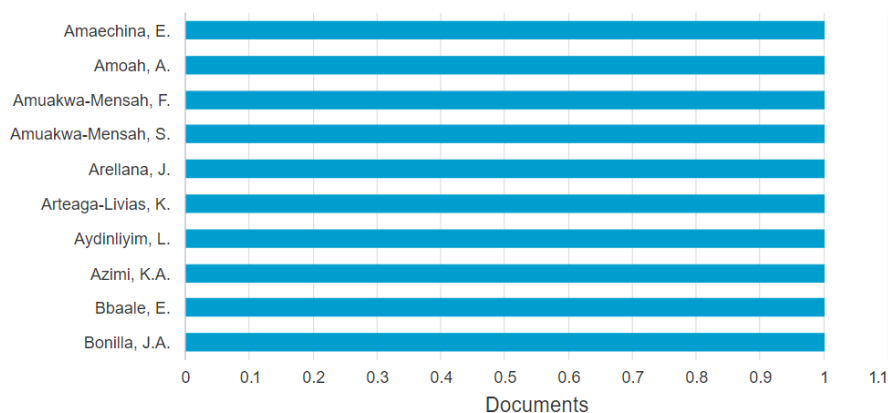


Gráfico 1. Autores con mayor producción: Datos suministrados por la plataforma SCOPUS

Producción científica por tipo de documento

Los resultados obtenidos dan cuenta en el Gráfico 2 de los tipos de documentos se registran 10 artículos 1 letra 1 nota 1 revisión.

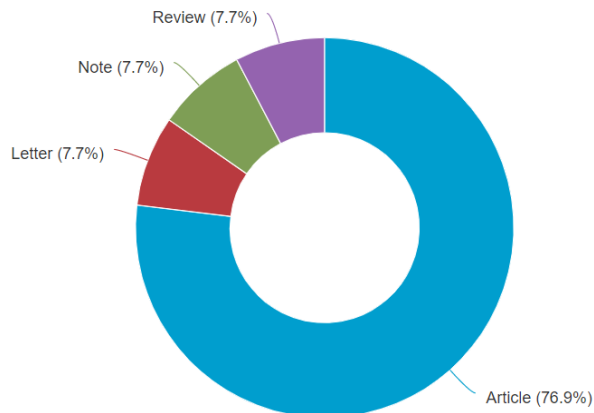


Gráfico 2. Producción científica por países: Datos suministrados por la plataforma SCOPUS

Producción científica por fuente

En relación a las revistas con mayor publicación en el área de negocios, gestión y contabilidad, el gráfico 3 evidencia que la revista venezolana de Gerencia ha sido la fuente de mayor publicación (10) liderando el ranking seguida de otras con igual número de publicaciones como Investigación en gestión (1) Espacio y cultura (1) Economía y política del agua (1) en otras Revista de investigación empresarial (14).

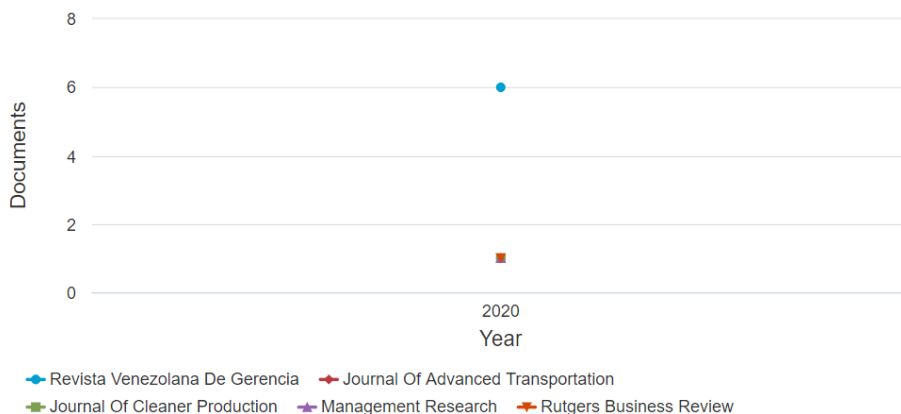


Gráfico 3. Producción Científica por fuente: Datos suministrados por la plataforma SCOPUS

Producción científica por filiación del documento

Los resultados descritos en el gráfico 3 dan cuenta que las instituciones con mayor productividad son la Universidad del Tolima (2) publicaciones seguida de en otras instituciones que solo cuentan con 1 publicación

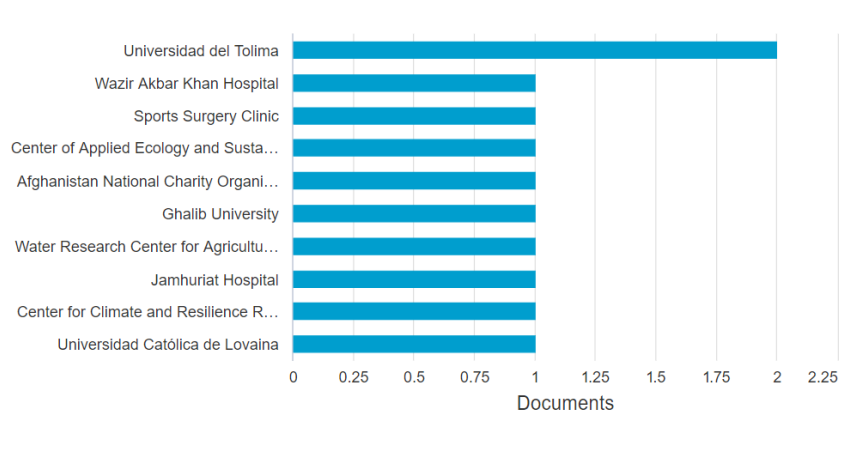


Gráfico 3. Producción Científica por filiación del documento: Datos suministrados por la plataforma SCOPUS

Análisis de la relación y colaboración entre autores.

Los resultados del análisis de la relación y colaboración entre autores dan muestra de los grados de influencia y coautorías que se han producido entorno a la producción científica. Esta investigación utilizó el software especializado de tratamiento de información VOSviewer en su versión 1.6.15 en la elaboración del mapa de relaciones y colaboración, a partir de la construcción de la base de datos de la plataforma SCOPUS. El tipo de análisis aplicado corresponde al 'Co-authorship', mediante el método de 'Full counting'. Considerando los autores como mínimo (1) documento, obteniendo un resultado de 16 autores para la construcción del mapa de relación y colaboración, Los resultados dan muestra también de la conformación de 13 Clúster.

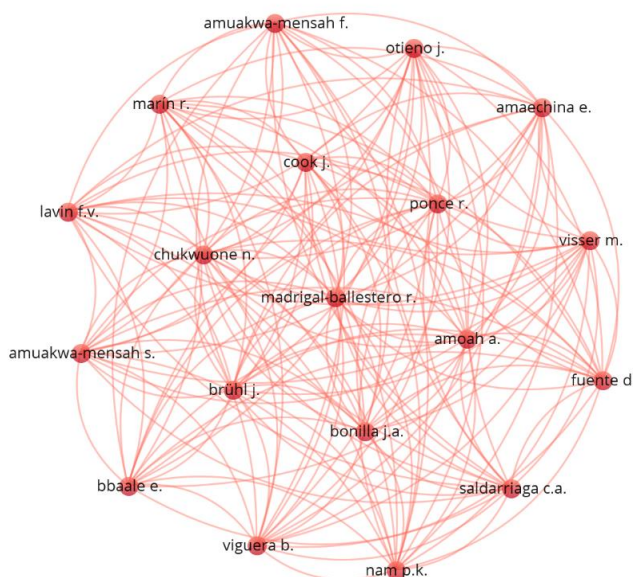


Gráfico 4. Mapa de relación y colaboración entre autores: Elaboración propia, mediante VOSviewer en su versión 1.6.15 a partir de datos suministrados por la plataforma SCOPUS.



Es importante resaltar que, aunque se evidencia algunas interrelaciones entre los clústeres conformados la figura 4 demostrando una poca relación entre los referidos autores.

Análisis de relación e intersección entre países.

Para este análisis de relación e intersección entre países se aplica la 'Co-authorship, y el método de 'Full counting'. considerando los países con mínimo un (1) documento, identificando así 21 países para la construcción del gráfico 5. Identificando 4 clúster.



Gráfico 5. Mapa relación e intersección entre países: Elaboración propia, mediante VOSviewer en su versión 1.6.15 a partir de datos suministrados por la plataforma SCOPUS

Análisis de coocurrencia de términos.

Por otra parte, los resultados obtenidos del análisis de *coocurrencia de términos* con el objetivo de conocer las términos o palabras claves de investigación asociados a la producción sobre Covid-19 en el área de Gestión Negocios y contabilidad, se elaboró mediante el software VOSviewer, obteniendo la construcción del gráfico 6 mapa donde se incorpora como criterio de inclusión un número mínimo de 1 palabras (1) entre clúster 48 palabras claves. Creando así 5 principales clústeres

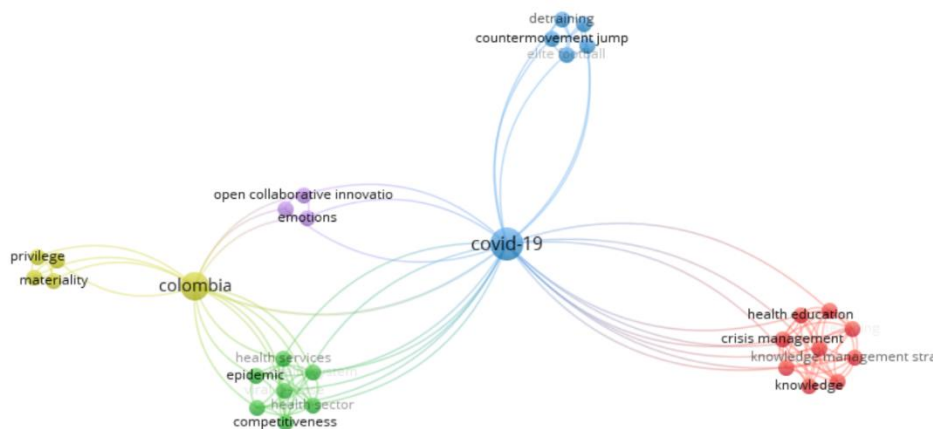


Gráfico 6. Mapa Análisis de coocurrencia de términos: Elaboración propia, mediante VOSviewer en su versión 1.6.13 a partir de datos suministrados por la plataforma SCOPUS

Análisis de coocurrencia por institución

El mapa de coocurrencias a por institución utilizando un número mínimo de 1 productos por institución se identificaron 18 instituciones en la producción científica. A continuación, se muestra el mapa de coocurrencia por institución en el gráfico 7.

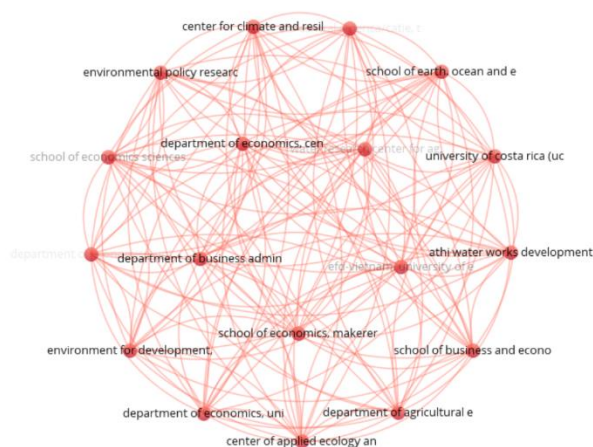


Gráfico 7. Mapa Análisis de coocurrencia: Elaboración propia, mediante VOSviewer en su versión 1.6.13 a partir de datos suministrados por la plataforma SCOPUS

CONCLUSIONES

Las principales conclusiones obtenidas en esta investigación en relación a el análisis del volumen de la producción científica sobre el Covid-19 en el área de Gestión dan muestras del poco liderazgo entorno a la generación de nuevo conocimiento impulsado por nuestro país en un área tan sensible y golpeada por este fenómeno, como lo han sido las organizaciones. Por lo tanto, este estudio devela datos que les sugiere a los líderes de grupos de investigación la creación y fortalecimiento de redes de colaboración entre países latinoamericanos y los líderes en producción. De igual forma en el caso de las relaciones entre países, es posible apreciar como la producción científica colombiana está integrada sólo por 4 clúster. clúster liderado por Estados Unidos (USA). Chile y Perú

Por otra parte, se evidencia aun la incipiente colaboración entre autores si bien se han creado clúster que concentran la gran parte de la producción podemos observar que esta no es producida por redes sino más bien por autores con 1 documento con escasa colaboración. Dentro de estos autores que resaltan por el nivel de citas encontramos a Arellana, J., Márquez, L., & Cantillo, V. (2020). Quienes ha adelantado estudios sobre los impactos a corto plazo en el sistema de transporte provocados por las diferentes políticas adoptadas por el gobierno colombiano y las autoridades locales para contener la propagación del COVID-19.

En relación a las instituciones es evidente la escasa o nula relación entre ellas. Está claro que aún no se ha generado una estructura investigativa entorno a este fenómeno desde los centros de investigación, si bien el análisis de este documento se ha producido con tan solo 1 año desde la aparición del fenómeno, es también relevante precisar que los investigadores deben dar respuestas oportunas a su entorno. Se espera que en futuras actualizaciones de la investigación se logre idéntica la cooperación entre autores e instituciones ya que este tipo de investigaciones permiten conocer como se viene desarrollando la cultura científica con el paso de los años. (Lee & Bozeman, 2005).



Cabe resaltar que el análisis de concurrencia de palabras claves permitió, identificar 5 clúster en el abordaje de las tendencias en la investigación de Covid-19 en la gestión empresarial, se destaca en el clúster 1 lo relacionado a la crisis en los negocios, el conocimiento y gestión en el clúster 2 Competitividad, pandemia servicios, cambios, el clúster 4 los términos cuarentenan el clúster 5 emociones, trabajo colaborativo innovación, Competitividad. No se encontró producción relacionada con el sector turismo el cual ha sido uno de los sectores más inmediatamente afectados por el COVID-19 en la región. Los efectos han sido particularmente intensos en el Caribe, donde, para varias economías, los ingresos por turismo representaron más del 20% del PIB en 2018 (CEPAL. 2020) por lo tanto la generación de nuevo conocimiento entorno a este sector revista de gran importancia, dentro de este nuevo escenario se plantean cambios como lo señala Nepal, S. (2020) “La formas de hacer negocios turísticos en países deben cambiar si quieren sobrevivir a una crisis similar al COVID-19 en el futuro”. Otro termino de análisis en esta área es la gestión de la cadena de suministro, percepción del riesgo, la industria aérea e impacto económico.

De acuerdo con los resultados encontrados, es posible identificar nueva literatura científica, en el área de la Gestión los negocios y la contabilidad en lo referente fenómeno del Covid 19 en la base de datos Scopus en nuestro país, sin embargo es aún incipiente y carente de valor agregado cuando se refiere a la gestión y manejen dado que la búsqueda reveló mediante el análisis de palabras claves la poca o nula relación con el área, es de esperarse que al consultar dicha área se considerara encontrar literatura más relevante en relación al fenómeno del Covid -19 y su impacto en la gestión empresarial. por lo que esta investigación sugiere seguir midiendo el volumen y las tendencias entorno al área de la Gestión y los Negocios para conocer si se seguirá generando respuesta a los interrogantes que surgen a partir de la nueva realidad que vive las organizaciones. Se recomienda realizar un estudio de características similares al finalizar el año 2020 dado que se comprende que aun la literatura se encuentra en proceso de construcción en relación al fenómeno del COVID 19 y su impacto en las empresas.

BIBLIOGRAFIA

Artículos

- Arellana, J., Márquez, L., & Cantillo, V. (2020). COVID-19 outbreak in Colombia: An analysis of its impacts on transport systems. *Journal of Advanced Transportation*, 2020, 1DUMMMY. doi:10.1155/2020/8867316
- Arencibias, R & Moya, F (2008) La evaluación de la actividad científica: Una Aproximación teorica desde la ciencionometría. *Acimed*, 17(4), Disponible en <http://eprints.rclis.org/11603/Art%C3%ADculo-Arencibia-Moya.pdf>.
- Brown, R., & Rocha, A. (2020). Entrepreneurial uncertainty during the covid-19 crisis: Mapping the temporal dynamics of entrepreneurial finance. *Journal of Business Venturing Insights*, 14 doi: 10.1016/j.jbvi. 2020.e00174



- Castillo, J., Muñoz, L., García, F., & Mejía, J. (2015). Análisis bibliométrico de la producción científica sobre influenza en México, 2000-2012. *Rev Med Inst Mex Seguro Soc*, 294-301.
- Carnevale, J. B., & Hatak, I. (2020). Employee adjustment and well-being in the era of COVID-19: Implications for human resource management. *Journal of Business Research*, 116, 183-187. doi:10.1016/j.jbusres.2020.05.037
- Cruz-Ramírez, M., Escalona-Reyes, M., Cabrera-García, S. & Martínez-Cepena, M. (2015). Análisis Cienciométrico de las Publicaciones Educativas Cubanas en la WoS y Scopus (2003-2012). *Revista Española de Documentación Científica*, 37(3), e058 (17). <https://doi.org/10.3989/redc.2014.3.1119>
- Eggers, F. (2020). Masters of disasters? challenges and opportunities for SMEs in times of crisis. *Journal of Business Research*, 116, 199-208. doi:10.1016/j.jbusres.2020.05.025
- Ivanov, D. (2020). Predicting the impacts of epidemic outbreaks on global supply chains: A simulation-based analysis on the coronavirus outbreak (COVID-19/SARS-CoV-2) case. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 136 doi:10.1016/j.tre.2020.101922
- Ivanov, D., & Dolgui, A. (2020). A digital supply chain twin for managing the disruption risks and resilience in the era of industry 4.0. *Production Planning and Control*, doi:10.1080/09537287.2020.1768450
- Jun-Ping, Q, Ke, D & Hou-Quin, Y. (2014). Comparative study on structure and correlation among Autor co-occurrence networks in bibliometrics. *Scientometrics*, 101 (2), 1345-1360. doi: 10.1007/s11192-014-1345-6
- Kraus, S., Clauss, T., Breier, M., Gast, J., Zardini, A., & Tiberius, V. (2020). The economics of COVID-19: Initial empirical evidence on how family firms in five european countries cope with the corona crisis. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(5), 1067-1092. doi:10.1108/IJEER-04-2020-0214
- Kuckertz, A., Brändle, L., Gaudig, A., Hinderer, S., Morales Reyes, C. A., Prochotta, A.,... Berger, E. S. C. (2020). Startups in times of crisis – A rapid response to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 13 doi:10.1016/j.jbvi.2020.e00169
- Lee, S & Bozeman, B. (2005). The Impact of Research collaboration on scientific productivity. *Social Study of Science*, 35 (4) 673-702.
- León, A. (2020). COVID 19, una nueva etapa de liderazgo perdido. *Revista Clínica de Medicina de Familia*, 114-115. doi:10.1016/j.rcmf.2020.05.002
- Michán, L. & Muñoz-Velasco, I. (2013). Scientometrics for the medical sciences: Definitions, applications and perspectives. *Revista de Investigación En Educación Médica*, 2(6), 100-106. Recuperado de <http://riem.facmed.unam.mx/node/73>. [https://doi.org/10.1016/S2007-5057\(13\)72694-2](https://doi.org/10.1016/S2007-5057(13)72694-2)
- Nepal, S. K. (2020). Adventure travel and tourism after COVID-19—business as usual or opportunity to reset? *Tourism Geographies*, 22(3), 646-650. doi:10.1080/14616688.2020.1760926
- Solano, A. (2020). Resiliencia y COVID 19. *Revista Colombiana de Obstetricia y Ginecología*, 7-8. doi:10.1016/j.rcog.2020.05.001
- Tague - Sutcliffe, J. (1992). An Introduction to informetrics. *Journal Information Processing & Management*, 28(1), 1-3. Doi: 10.1016/0306-4573(92)90087G



- Van Eck, N & Waltman, L. (2010). Software survey: VOS-viwer. A computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2). <http://doi:10.1007/s11192-009-0146-3>
- Webster, Jane & Watson, Richard. (2002). Webster and Watson literature review. *Journal MIS Quarterly*. 26.

Docuemnto Web

- CEPAL. (2020). Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación. Recuperado. Informe Especial Covid-19 No 4, de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/4/S2000438_es.pdf
- CEPAL. (2020). América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19 Efectos económicos y sociales Informe Especial Covid-19 No 4, recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45337/4/S2000264_es.pdf
- Superintendencia de Sociedades (2020). Impacto de la Coyuntura del Coronavirus en la Economía Colombiana. Recuperado de 13 de junio de 2020 de: <https://www.supersociedades.gov.co/Noticias/Publicaciones/Revistas/2020/Impacto-economico-COVID-19-Supersociedades-2020.pdf>

Libro

- Spinak, E. (1996). *Diccionario enciclopédico de Bibliometría, Cienciometría e informática*. Montevideo: UNESCO

Video

- Dussel, E. (2020). 2020: La Pandemia con Enrique Dussel. Ética y política. 9/4/20. Recuperado de: <https://youtu.be/ILuu3lYWFAg>



FACTORES SOBRE LA CONGESTIÓN DEL AUTOTRANSPORTE EN EL PUERTO DE MANZANILLO, MÉXICO

Ariel Gutiérrez Ortiz, Carlos Méndez González, Noé López Alvarado, Germán Israel Silva Aguilar, José Manuel Orozco Plascencia⁸²

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es identificar y analizar cuáles son los principales factores que causan la congestión de carga en el puerto de Manzanillo, México. A través de una revisión de literatura exhaustiva se logró identificar los principales factores que suelen intervenir en una congestión de tractocamiones de carga que operan en un puerto marítimo. Se trata de una investigación de tipo descriptivo y mixta. Se aplicó un cuestionario de 17 ítems a 93 compañías ubicadas en Manzanillo, México y divididas de la siguiente manera: empresas de autotransporte, agencias aduanales y terminales portuarias, utilizando un tipo de muestreo estratificado. Los factores más relevantes encontrados en esta investigación fueron: la sistematización de procesos operativos, la infraestructura portuaria y vial y la capacitación de personal.

Palabras clave: congestión, autotransportes, puerto de Manzanillo, factores.

ABSTRACT

The research aim is to identify and analyze the main factors that cause cargo congestion in the port of Manzanillo, Mexico. Through an exhaustive literature review, it was possible to identify the main factors that usually cause a congestion of cargo trucks operating in a seaport. It is a descriptive and mixed research. A 17-item questionnaire was applied to 93 companies located in Manzanillo, Mexico and divided as follows: trucking companies, customs agencies, and port terminals, using a stratified type of sampling. The most relevant factors found in this research were: the systematization of operational processes, the port and road infrastructure and the staff training.

Keywords: congestion, trucking, port of Manzanillo, factors.

INTRODUCCIÓN

La aparición de novedosas tecnologías ha contribuido a configurar el comercio internacional, al cambiar la manera en que se desarrolla la actividad comercial y la interacción entre las personas. El progreso continuo de la tecnología ha creado nuevos problemas, y también nuevas oportunidades, para los agentes económicos de todo el mundo (Organización Mundial del Comercio, 2013).

El principal problema para agilizar el transporte para mover la carga radica en los procedimientos utilizados por la autoridad portuaria y aduanas, para la liberación de las diversas mercancías. Aunado a ello, se tiene la infraestructura de las terminales, rutas fiscales, accesos de entradas, salidas y la carencia de infraestructura de la ciudad y carreteras (Juárez, 2012). Por lo que se considera relevante identificar y analizar cuáles son los principales factores que causan la congestión de carga en el puerto de Manzanillo, México.

⁸² Profesores e investigadores de la Facultad de Comercio Exterior de la Universidad de Colima, México.
agutierrez18@uclm.mx, cmendez6@uclm.mx, noelopez@uclm.mx, german_s@uclm.mx, manuel_orozco@uclm.mx



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN:

La congestión dentro de un puerto marítimo es vista en diferentes espacios geográficos del mundo, por ejemplo Los Ángeles, Long Beach, Manila, entre otros. La congestión se atribuye al crecimiento en el comercio internacional junto con la realidad de que muchas instalaciones portuarias están siendo insuficientes para atender toda la carga generando tráfico (Rajamanickam y Ramadurai, 2015). Con frecuencia se menciona sobre el crecimiento de carga que existe en el puerto de Manzanillo, México, proveniente del continente asiático y que se pronostica continuará creciendo (Administración Portuaria Integral de Manzanillo, 2019). Lo anterior, continuará provocando que el puerto se congestione al límite máximo y, en algún momento dado, ya no pueda recibir más carga (Zanela, 2018).

De la Vega (2015), comenta que en realidad el problema de saturación actual de Manzanillo es más grave de lo que parece o de lo que se menciona, provocando que los buques de carga general sean atendidos hasta después de una semana.

OBJETIVO GENERAL

Identificar y analizar cuáles son los principales factores que causan la congestión de carga en el puerto de Manzanillo.

REFERENTE TEORICO

La teoría de colas es un conjunto de modelos matemáticos que describen sistemas de líneas de espera particulares. El objetivo principal es encontrar el estado estable del sistema y determinar una capacidad de servicio apropiada que garantice un equilibrio entre el factor cuantitativo (referente a costos del sistema) y el factor cualitativo (referente a la satisfacción del cliente por el servicio) (Portilla, Arias y Fernández, 2010). Por esta razón es importante entender y conseguir el balance entre el tiempo de espera aceptable para los usuarios y el número de servidores que atienden a los usuarios de la cola, logrando así ser eficientes ante la demanda a través de la cola durante todo el día (Izar, Ynzunza y Garnica, 2018). La teoría de restricciones puede proporcionar métodos para diseñar, administrar, programar y mejorar casi cualquier sistema de producción (Aguilera, 2000). Se considera un método de mejora de procesos o un método de sistema integral (Chapman, 2006).

La teoría de recursos y capacidades considera que la disposición de una ventaja competitiva expresa que la empresa ha alcanzado un nivel de desempeño superior al de sus competidores, situación que le permite obtener beneficios extraordinarios, aún en el largo plazo. En este sentido, construir y sostener una ventaja competitiva constituye la clave del éxito de la empresa y señala la eficiencia con que la empresa utiliza sus recursos y capacidades (Fong, Flores, & Cardoza, 2017). Martner y Ruiz (1996) estudió las estrategias logísticas y los problemas de integración modal de los principales tipos de carga manejados por Manzanillo y generar recomendaciones para mejorar la competitividad del puerto.

Por su parte, Martínez (2011) llevó a cabo un para valorar los tiempos de espera de los buques en los puertos. Posteriormente aplicarlo en las terminales de contenedores de los puertos con más movimientos de carga contenerizada. Asimismo, Martner (1999) indicó que la reestructuración capitalista global y la apertura comercial en México han propiciado notables cambios en los espacios que presentan deficiencias. En este contexto, los puertos más dinámicos del pacifico mexicano



presentan notables alteraciones reflejadas tanto en la densidad y características de los flujos, como en las articulaciones que establecen con el territorio.

Por su parte, Doerr y Sánchez (2006) propusieron un modelo de indicadores de productividad aplicable a los puertos de América Latina y el Caribe, con el fin de evaluar la situación general de los puertos que con el paso del tiempo ha experimentado sobre la infraestructura portuaria. Mientras que Namboothiri (2006) consideró enfoques de solución con un método para aumentar el conocimiento y exactitud sobre el problema de congestión. Zhang, Zeng y Wenhao (2013) encontraron, a través de un modelo de aproximación estacionaria analítica y de la teoría de colas, que la infraestructura portuaria y vial es un factor relevante en la congestión portuaria.

Lange, Schwientek y Jahn. (2017) indica que debido al continuo crecimiento del tamaño de los buques portacontenedores, existen situaciones de picos cada vez más altos en el manejo de contenedores en tierra firme en los nodos logísticos del puerto, por lo que se debe optimizar la infraestructura hasta controlar los tiempos de llegada de los camiones. Behdani, Fan, Wiegman y Zuidwijk (2016), realizaron una simulación de horarios multimodales para sistemas de transporte de carga sincromodal, destacando la importancia de la infraestructura, tecnología y capital humano para mejorar los niveles de congestión portuaria. Wan y Zhang (2013), a través de un modelo de colas, indicaron que los factores más importantes fueron la infraestructura y los procesos eficientes para disminuir la congestión en un puerto. Saeed y Larsen (2016), encontraron que la capacitación del capital humano, la infraestructura y los procesos eficientes afectan directamente a la congestión. Ringsberg y Lumsden (2016), proponen que la tecnología, infraestructura y capacitar al personal es indispensable para mejorar los problemas de congestión de carga en un puerto. Cano y Rodríguez (2018) identificaron que la infraestructura y la mejora de procesos están relacionadas a la congestión de carga portuaria.

METODOLOGIA

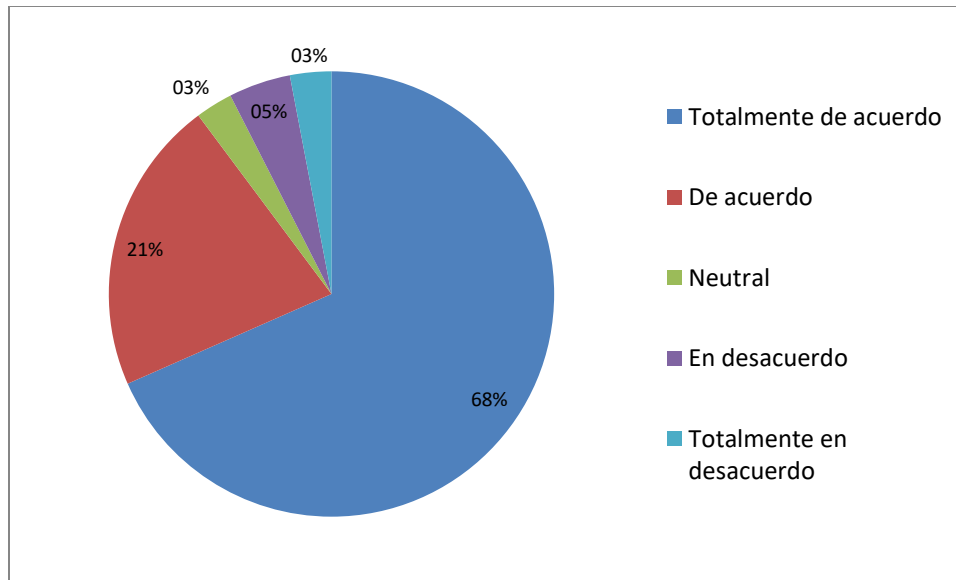
El alcance de esta investigación es de tipo descriptivo buscando propiedades, características y rasgos importantes del fenómeno en análisis todo a partir de la percepción extraída de los sujetos relacionados directamente con la realidad del objeto de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). Las fuentes de información fueron primarias para la obtención de datos a través de un cuestionario compuesto por 17 ítems relacionados con los factores detectados en los referentes teóricos. Se utilizó una escala tipo Likert de 5 puntos (Matas, 2018), y se aplicó la encuesta a 93 empresas relacionadas con el objeto de estudio, las cuales se ubican en la ciudad de Manzanillo, México. Las empresas consideradas en esta investigación fueron agencias aduanales, empresas de autotransportes y terminales portuarias. Se utilizó un muestreo de tipo estratificado. El enfoque de esta investigación es mixto debido a que se recaba información de fuentes primarias y luego se interpretan los resultados a través de la cuantificación (Hernández, Fernández, & Bautista, 2010).

RESULTADOS

En términos generales, casi el 90% de los encuestados coincide en que existe un problema de congestión de autotransportes en el puerto de Manzanillo.



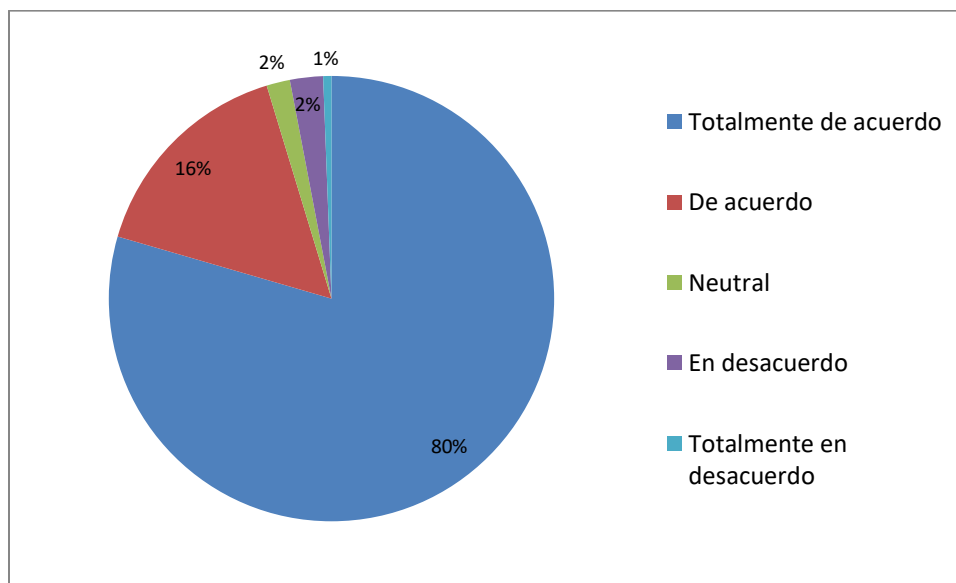
Gráfica 1 Existe un problema de congestión de autotransportes de carga en el puerto de Manzanillo



Fuente: Elaboración propia con información de investigación de campo.

En relación a la infraestructura portuaria y vial, más del 95% de las empresas encuestadas comentó que son insuficientes, por lo que las autoridades competentes deberían tomar cuenta de ello.

Gráfica 2 La infraestructura portuaria y vial es insuficiente en el puerto de Manzanillo.

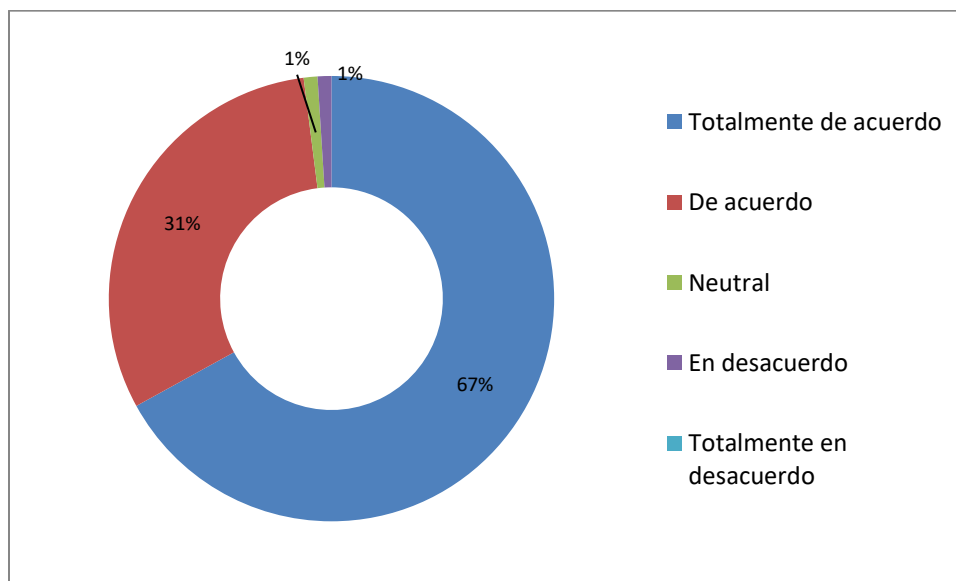


Fuente: Elaboración propia con información de investigación de campo.



Asimismo, alrededor del 98% de las empresas comentó que es necesario sistematizar los procesos operativos con la finalidad de agilizarlos y que el autotransporte no se detenga por esos trámites.

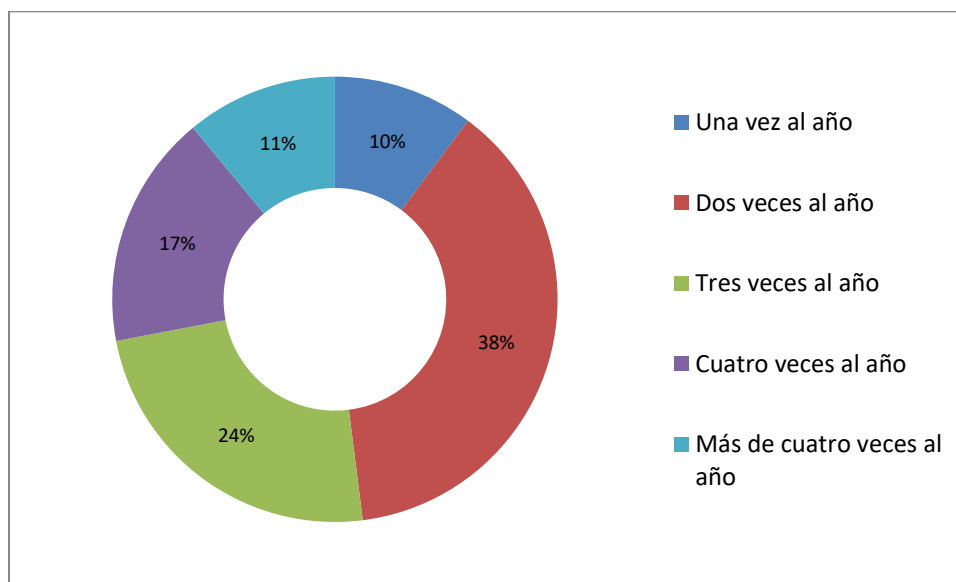
Gráfica 3 Es necesario la sistematización de procesos operativos en el puerto de Manzanillo.



Fuente: Elaboración propia con información de investigación de campo.

En relación a la capacitación del personal que labora en un puerto marítimo, más del 97% de los encuestados consideró que es sumamente relevante que se capacite al personal. Por lo que, alrededor del 60% coincidió en que debería capacitarse al personal de dos a tres veces por año.

Gráfica 4 Frecuencia con que se deben capacitar al personal que labora en un puerto marítimo.



Fuente: Elaboración propia con información de investigación de campo.



Es importante señalar que existen costos extras derivados de la congestión de los autotransportes y que generalmente, los absorben las empresas de autotransportes, los importadores y los agentes aduanales. Además, la congestión de los autotransportes genera pérdidas económicas entre el 10% al 30%, sin embargo existen casos en que las pérdidas superan el 50%.

CONCLUSIONES

Los factores más relevantes que provocan la congestión del autotransporte de carga en el puerto de Manzanillo fueron la sistematización de procesos operativos, la infraestructura portuaria y vial y la capacitación de personal. En materia de los procesos operativos se indica que existen pérdidas económicas de consideración relevante para las empresas implicadas en esta investigación como las agencias aduanales, las empresas de autotransporte y las terminales portuarias. La infraestructura portuaria y vial es indispensable que se encuentre en condiciones adecuadas y que sea suficiente para atender la operación diaria de autotransportes de carga. Es importante destacar que la falta de infraestructura adecuada provoca accidentes internos y externos, lo que se traduce en costos elevados para las empresas portuarias. Con respecto a la capacitación del personal es interesante señalar los temas en los que se debería capacitar al personal involucrado para disminuir los problemas de congestión: carga y descarga de las mercancías dentro del puerto, en materia de conocimiento adecuado de los documentos que se requieren para cada proceso dentro y fuera del puerto, y uso adecuado de las vialidades portuarias. Existen más factores que abonan a la congestión de autotransportes de carga, sin embargo aquí se analizaron los más relevantes encontrados en la literatura, pero sin duda queda como tema para investigaciones futuras contemplar los demás factores y analizarlos para conocer cuáles son los más representativos específicamente para el puerto de Manzanillo, México.

BIBLIOGRAFIA

- Administración Portuaria Integral de Manzanillo. (12 de 10 de 2019). Continúa creciendo actividad portuaria. Recuperado el 01 de 12 de 2019, de <http://www.puertomanzanillo.com.mx/esps/2111556/continua-creciendo-actividad-portuaria>
- Aguilera, C. I. (2000). Un enfoque gerencial de la teoría de las restricciones. *Estudios Gerenciales*, 53-69.
- Behdani, B., Fan, Y., Wiegman, B., & Zuidwijk, R. (2016). Multimodal schedule design for synchromodal freight transport systems. *European Journal of Transport and Infrastructure Research*, 424-444.
- Cano, A. E., & Rodríguez, S. (2018). Influencia de los vehículos de carga pesada en la congestión vial de la ciudad de Bogotá D.C., Colombia. Bogotá: Universidad Católica de Colombia-Tesis MSc.
- Chapman, S. N. (2006). *Planificación y control de la producción*. Ciudad de México: Pearson Educación.
- De la Vega, P. (12 de 04 de 2015). Manzanillo no puede recibir más carga. Recuperado el 10 de 11 de 2019, de *Revista T21*: <http://t21.com.mx/opinion/columna-invitada/2015/04/12/manzanillo-no-puede-recibir-mas-carga>
- Doerr, O., & Sánchez, R. (2006). *Indicadores de productividad para la industria portuaria: aplicación en América Latina y el Caribe*. Santiago: CEPAL.



- Fong, C., Flores, K. E., & Cardoza, L. M. (2017). La teoría de recursos y capacidades: un análisis bibliométrico. *Nova Scientia*, 411-440.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: McGraw Hill.
- Izar, J. M., Ynzunza, C. B., & Garnica, J. (2018). Análisis y optimización de dos sistemas de líneas de espera de empresas de logística y transporte de los Estados de Querétaro y Colima. *Investigación Administrativa*, 1-20.
- Juárez, P. (13 de 08 de 2012). Falla coordinación e infraestructura en puertos, Amanac. Recuperado el 07 de 11 de 2019, de Revista T21: <http://t21.com.mx/maritimo/2012/08/13/falla-coordinacion-e-infraestructura-puertos-amanac>
- Lange, A. K., Schwientek, A. K., & Jhan, C. (2017). Reducing truck congestion at ports - classification and trends. En C. K. Jhan, R. Wolfgang, & M. Christian, : *Digitalization in Maritime and Sustainable Logistics: City Logistics, Port Logistics and Sustainable Supply Chain Management in the Digital Age* (págs. 37-58). Berlin: GmBH.
- Martínez, J. E. (2011). *Propuesta para mejorar la eficacia de la implementación del código de protección de buques e instalaciones portuarias en las instalaciones portuarias*. Barcelona: UPC-Tesis doctoral.
- Martner, C. D. (1999). El puerto y la vinculación entre lo local y lo global. *Revista latinoamericana de estudios urbano regionales*, 103-120.
- Martner, C. D., & Ruíz, G. (1996). *Integración modal y competitividad en el puerto de Manzanillo, Colima*. Querétaro: IMT.
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista de electrónica de investigación educativa*, 38-47.
- Namboothiri, R. (2006). *Planning container drayage operations at congested seaports*. Atlanta: Georgia Institute of Technology-PhD Thesis.
- Organización Mundial del Comercio. (2013). *Informe sobre el comercio mundial 2013. Factores que determinan el futuro del comercio*. Genova: OMC.
- Portilla, L. M., Arias, L., & Fernández, S. A. (2010). Análisis de líneas de espera a través de teoría de colas y simulación. *Scientia Et Technica*, 56-61.
- Rajamanickam, G. D., & Ramadurai, G. (2015). Simulation of truck congestion in Chennai port. *Proceedings of the 2015 Winter Simulation Conference* (págs. 1904-1915). Huntington Beach: IEEE Press.
- Ringsberg, H., & Lumsden, K. K. (2016). Logistic management of trailers based on the EPCIS standard: A cross-case analysis. *Research in Transportation Business and Management* v, 65-72.
- Saeed, N., & Larsen, O. I. (2016). Application of queuing methodology to analyze congestion: A case study of the Manila International Container Terminal, Philippines. *Case Studies on Transport Policy*, 143-149.
- Wan, Y., & Zhang, A. (2013). Urban Road Congestion and Seaport Competition. *Journal of Transport Economics and Policy*, 55-70.
- Zanela, L. A. (26 de 02 de 2018). Plantean reducción de días libres de almacenaje en puertos. Recuperado el 07 de 11 de 2019, de Revista T21: <http://t21.com.mx/maritimo/2018/02/26/plantean-reduccion-dias-libres-almacenaje-puertos>



- Zhang, X., Zeng, Q., & Wenhao, C. (2013). Optimization model for truck appointment in container terminals. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 1938-1947.



Red LASIRC

Red Latinoamericana de Jóvenes Investigadores
Ciencia + Tecnología en Red

