

PROSPECTA

COLOMBIA 2019

“Las organizaciones 4.0:
Una mirada desde el
desarrollo sostenible”



MEMORIAS



XII Congreso Internacional
de Prospectiva

y

III Congreso Internacional
de Emprendimiento

RECTOR

Jaime Alberto Leal Afanador.

VICERRECTORA ACADÉMICA Y DE INVESTIGACIÓN

Constanza Abadía García.

VICERRECTOR DE MEDIOS Y MEDIACIONES PEDAGÓGICAS

Leonardo Yunda Perlaza.

VICERRECTOR DE DESARROLLO REGIONAL Y PROYECCIÓN COMUNITARIA

Leonardo Evemeleth Sánchez Torres.

VICERRECTOR DE SERVICIOS A ASPIRANTES, ESTUDIANTES Y EGRESADOS

Edgar Guillermo Rodríguez Díaz.

VICERRECTOR DE RELACIONES INTERNACIONALES

Luigi Humberto López Guzmán.

DECANA ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS, CONTABLES Y DE NEGOCIOS

Sandra Rocio Mondragón.

DECANA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Clara Esperanza Pedraza Goyeneche.

DECANA ESCUELA DE CIENCIAS AGRÍCOLAS, PECUARIAS Y DEL MEDIO AMBIENTE

Julialba Ángel Osorio.

DECANO ESCUELA DE CIENCIAS BÁSICAS, TECNOLOGÍA E INGENIERÍA

Claudio Camilo González Clavijo.

DECANA ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES, ARTES Y HUMANIDADES

Sandra Milena Morales Mantilla.

DECANA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA SALUD

Myriam Leonor Torres

MEMORIAS PROSPECTA COLOMBIA

XII Congreso Internacional de Prospectiva y III Congreso Internacional de Emprendimiento

EDITORES

Marilu Avendaño Avendaño
Sandra Rocio Mondragón

e-ISSN: 2665-2897

Universidad Nacional Abierta y a Distancia
Calle 14 sur No. 14-23
Bogotá D.C
2019



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional.

COMITÉ CIENTIFICO

Fernando Checa García, Dr., Universidad Pontificia de Salamanca, España

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5860-4312>

Google Académico: <https://scholar.google.es/citations?user=ow4x3WYAAAAJ&hl=es>

Olga Lilihet Matallana Kuan, MBA, UNAD Florida, USA

Google Académico: <https://scholar.google.es/citations?user=fc1gOAAAAAJ&hl=es>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3563-1668>

Héctor Casanueva, Mg., Universidad Politécnica de Madrid, España

Perfil académico: <https://www.linkedin.com/in/h%C3%A9ctor-casanueva-3872625a/>

Andrea del Pilar Barrera Ortégón, Mg., Tecnológico de Monterrey, España

Cvlac: http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001074717

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1286-2623>

Google Académico: <https://scholar.google.es/citations?user=nzhFqlwAAAAJ&hl=es>

Índice

La asociatividad como estrategia de desarrollo rural incluyente en sistemas de producción campesina	19
<i>Associativity as a rural development strategy including in campesina production systems</i>	
Nelson Enrique Fonseca-Carreño Manuel Ricardo González Moreno Luis Hernando López Vargas Carlos Arturo Narváez Benavides Zulma Yesenia Vega Baquero	
El emprendimiento en la economía naranja, factor para una paz sostenible	25
<i>Entrepreneurship in the orange economy, determinant for a sustainable peace</i>	
Marilyn Muñoz Rodríguez Alcides Avellaneda Bautista	
Impacto de la variación de la tasa representativa del mercado (TRM) en el nivel de precios de los mercados minoristas	35
<i>Effects of the variation of the market representative rate (TRM) in the price level of the retail markets</i>	
Germán Fernando Medina Ricaurte Andrea del Pilar Barrera Ortegón Elena del Carmen Restrepo Álvarez	

Necesidades de conocimiento para fortalecer la gestión empresarial desde la perspectiva de los estudiantes empresarios del CEAD Ibagué	43
<i>Needs of knowledge to strengthen the business management from the perspective of entrepreneur students from CEAD Ibagué</i>	
Diana Carolina Verján Ávila Julio Cesar Hernández Gutiérrez	
Impacto de la estrategia de innovación empresarial social humanística IEIESH	53
<i>Impact of the humanistic social business innovation strategy IHSBIS</i>	
Yania Rivas Perea	
Características de la administración en empresas químicas de Medellín con tendencia a la organización 4.0	63
<i>Characteristics of the administration of chemical companies in Medellin with a tendency towards the organization 4.0</i>	
Juan Santiago Calle Piedrahita Gloria María Isaza Zapata Ana Isabel Isaza Zapata Byron Enrique Portilla Rosero	
PI011: Tendencias de gestión en las empresas privadas del municipio de Florencia: análisis de importancia y aplicabilidad	69
<i>Management trends in private companies of the municipality of Florence: importance and applicability analysis</i>	
Parcival Peña Torres Adrián David Vargas Ramírez Julián Andrés Rodríguez Ortiz	
Asociatividad y redes socio institucionales en el sector lácteo de la provincia de Ubaté (Cundinamarca)	81
<i>Associativity and socio-institutional networks in the dairy sector of the province of Ubaté (Cundinamarca-Colombia)</i>	
Carlos Arturo Grosso Rincón	

Estrategias para el fortalecimiento de la competitividad de las empresas del sector metalmecánico, autopartista y carroceros de la provincia del Tundama- Duitama, Boyacá, a partir del enfoque sistémico en los niveles macro y mesoeconómico 89

Strategies for strengthening the competitiveness of companies in the metalworking, autopartist and bodybuilder sector of the province of Tundama-Duitama, Boyacá, based on the systemic approach at the macro and mesoeconomic levels

Olga Lilihet Matallana Kuan
Gloria Nancy Duitama Castro
Martha Luz Yeni Suarez Salazar

Percepción que tienen un grupo de líderes pertenecientes a las juntas de acción comunal del municipio de Sogamoso en el 2019, en relación del trabajo decente 97

Perception that they have a group of leaders belonging to the community action boards of the municipality of Sogamoso in 2019, in relation to decent work

José Miguel Ángel Beltrán Gómez
María Camila Quemba Tenjo
Ruby Alejandra Orduz Caballero
Tatiana Andrea Díaz Espinosa
Luisa Fernanda Gutiérrez Rodríguez
Diana Carolina Alfonso Coronado

La enseñanza virtual, una herramienta para potenciar el emprendimiento sostenible en las regiones 105

Virtual education as a tool to enhance sustainable entrepreneurship in the regions.

Karla Nathalia Triana Ortiz
William Javier Cáceres Gómez

Inteligencia de negocio en el direccionamiento estratégico en una empresa micro del sector de construcción de obras civiles 113

Business intelligence in strategic direction in a micro company in the civil works construction sector.

Angela Maria Mizger Betin
Mariano Esteban Romero Torres

El papel de los precios internos, externos y del tipo de cambio en la producción del sector cafetero colombiano en el periodo 2000 – 2016 119

The role of internal, external prices and the exchange rate in the production of the colombian coffee sector in the period 2000 - 2016

[Oscar Andres Benavides Parra](#)

[Roberto Adolfo Díaz Díaz](#)

[José Alejandro Vera Calderón](#)

Estrategias metodológicas para el fortalecimiento de microempresas sostenibles a través de la formación laboral a 20 mujeres del municipio de Sahagún Córdoba 131

Methodological strategies for strengthening sustainable microenterprises through job training for 20 women of the municipality of Sahagún Córdoba

[Pedro Juan Gamero De La Espriella](#)

[Liliana Isabel Manchego Plaza](#)

Educación superior mediada por las TICS en los Montes de María Sucreño: viabilidad y tropiezos. Caso Colosó y Chalán 137

Higher education mediated by TICs in the Mountains of María Sucreño: viability and tripping. Case Colosó and Chalán

[Licette Estela Ramos Pérez](#)

[Mario Fernando Zubiria Lara](#)

Afectaciones financieras y competitivas del sector azucarero colombiano respecto a la normatividad comercial, fiscal y laboral – 2013-2016 145

Financial and competitive effects of the colombian sugar sector with respect to commercial, fiscal and labor regulations - 2013-2016

[Martha Lucía Fuertes Díaz](#)

[Julio Cesar Montoya Rendón](#)

Análisis de mercado laboral para los estudiantes del programa académico de administración de empresas y economía de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD -Florescia 155

Labor market analysis for the academic program of business administration and economic's students of la Universidad Nacional Abierta y a Distancia headquarter Florescia, Caquetá

[Iraide Molina-Peralta](#)

[Sandra Perdomo -Paredes](#)

Exploración de los componentes del modelo de formación en emprendimiento social para programas académicos de Administración de Empresas y Negocios. Estudios de caso en Hispanoamérica 165

Exploration of the components of the social entrepreneurship training model for business and business administration academic program. Case studies in Latin America

[Juan camilo Vega Guerrero](#)

Identificación de aspectos de neuromarketing (neurociencia) que inciden el proceso de toma de decisión en productos de consumo masivo 177

Identification of neuromarketing (neuroscience) aspects that initiate the decision making process in mass consumption products

[Andrea del Pilar Barrera Ortegón](#)

[Germán Fernando Medina Ricaurte](#)

Turismo de bienestar, una apuesta para la subregion norte del departamento del Huila 189

Welfare tourism, a bet for the north subregion of the department of Huila

[Martha Yaneth Cortés Lemus](#)

Incidencia del BPM (busines process management) en la productividad de las pymes metalmeccánicas en la ciudad de Bogotá, D.C. (Localidad de Fontibón) 197

Impact of the BPM (busines process management) on the productivity of metalmechanical smes in the city of Bogotá, D.C. (Location of Fontibón)

[Julio Alberto Rodríguez Pinzón](#)

[Ofelia Palencia Fajardo](#)

Herramientas de Orientación de Marketing Personal
para Egresados Cesantes de ECACEN del CEAD Ibagué
en Búsqueda de Empleo 207

*Personal Marketing Orientation Tools for ECACEN unemployed graduates
of CEAD Ibagué in Job Search*

[Heydy Yohana Tamayo Solórzano](#)

[Oscar Mauricio Tejada Durán](#)

[Angela Ibeth Soto](#)

Prospecta Colombia XII Congreso Internacional de Prospectiva
y III Congreso Internacional de Emprendimiento
"Las Organizaciones 4.0: Una mirada desde
el desarrollo sostenible 215

*Modelo de emprendimiento género e inclusión social
Model of gender entrepreneurship and social inclusion*

[Ofelia Palencia Fajardo](#)

Análisis del perfil y capacidades emprendedoras de los
estudiantes de pregrado de la escuela de ciencias administrativas,
contables, económicas y de negocios de la UNAD CCAV Corozal 223

*Analysis of the profile and entrepreneurial capacities of the undergraduate
students of the school of administrative, accounting, economic and business
sciences of the UNAD CCAV Corozal*

[Rene Carlos Paredes Stave](#)

[Marilyn Ibeth Oviedo Contreras](#)

Formación para el emprendimiento. Caso de estudio Instituto
Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología 229

*Entrepreneurship training. Case study: Instituto Superior Tecnológico
Bolivariano de Tecnología (ITB)*

[Ph.D Roxana Chiquito Chilan](#)

[Ph.D Mireya zuñiga Delgado](#)

[Mg. Karen Ruiz Navarrete](#)

Motivación que genera la creación de empresas desde las unidades de emprendimiento de las Instituciones educativas 237

Motivation generated by the creation of companies from the entrepreneurship units of the educational institutions

José Alfonso Mendoza Gallego
Wilmington Ferney Rojas González
Yuli Ximena Villanueva Garcia

Tendencias para la educación profesional en contaduría pública: caso Colombia 245

Trends for professional education in public accounting: case Colombia

Martha Lucía Fuertes Días
Marilú Avendaño

Caracterización de la imagen comercial de los empresarios ubicados en el centro histórico de Tunja 253

Characterization of the commercial image of the entrepreneurs located in Tunja historical center

Hugoberto Sánchez Sánchez
Juan Carlos Pérez Tovar

Estilos de liderazgo, perspectivas y retos en la educación media 261

Leadership, perspective and challenges in middle education

Sandra Migdonia Tovar Trujillo
Shyrley Rocio Vargas Paredes
Gloria Liliana González González
Manuel Ignacio Martínez Arce
Paola Andrea Góngora

Spin-Off Universitarias en la industria 4.0 de la Región Caribe de Colombia 271

University Spin-Off in the Industry 4.0 of Colombia's Caribbean Area

Jesús Rafael Fandiño Isaza
Alejandro Quiñonez Mosquera

Estructuración de la cadena de valor del cacao en el departamento de Sucre como estrategia para el crecimiento económico regional 281

Structuring the cocoa value chain in the department of Sucre as a strategy for regional economic growth

[Amalio Segundo Otero Tapia](#)

[Mario Fernando Zubiria Lara](#)

[Luis Alejandro Forero Barón](#)

[Julieth Alexandra Barón Bayona](#)

Enseñanza práctica del modelo de Design Thinking dirigida a la población campesina colombiana, a partir de la creación de cadenas productivas Agro Sostenibles mediante el emprendimiento Vérmora SAS 289

Practical teaching of the Design Thinking model directed to colombian farmers, from the creation of Agro Sostenible productive chains through Vermora SAS entrepreneurship

[María Paula Leal Guerrero](#)

Análisis del nivel de madurez de la gestión del conocimiento para cuatro MIPYMES industriales del barrio Restrepo en Bogotá-Colombia 295

Analysis of the maturity level of knowledge management for four industrial MIPYMES of the Restrepo neighborhood in Bogotá-Colombia

[Pilar Andrea Rico](#)

[José Ever Castellanos N](#)

Factores de competitividad sistémica de la Ganadería doble propósito del Florencia –Caquetá 303

Systemic competitiveness factors of Florence dual purpose Livestock -Caquetá

[Parcival Peña Torres](#)

[Víctor Alfonso Lara Andrade](#)

[Hernán Javier Baracaldo Valencia](#)

Villavicencio, escenario de oportunidad para la inclusion de la industria 4.0 en el comercio de alimentos 313

Villavicencio, scenario of opportunity for the inclusion of industry 4.0 in food commerce

[Yudy Marcela López Hernández](#)

[Jhynireth Jhuliana González Jiménez](#)

Diseño De Un Proyecto Agropecuario Sostenible E Innovador
En La Institución Educativa Desarrollo Rural Ubicado En La Vereda
De Casanova En El Municipio De Turbo Antioquia,
para el año 2022 319

*Design of a Sustainable and Innovative Agricultural Project in the
Educational Institution Rural Development in the Village of Casanova in the
Municipality of Turbo Antioquia, for the year 2022*

[Melissa Yinneth Rodriguez Prieto](#)

Impacto en la cadena de suministro del reciclaje de los materiales
de empaque posconsumo: un caso de estudio de una compañía
manufacturera de Bogotá 327

*Impact on the supply chain for recycling post-consumer packaging materials:
a case study of a manufacturing company from Bogota*

[Másmela Cárdenas Luisa Fernanda](#)

Estudio sobre la competitividad como herramienta para facilitar
el aprendizaje de estrategias empresariales que proporcionen
la toma de decisiones en los estudiantes del programa de Ingeniería
Industrial de la Universidad de Córdoba 337

*Study on competitiveness as a tool to facilitate the learning of business
strategies that provide decision making in students of the Industrial Engineering
program of the Universidad de Córdoba*

[María Fernanda Ozuna Martínez](#)

[Giovanni Rafael Robles Carrascal](#)

[Luis Mercado Hoyos](#)

[Tobías Alfonso Parodi](#)

Trabajo colaborativo como alternativa para empoderar a mujeres
emprendedoras en una localidad del Distrito de Santa Marta 345

*Collaborative work as an alternative to empower women entrepreneurs
in a town in the Santa Marta District*

[Jesús Rafael Fandiño Isaza](#)

[Yully Vanesa Parra Cabrera](#)

[Karol Cristina Osorio Duran](#)

Conocimiento didáctico del contenido del balance general una estrategia de los docentes para que los estudiantes emprendan 353

Didactic knowledge of the contents of the balance sheet a strategy of teachers for students to undertake

Fabián Ricardo Cárdenas Villate

Rigoberto Torres Reina

Modelo diagnóstico de responsabilidad social empresarial para mipymes del sector de reciclaje del barrio Toberín en la ciudad de Bogotá (revisión del estado del arte – etapa I del proyecto) 361

Diagnostic model of corporate social responsibility for smes in the recycling sector at Toberín neighborhood in Bogota city (art state review – First project stage)

Adriana Milena García Vargas

Edgar Andrés Paredes Corredor

Laura Viviana Figueroa Camacho

Yeimy Viviana Marín Chaves

La asociatividad como estrategia de desarrollo rural incluyente en sistemas de producción campesina

Associativity as a rural development strategy including in campesina production systems

Nelson Enrique Fonseca-Carreño¹
Manuel Ricardo González Moreno²
Luis Hernando López Vargas³
Carlos Arturo Narváz Benavides⁴
Zulma Yesenia Vega Baquero⁵

1 MSc. Docente investigador, Universidad de Cundinamarca
<https://orcid.org/0000-0001-6266-7255>, nefonseca@cundinamarca.edu.co

2 MSc. Docente, Universidad de Cundinamarca
<https://orcid.org/0000-0003-1898-0580>

3 Esp. Docente, Universidad de Cundinamarca
<https://orcid.org/0000-0002-4261-572X>

4 Esp. Docente, Universidad de Cundinamarca
<https://orcid.org/0000-0003-4651-3082>

5 Administrador de Empresas © Universidad de Cundinamarca
<https://orcid.org/0000-0001-8600-6507>

Resumen

La investigación describe el actual escenario de desarrollo de los sistemas de producción campesina en la provincia del Sumapaz en Cundinamarca, así como la vulnerabilidad, equilibrio y permanencia en el tiempo, en un mercado cada vez más desigual, exigente y competitivo. Se utilizaron métodos participativos con el propósito de conocer y analizar el impacto generado por las organizaciones a sus asociados, identificar los beneficios percibidos, indagar las estrategias de crecimiento y competitividad. Dentro de los resultados, se estudiaron veinte (20) agroecosistemas y se caracterizaron ochenta (80) prácticas de gestión, de los cuales se obtuvo; i) medición grado de eficiencia: a través de las buenas prácticas se generó aumento de cantidad, calidad y frecuencia de sus productos, ii) medición grado de importancia: beneficios obtenidos a través de la asociatividad, se destaca la transformación de ideas en negocios, poder de negociación, bienestar y progreso social, iii) medición grado de sostenibilidad: según la resiliencia que poseen, se propone alternativas para el mejoramiento productivo, iv) relación entre el grado de eficiencia, importancia y sostenibilidad: se basa en intercambios económicos, adopción de mecanismos de contingencia que garantizan un flujo permanente de oferta y demanda de productos y servicios. Frente a dicho escenario, es necesario suscitar procesos de asociatividad como estrategia de fortalecimiento empresarial, estructurados sobre una acción colectiva, integración de esfuerzos y búsqueda de objetivos en común, logrando así, una escalabilidad empresarial en cuanto al crecimiento, incremento en ventas, empleabilidad y competitividad en los mercados, y de esta manera afrontar exitosamente los retos generados en el actual contexto global.

Palabras Clave

Asociación; competición; desarrollo económico; globalización; empresa agrícola; oferta y demanda.

Abstract

The research describes the current scenario of development of peasant production systems in the province of Sumapaz in Cundinamarca, as well as vulnerability, balance and permanence over time, in an increasingly unequal, demanding and competitive market. Participatory methods were used with the purpose of knowing and analyzing the impact generated by organizations to their associates, identifying perceived benefits, investigating growth and competitiveness strategies. Within the results, twenty (20) agroecosystems were studied and eighty (80) management practices were characterized, from which it was obtained; i) measurement of efficiency: through good practices, an increase in the quantity, quality and frequency of its products was generated, ii) measurement of the degree of importance: benefits obtained through associativity, the transformation of ideas into business stands out, bargaining power, welfare and social progress, iii) measuring degree of sustainability: according to the resilience they possess, alternatives for productive improvement are proposed, iv) relationship between the degree of efficiency, importance and sustainability: it is based on economic exchanges, adoption of contingency mechanisms that guarantee a permanent flow of supply and demand for products and services. Faced with this scenario, it is necessary to create associativity processes as a strategy for business strengthening, structured on a collective action, integration of efforts and search for common objectives, thus achieving business scalability in terms of growth, increase in sales, employability and Competitiveness in the markets, and thus successfully face the challenges generated in the current global context.

Keywords

Association; competition; economic development; globalization; agricultural company; offer and demand.

Desarrollo de la Ponencia

La evaluación de los indicadores propuestos: i) productividad, ii) confiabilidad, iii) adaptabilidad, iv) autogestión, v) equidad y vi) estabilidad, reflejan un estado de proyección para los asociados, se destacan por su importancia la transformación de ideas en negocios, mayor bienestar y progreso social, poder de negociación con clientes y proveedores nacionales, promoción del desarrollo sostenible, crecimiento económico de la región y mejoramiento de las condiciones de vida de los empresarios y asociados, ampliación y generación de economías de escala, disminución de costos, mejoramiento de la productividad, mayor eficacia y eficiencia, facilidad de acceso a tecnología, mejoramiento y aprovechamiento del proceso de aprendizaje.

El desarrollo, evolución y aplicabilidad para los sistemas de producción campesina podría catalogarse como determinante en dichos procesos, sin embargo, no podría dejarse de lado muchos de estos elementos que, de manera concreta, dificultan su avance y extensión social, con afianzamiento comercial y solidez financiera, necesarios dentro de la construcción de un panorama idóneo para generar progreso y crecimiento económico.

Referencias

- Albicette, M.; Brasesco, R y Chiappe, M. (2009). Propuesta de indicadores para evaluar la sustentabilidad predial en agroecosistemas agrícola-ganaderos del litoral del Uruguay. *Agrociencia Uruguay* [online]. 2009, vol.13, n.1
- Altieri y Nicholls (2013). *Agroecología y resiliencia al cambio climático: Principios y consideraciones metodológicas*. *Agroecología*, vol 8(1):7–20.
- Ángel, D. (2016). *Evaluación de servicios ecosistémicos generados en la agricultura familiar agroecológica campesina (AFAC) del centro del departamento del valle del cauca*. (Tesis Doctoral). Universidad Nacional de Colombia.

Barrientos, Bonilla, Garita, Jiménez, Madriz, Paniagua, Rodríguez, Treviño y Valdés.

(2017). ¿Son las fincas agroecológicas resilientes? Algunos resultados utilizando la herramienta SHARP-FAO en Costa Rica. *Rev Ingeniería*, vol 27: 25-39.

Castañeda. (2013). Diseño de una metodología para evaluar el estado de los servicios Ecosistémicos. Universidad Militar Nueva Granada.

FAO. (2010). Análisis de los sistemas de producción agrícola de las Provincias de Soacha y Sumapaz (Cundinamarca).

Fonseca, N., y Vega, Z. (2018). Propuesta de indicadores para evaluar la sostenibilidad en agroecosistemas agrícola-ganaderos en la región del Sumapaz. *Pensamiento Udecino*, 2(1), 42-49.

Fonseca-Carreño, N. E y Vega Baquero, Z. Y. (2019). Sostenibilidad como estrategia de competitividad empresarial en sistemas de producción agropecuaria. *Revista Estrategia Organizacional*, 8 (1). pp. 9-26. doi: <https://doi.org/10.22490/25392786.3168>

Geilfus. (1997). 80 Herramientas para el Desarrollo Participativo. Recuperado en: http://www.corporacionpba.org/irp/herramientas/Etapa_I/punto_de_partida/paso2_drp/80_herramientas.pdf consulta: mayo de 2018.

INCODER, (2012). Caracterización socio-demográfica del área de desarrollo rural de Sumapaz.

MADR (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural). (2011). Acuerdo de Competitividad para la cadena productiva de la mora. (s.d.).

Masera O, Astier M, López-Ridaura. (2000). Sustentabilidad y Manejo de Recursos Naturales: el marco de evaluación MESMIS. Mundi-Prensa, GIRA, UNAM, D.F. 160 pp.

MEA, (2005). Informe del Grupo de Trabajo sobre Marco Conceptual de la Evaluación de Ecosistemas del Milenio, Ecosistemas y Bienestar Humano: Marco para la Evaluación. Resumen, PDF.

Prieto, E. (2011). Desarrollo de la metodología de evaluación de sostenibilidad de los campesinos de montaña en San José de Cusmapa (Nicaragua).



El emprendimiento en la economía naranja, factor para una paz sostenible

Entrepreneurship in the orange economy, determinat for a sustainable peace

Marilyn Muñoz Rodríguez¹
Alcides Avellaneda Bautista²

1 Administradora de Empresas; Doctorado © en Administración; Magister en Desarrollo Rural; Especialista en Gerencia Social. Docente jornada completa Universidad Libre Bogotá. yennym. munozr@unilibre.edu.co
marilynmr_4@yahoo.es. Telefono de contacto: 3208313962. Código ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1550-3888>

2 Contador Público; Magister en Contabilidad; Magister en Educación; Especialista en Revisoría Fiscal; Especialista en Ciencias Tributarias. Docente investigador Universidad Libre Bogotá y Director del Grupo de Investigación Constructores Contables. campoa.avellanedab@unilibre.edu.co
Telefono de contacto: 3156084326. Código ORCID <https://orcid.org/0000-0002-7483-6949>

Resumen

En este trabajo se diserta sobre *¿Cuál sería una estructura práctica para emprender el desarrollo de negocios de la economía naranja en el contexto de una paz sostenible?*, con el fin de llevar a la práctica la oportunidad que esa franja de la economía pueda brindar para el diseño de una propuesta que, además de construir paz, contribuya a fortalecer la prosperidad de las familias de quienes sabiendo hacer algo, se encuentran desempleados. El trabajo parte de fuentes secundarias, se analizan políticas de gobierno relacionadas y se proponen algunas líneas para emprendimiento.

Palabras clave

Economía Naranja, Emprendimiento, Paz sostenible

Abstract

This paper discusses on what would be a practical structure to undertake the business development of the orange economy in the context of a sustainable peace, in order to put into practice the opportunity that this kind of the economy provides for designing a proposal that, besides bulding peace, contributes to the prosperity of families of which, in spite of knowing how to do things are somehow employed.

Keywords

Orange Economy, Entrepreneurship, Sustainable Peace.

Desarrollo de la Ponencia

Este trabajo se enmarca conceptual y metodológicamente dentro del desarrollo del proyecto de investigación de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables de la Universidad Libre Bogotá, denominado “Por una Paz Sostenible”, el cual tiene como propósito diseñar una propuesta que desde el emprendimiento aporte alternativas para la construcción de la paz en el contexto del pos acuerdo. Desde la noción de la economía naranja, se quiere explorar el estado del arte, para un posible desarrollo de propuestas que aporten al proyecto marco desde los emprendimientos creativos.

Se aborda un análisis evaluativo de las características y oportunidades ofrecidas por la Economía Naranja, con el fin de darle soporte a iniciativas de emprendimiento en el marco de una paz sostenible. El Objetivo es evaluar el entorno de emprendimiento de la economía naranja como oportunidad para darle soporte a una paz sostenible. A través de la metodología de la revisión documental, se logrará el objetivo con: a) elaborar un inventario de instituciones conceptuales; b) levantar un inventario de organismos que respalden las propuestas de emprendimiento; y, c) evaluar las posibilidades de financiación para emprendedores.

Se justifica la realización del presente trabajo, por el aporte que puede hacer en estudios que fortalezcan la visión emprendedora, brindando información útil a la iniciativa empresarial de las familias, y porque si hay desarrollo de trabajo habrá prosperidad en el país y ella servirá de factor para alcanzar una paz sostenible.

Al margen de una afiliación política con las propuestas de campaña y los retos establecidos en el plan de desarrollo nacional, la propuesta que se quiere dar desde el proyecto marco, “Por una Paz Sostenible”, está más encaminada a conjugar una serie de propuestas viables que permitan la dignificación del ser humano desde el trabajo y esencialmente desde su quehacer sociocultural, dando un aprovechamiento sano de sus conocimientos ancestrales los cuales son factor de una amplia riqueza inmaterial, que se ha formalizado como una de las caras positivas del país.

Desde el proyecto “Por una Paz Sostenible”, se hace énfasis en la relación directa existente entre la educación y el trabajo, como una fuerza determinante para salir de la cultura de la pobreza y el asistencialismo, que aunque no constituyen un común denominador en Colombia, si afecta a algunas comunidades. Una paz sostenible se logra en la medida en que los ciudadanos se sientan parte del proceso aportando desde sus saberes, no se debe entener el proceso de paz solamente como un acto político sino de compromiso ciudadano.

Así mismo, es importante que las universidades fortalezcan la industria creativa desde la proyección social y la extensión, permitiendo el fomento, la formalización y la asesoría y capacitación en aspectos legales y de patentes, en alianza con organizaciones del sector público y organizaciones no gubernamentales de talla mundial. Se concluye que en el problema de investigación: ¿Cuál será una estructura práctica para emprender el desarrollo de negocios de la economía naranja en el contexto de una paz sostenible?, la pregunta tiene tres partes que, para fines de modelaje, representaremos con sus iniciales, Así: Estructura práctica para emprendimiento (Epe), desarrollo de negocios (D), y economía naranja (En). Con ellas se conforma una estructura cuyo resultado es la paz sostenible (Ps), así:

$$Epe = Ps \int (En * D)$$

En donde: La Estructura práctica del emprendimiento es un resultado en el cual la Paz sostenible es una variable que a su vez, está en función de la Economía naranja y esta, como factor de desarrollo sostenible.

Es decir que:

- a). si la variable **En** crece, la variable **D** también crece, por estar en relación directa, y como consecuencia, Ps se fortalece;
- b). si por el contrario **En** decrece o se estanca, su efecto en **D**, tendrá el mismo sentido y como consecuencia, Ps recibirá igual impacto.

- c). en consecuencia, la estructura práctica de emprendimiento **Epe**, por ser la variable dependiente, se comportará con la lógica con la que funcionen las variables componentes.

Podemos concluir entonces, que sobre la base del capital intelectual de la economía creativa y con fundamento en el principio de la equidad, cuyos elementos son las ideas, se pueden estructurar sistemas de negocios capaces de generar bienes y servicios culturales, orientados al desarrollo social y económico. Sus resultados fortalecerán las fuentes de trabajo especialmente el juvenil, contribuyen a bajar los índices de desempleo; y, disminuirán la brecha laboral entre hombres y mujeres, fomentando la prosperidad, la independencia y la paz.

Referencias

Acción RSE. (Julio de 2007). Guía para la empresa ambientalmente sustentable. Santiago de Chile, Chile: Acción RSE.

Acción RSE. (Enero de 2011). Responsabilidad Social Empresarial: Gobernanza, medición y control de gestión. Santiago, Chile: Acción RSE: Empresas por un desarrollo sustentable.

Alonso, G. (2009). Creatividad, cultura y desarrollo económico. *Pensamiento Iberoamericano*, 4, 151-165.

Alonso, R. (12 de Julio de 2013). La Responsabilidad Social Corporativa de las compañías telefónicas de España. León, España: Universidad de León.

Añez, C., & Bonomie, M. E. (2010). Responsabilidad Social Empresarial: Estrategia de competitividad en el marco de la globalización. *Formación Gerencial*. Año 9 - No.1, 144-168.

Aranda, M. (2004). ESTRATEGIAS GENÉRICAS COMPETITIVAS.

- Ariza, D., Gómez, M., & León, E. (2008). Surgimiento, evolución y expansión de la Responsabilidad Social Empresarial: Una propuesta de comprensión crítica. En *Libro de Memorias de VII Simposio Nacional de Investigación Contable y Docencia* (págs. 191-212).
- Austin, J. (2007). La nueva ruta: alianzas sociales estratégicas. Santa Fe de Bogotá: Harvard Business Review. Edición Especial.
- Banco Interamericano de Desarrollo BID. (2017). *Economía naranja Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe*. Washington: BID.
- Banco Mundial. (2006). La aplicación de la política de gobernanza corporativa. Lima.
- BIND - Banco Interamericano de Desarrollo. (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita*. Inter-American Development Bank.
- Cancino, C., & Morales, M. (Diciembre de 2008). Responsabilidad Social Empresarial. Chile: Documentos Docentes del Departamento de Control de Gestión y Sistemas de Información de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile.
- Carbal, A. (2009). *Responsabilidad social empresarial y contabilidad: Apuntes críticos*. Cartagena: Universidad Libre Sede Cartagena.
- Casani, F. &.-P. (2012). *Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa: Emociones y redes sociales*. Universia Business Review.
- Centro de ética y ciudadanía corporativa de CEDICE. (2005). Conceptos básicos e indicadores de Responsabilidad Social Empresarial: Manual de apoyo para periodistas. Caracas, Venezuela: Instituto Ethos y Centro de Divulgación del Conocimiento Económico (CEDICE).
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad Social de las empresas de la Union Europea. Bruselas.

DANE, Departamento administrativo Nacional de Estadística. (2019). *Boletín Técnico*. Bogotá : Gran Encuesta Integrada de Hogares GEIH.

De La Cuesta, M., & Valor, C. (Enero de 2003). Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística . (diciembre 2018). *Boletín Técnico Exportaciones (EXPO)*. Bogotá.

Ediciones Larousse, S.A. (2001, p. 380). *El Pequeño Larousse Ilustrado*. Caracas, Venezuela: Ediciones Larousse, S.A.

Editorial La república. (septiembre 12 de 2018). Las cifras de la economía naranja. *Editorial La República S.A.S.*

Espinosa, C., Hernandez, F., & Lope, L. (Julio de 2013). Responsabilidad Social y competitividad en las empresas. *Contribuciones a la economía*.

FEDESARROLLO - ACRIP. (MARZO 2019). *Informe Mensual del Mercado Laboral*. Bogotá.

Ferruz, L., Marco, I., & Muñoz, F. (2009). Fondos de inversión éticos, ecológicos y socialmente responsables en Europa (1999-2007). *Aposta. Revista de ciencias sociales*, 1-28.

Gómez-Villegas, M., & Quintanilla, D. (2012). Los informes de responsabilidad social empresarial: su evolución y tendencias en el contexto internacional y colombiano. *Cuaderno Contable*, 121-158.

Grazzi, M., & Benvente, J. M. (2018). Tres maneras de entender el vínculo entre economía naranja e innovación. *Foro Económico Mundial*, <https://es.weforum.org/agenda/2018/07/tres-maneras-de-entender-el-vinculo-entre-economia-naranja-e-innovacion>.

Gutiérrez Sanín, F. (. (2018). *¿Qué hacer con el tierrero?: Tierra, territorio y paz sostenible*. Editorial Universidad del Rosario.

Hernández, R. (6-7 de mayo de 2004). Marco teórico-conceptual de la competitividad. CEPAL.

IMF Business School. (2018). *IMF Business School*. Obtenido de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/corporativo/gestion-empresarial/que-es-desarrollo-sostenible/>

Marulanda Valencia, F. Á., & Morales Gualdrón, S. T. (2016). Entorno y Motivaciones para Emprender . *Revista EAN*. DOI: <http://dx.doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>, Pp. 12-28.

Morales, M. A., & Pech, J. L. (2000). Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Contaduría y administración No. 197*, 47-63.

Organización Internacional del Trabajo . (2018). *Mujeres y Hombres en la economía informal: un panorama estadístico*. Ginabra Suiza.

Paricio, J., & Sempere, J. (2004). Cuestionario de Organización Industrial: Curso Académico.

Portafolio. (12 de Agosto de 2017). <https://www.portafolio.co/economia/colombiana-la-prevalencia-de-los-sectores-de-servicios-508646>. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/colombiana-la-prevalencia-de-los-sectores-de-servicios-508646>

Porter, M. (1987). From Competitive Advantage to Corporate Strategy. *Harvard Business Review*.

Porter, M., & Kramer, M. (2002). Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*, 56-68.

Porter, M., & Kramer, M. (2006). Strategy & Society: The The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 78-92.

- Raufflet, E. (2010). Responsabilidad corporativa y desarrollo sostenible: Una perspectiva histórica y conceptual. *Cuaderno de Administración No. 43 - Universidad del Valle*, 23-32.
- Restrepo, R. (2009). *Responsabilidad Social: Nueva teoría - Nuevas prácticas*. Bogotá D.C., Colombia: Instituto Colombiano de Normas Técnicas Y Certificación - ICONTEC.
- Reyno, M. (Septiembre de 2006). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como ventaja competitiva. Universidad Técnica Federico santa María.
- Rojas Crotte, I. (2011). ELEMENTOS PARA EL DISEÑO DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN: UNA PROPUESTA DE DEFINICIONES Y PROCEDIMIENTOS EN LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. *Tiempo de Educar*, 12 (24), 277-297.
- Rojas, P., & Sepúlveda, S. (1999). Competitividad de la agricultura: cadenas agroalimentarias y el impacto del factor localización espacial. *¿Qué es la competitividad?* IICA.
- Saldarriaga, L. T. (2019). Tejer escenarios de paz desde la Gestión Cultural. *Córima, Revista de Investigación en Gestión Cultural*, 4(7).
- Tiusabá Gómez, B. &. (2019). Elementos estructurales y coyunturales de una implementación conflictiva del Acuerdo de Paz entre el Gobierno colombiano y las FARC-EP. *Estudios Políticos UDEA*, 0(55), 224-244.
- Vargas, J. (Diciembre de 2006). Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Vilanova, M. (2009). Competitividad responsable: Explorando la relación entre RSE y competitividad. Barcelona, Sant Cugat del Vallès: Instituto de innovación social de ESADE.

Villafán, K., & Ayala, D. (2014). Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán, y sus implicaciones en la competitividad. *Contaduría y Administración No. 59*, 223-251.

Vives, A., & Peinado-Vara, E. (Mayo de 2011). La Responsabilidad Social de la empresa en America Latina. Washington D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.

Vives, A., Leguizamón, F. A., Guzmán, J., González, C. J., Ickis, J. C., Hernández Salazar, M., . . . Peina-Vara, E. (Noviembre de 2007). El argumento empresarial de RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. Washington D.C.: INCAE.

Impacto de la variación de la tasa representativa del mercado (TRM) en el nivel de precios de los mercados minoristas

Effects of the variation of the market representative rate (TRM) in the price level of the retail markets

Germán Fernando Medina Ricaurte¹
Andrea del Pilar Barrera Ortegón²
Elena del Carmen Restrepo Álvarez³

1 Perfil e Institución: Economista, Magister en Administración de Organizaciones, Especialista en Gestión Pública, Especialista en Pedagogía para el desarrollo del Aprendizaje Autónomo, Docente Asistente de carrera de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, integrante del grupo de investigación Fénix. Investigador principal del proyecto Los efectos económicos de la variación de TRM en los precios de los productos a nivel de los consumidores y su efecto en el proceso de toma de decisión. Coinvestigador en el proyecto El Comportamiento del consumidor y su proceso de toma de decisiones en relación con el uso del neuromarketing (neurociencia) en productos de consumo masivo. german.medina@unad.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0706-0332> email. german.medina@unad.edu.co

2 Perfil e Institución: Administradora de Empresas de la Universidad Nacional de Colombia, |Estudiante Doctorado en Administración Universidad de Celaya, Magister en Administración de Instituto Tecnológico de Monterrey, Especialista en Ingeniería de procesos y Gestión de la Calidad de la Universidad EAN y Docente Asistente de la UNAD, Integrante del Grupo de Investigación FENIX, .Investigador principal del proyecto El Comportamiento del consumidor y su proceso de toma de decisiones en relación con el uso del neuromarketing (neurociencia) en productos de consumo masivo. Coinvestigador en el proyecto Los efectos económicos de la variación de TRM en los precios de los productos a nivel de los consumidores y su efecto en el proceso de toma de decisión Par Académico del Ministerio de Educación Nacional, Experiencia en Dirección Académica Universitaria, Director de Curso de la Maestría en Administración de las Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD-. andrea.barrera@unad.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1286-2623> email. andrea.barrera@unad.edu.co

3 Perfil e Institución: Economista, Magister en Educación, Especialista en Pedagogía para el desarrollo del Aprendizaje Autónomo, Especialista en Administración de empresas, Docente de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, integrante del grupo de investigación Fénix. Coinvestigador del Proyecto Los efectos económicos de la variación de TRM en los precios de los productos a nivel de los consumidores y su efecto en el proceso de toma de decisión. elena.restrepo@unad.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9821-3917>Email. elena.restrepo@unad.edu.co

Resumen

El propósito de éste documento, es reflexionar sobre el impacto que tiene la tasa representativa del Mercado (TRM) en relación con los precios de los mercados a nivel minorista y su incidencia en el consumidor final. Partiendo de una información de carácter institucional y su articulación con conceptos que se han desarrollado en la academia.

Para establecer la importancia de la TRM, en relación con otras variables macroeconómicas, se analiza la evolución del PIB, la balanza comercial, la inflación, identificando sus incrementos y decrementos en el periodo comprendido 2000 - 2011.

El modelo de investigación se centró en fuentes secundarias como reportes del DANE, Banco de la República, Planeación Nacional, y referentes teóricos de diferentes autores, en donde a partir de la información recolectada, se realizó un análisis multivarial.

Ésta ponencia, propende por comprender en forma científica, como las variables macroeconómicas, pueden llegar a tener impactos en los procesos microeconómicos concretamente en los mercados minoristas.

Un aspecto relevante dentro del mercado consiste en que, “ancestralmente en Colombia ha existido el canal de distribución minorista como es la tienda de barrio, cuyo formato corresponde al de un segmento de la población de escasos recursos, y que poco a poco se ha ido adaptando a esta necesidad hasta llegar a convertirse en una muralla frente a las multinacionales, a menos que éstas cambien sus tácticas y sus prácticas comerciales”. Silva, H. (2012). Lo que hace que los empresarios minoristas estén atentos a nuevos desarrollos que les permita hacer frente a los cambios de los mercados.

Palabras Clave

Tasa Representativa en el Mercado; minorista; inflación; necesidades; consumidor; multivarial.

Abstract

The purpose of this document is to reflect on the impact of the representative market rate (TRM) in relation to retail market prices and their impact on the final consumer. Based on information of an institutional nature and its articulation with concepts that have been developed in the academy.

In order to establish the importance of the TRM, in relation to other macroeconomic variables, the evolution of the GDP, the trade balance, the inflation is analyzed, identifying its increases and decreases in the period 2000 - 2011.

The research model focused on secondary sources such as reports from DANE, Banco de la República, National Planning, and theoretical references of different authors, where, based on the information collected, a multivariate analysis was carried out.

This paper, tends to understand in a scientific way, such as macroeconomic variables, can have impacts on microeconomic processes specifically in retail markets.

A relevant aspect within the market is that, "in Colombia, the retail distribution channel such as the neighborhood store has existed, whose format corresponds to that of a segment of the population with limited resources, and that little by little has left adapting to this need until it becomes a wall in front of multinationals, unless they change their tactics and business practices." Silva, H. (2012). What makes retail entrepreneurs aware of new developments that allow them to cope with market change

Keywords.

Representative Market Rate; retailer; inflation; needs; consumer; multivarial

Desarrollo de la Ponencia

La variación de la TRM, en relación con los precios en los mercados globales es clara, y afecta de forma diferente a los empresarios que son importadores u exportadores, como lo plantea Fayad Hernández, C., Fortich Mesa, R. C., & Vélez-Pareja, I. (2009). "Un hecho empresarial que resulta importante es el de comprender cómo se proyecta la tasa de cambio. Esta es una variable que puede influir significativamente sobre la calidad de la toma de decisiones financieras y es indudable que la incertidumbre acerca del comportamiento de la tasa de cambio puede acarrear diferentes consecuencias negativas sobre las empresas." (p.213). de ahí el interés de los empresarios de identificar sus comportamientos, con el fin de tomar las decisiones necesarias para afrontar estos eventos económicos.

En cualquier economía del mundo, la inflación es un fenómeno que afecta significativamente los mercados. Aunque generalmente las conductas de los consumidores de los bienes y servicios son propias de cada individuo. Cuando se ven afectados por procesos inflacionarios, inicialmente dejan de consumir determinados productos, y los sustituyen por otros más económicos, que generen una satisfacción parecida a la del bien base, pero posteriormente tienden a volver a sus hábitos de consumo.

El proceso inflacionario en la economía se ve reflejado en un incremento en los precios de los productos, que de acuerdo con Mankiw (2006) comenta que la "inflación, que es un incremento en el nivel general de los precios en la economía." (p.15). los que nos permite establecer que éste es un índice Macroeconómico que refleja el comportamiento general de los precios.

Dentro del proceso productivo, que está conformado por las actividades de producir, transportar, distribuir y consumir, existe un agente económico importante, que es el consumidor al detal y el comerciante al detal o minorista. Quienes son dinamizadores del mercado.

Teniendo en cuenta lo que plantea Rebollo (1994). “En los mercados tradicionales un establecimiento minorista podía entenderse como un negocio realmente independiente, al margen del resto de los componentes del canal.” (p.14). lo que permite establecer que el minorista si bien es el último eslabón de la cadena, él es autónomo frente a las estrategias de comercialización de los productos que realizan los mayoristas.

Cuando se aborda una investigación en cualquier tema en economía, es importante establecer si el ejercicio académico se va a realizar dentro del marco de la economía positiva o la economía normativa. Con el fin de realizar las distinciones de las variables microeconómicas o macroeconómicas adecuadas y aplicar las técnicas pertinentes con el fenómeno a observar.

El objetivo de la economía positiva es ver cómo la sociedad toma decisiones sobre el consumo, la producción y el intercambio de bienes. Pretende explicar por qué funciona la economía como funciona y poder hacer predicciones sobre cómo responderá a los cambios. En la economía positiva, pretendemos actuar como científicos objetivos. Cualesquiera que sean nuestras afinidades políticas o nuestro código ético, observamos cómo funciona en realidad el mundo. De acuerdo con Hall & Lieberman (2006) comenta que “la economía positiva se ocupa simplemente de cómo funciona la economía” (p.5). Es por ello que se plantean proposiciones del tipo “si se cambia esto, ocurrirá esto otro”. En este sentido, la economía positiva es similar a las ciencias naturales (la física, la geología o la astronomía). Al igual que ocurre en cualquier otra ciencia, hay cuestiones sin resolver en las que subsisten las discrepancias. Estos desacuerdos se encuentran en la frontera de la economía positiva.

La economía normativa se basa en juicios de valor subjetivos, no en la búsqueda de una verdad objetiva. De acuerdo con Hall & Lieberman (2006) la economía normativa “se ocupa de lo que debería ser. Sirve para emitir juicios acerca de la economía, identificar problemas y sugerir soluciones” (p.5). Sin embargo, la economía positiva y normativa se pueden combinar para establecer una realidad objetiva de un problema y poder plantear soluciones a éste.

La metodología aplicada en el presente trabajo de investigación, es de carácter cualitativa y tiene un enfoque exploratorio en el desarrollo de la economía normativa. Se recolectó información de las variables objeto de observación, como la TRM, DTF, Inflación y la Balanza comercial. Sobre los cuales se realizaron cálculos de variaciones porcentuales y medias simples.

La variación de los precios, llevan consigo inmerso un componente social, debido a la estrecha relación entre la comunidad, las necesidades y los precios, lo que hace necesario observar la cualidad de diferentes eventos y datos, ya que la interpretación objetiva de solo cifras no explicaría la realidad de éstas relaciones, por lo tanto, con el fin de tener una interpretación de la realidad, y obtener unos resultados que expliquen los eventos lo más cercano a la realidad. Se propone se realice una investigación mediante el método cualitativo de tipo exploratorio, que observe el impacto de la TRM en el consumidor final.

Referencias

Banco de la República. (2011). informe de la inflación. Colombia.

Banco de la República. (2018) define TRM recuperado el 30 de agosto del 2018 de <http://www.banrep.gov.co/trm>

Cárdenas M. (2007). Introducción a la Economía Colombiana, Edi. Alfaomega Colombiana S.A. Bogotá. Colombia.

Cerda, H. (2002). Los Elementos de la Investigación. Editorial el Buho Ltda. Bogotá. 3ª reimpresión.

Dinero (2010, 9 de julio). La Fidelización: más allá de una motivación económica. http://www.dinero.com/edicion-impresa/mercadeo/fidelizacion-alla-motivacion-economica_73931.aspx).

Dinero (2011, octubre). Gap aterriza en Chile, se expandirá en Colombia y Asia <http://www.dinero.com/negocios/articulo/gap-ateriza-chile-expandira-colombia-asia/137362>

Doing Business (2009, 18 de noviembre). Informe Doing Business 2009. <http://www.doingbusiness.org/exploreconomies/?economyid=46>

Fayad Hernández, C., Fortich Mesa, R. C., & Vélez-Pareja, I. (2009). Proyección de la tasa de cambio de Colombia bajo condiciones de PPA: evidencia empírica usando VAR. *Estudios Gerenciales*, 25(113), 211-226.

Fenalco (2008, 11 de mayo). El peso de las marcas propias. http://www.fenalco.com.co/index.php?option=com_content&task=view&id=118&Itemid=1

López, M. D. L. (2010). *Fundamentos de Economía, Empresa, Derecho, Administración y Metodología de la Investigación aplicada a la RSC*. Netbiblo.

Mankiw, G, N. (1998). *Principios de Macroeconomía*, Mc Graw Hill. España.

Mankiw, G, N. (2006). *Principios de Economía*, Cengage Learning Editores. Sexta Edición, México.

Méndez, J, S. (1997). *Fundamentos de Economía*. McGRAW-HILL. Tercera edición. Colombia.

Rebollo, A. (1994). *Gestión empresarial. Estrategias del comercio minorista. Distribución y consumo*, 15, 10-24.

Restrepo Abad, N. (2007, 30 de julio). Carrefour Vs. Exito: ¿Quién ganará? *Revista Dinero* recuperado de www.dinero.com/edicion-impresa/columna-del-lector/carrefour-vs-exito-quien-ganara_37319.aspx

Salvatore, D. (1998). *Microeconomía*. McGRAW-HILL. Tercera Edición. Colombia.

Silva, H. (2012). Panorama del negocio minorista en Colombia. Revista Pensamiento y Gestión, No. 32. ISSN 1657-6276 Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100006

Necesidades de conocimiento para fortalecer la gestión empresarial desde la perspectiva de los estudiantes empresarios del CEAD Ibagué

Needs of knowledge to strengthen the business management from the perspective of entrepreneur students from CEAD Ibagué

Diana Carolina Verján Ávila¹
Julio Cesar Hernández Gutiérrez²

1 Magister en Diseño y Gestión de Proyectos Tecnológicos, Esp. En Pedagogía para el Desarrollo de Aprendizaje Autónomo, Ingeniero Industrial. Docente Ocasional Tiempo Completo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD - CEAD Ibagué. Investigadora principal, Co-investigador del grupo de investigación Cananguchales; ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9899-6528>; diana.verjan@unad.edu.co.

2 Esp. en Gestión de Proyectos; Administrador de Empresas; Tecnólogo en Gestión Industrial; Docente Ocasional Tiempo Completo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD - CEAD Ibagué; Co-investigador del grupo de investigación Cananguchales; ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8630-4114>; Julio.hernandez@unad.edu.co.

RESUMEN

El presente artículo relaciona los principales resultados del proyecto de investigación titulado "Emprendimiento: Estudio de necesidades de conocimiento desde la perspectiva de los estudiantes empresarios del CEAD Ibagué matriculados en el primer semestre del año 2018"., realizado por investigadores del semillero Emprendimiento Social Unadista - ESUNAD perteneciente al grupo de investigación CANANGUCHALES. En primer lugar, se procede a elaborar los instrumentos que nos ayudaran a la recolección de información de la población objetivo, a partir de esto, se aplican dos encuestas con el fin de identificar los estudiantes empresarios, al mismo tiempo que se empieza un seguimiento a los estudiantes que tienen creado su emprendimiento a fin de identificar las necesidades de conocimiento en áreas de gestión empresarial. Según los resultados parciales arrojados por las encuestas aplicadas se han determinado algunos factores de conocimiento importantes a tener en cuenta en la gestión, éxito y permanencia de los emprendimientos de los estudiantes Unadistas matriculados en el primer semestre del año 2018 en el CEAD Ibagué. Por último, en el análisis parcial de los resultados obtenidos se identifican (3) tres factores relevantes que sustentan las necesidades de conocimiento a fortalecer en los estudiantes empresarios, con el fin de lograr mejorar la gestión empresarial y la perdurabilidad de los emprendimientos.

Palabras clave

Emprendimiento; Empresa; Empresario; Emprendedor; Conocimiento.

This article tells the main results of the research project called "Entrepreneurship: Study of knowledge needs from the perspective of CEAD Ibagué business students enrolled in the first semester in 2018", carried out by researchers from the seedbed named UNAD Social Entrepreneurship - ESUNAD that belongs to CANANGUCHALES research group. First, the instruments that will help us to gather information of the target population were elaborated, from this point, two surveys are applied in order to identify the entrepreneurial students, at the same time a monitoring is started for students who have created their

entrepreneurship in order to identify knowledge needs in fields related to business management. According to the partial results obtained by the applied surveys, some important knowledge factors have been determined to take into account in the management, success and permanence of the UNAD students enrolled in the first semester in 2018 at CEAD Ibagué. Finally, in the partial analysis of the results obtained, three (3) relevant factors are identified that support the knowledge needs to be strengthened in entrepreneurial students, in order to improve business management and the endurance of entrepreneurships.

Keywords

Entrepreneurship; Company; Businessman; Entrepreneur; Knowledge.

Contenido

En la base de la cultura y actividad emprendedora, en un país como Colombia la gestión empresarial es fundamental para dar vida y perdurabilidad en el tiempo a las nuevas unidades productivas, cuando se habla de emprendimiento se habla de nuevas oportunidades de negocio y de impulsar a la creación de nuevas empresas pequeñas, medianas y grandes, que generan un crecimiento económico. Teniendo como referencia el estudio realizado por Global Entrepreneurship Monitor, que permite identificar la disposición de las personas hacia la creación de empresas. Este estudio, el, se realiza anualmente en cerca de 45 países del mundo y realiza una encuesta en profundidad en el cual se establecen las características de la actividad de las personas como emprendedores. “El objetivo del estudio no es contar las empresas creadas, sino establecer una medida del espíritu y la actividad emprendedora” (GEM, 2007).

Según los autores consultados, hoy en día pocos están en desacuerdo sobre la importancia de fomentar la cultura del emprendimiento y la innovación en una sociedad, son la base para su desarrollo y su sostenibilidad. Dentro de ese marco las universidades están llamadas a ser actores importantes de dicho

proceso. El emprendedor fue definido como un empresario que aceptaba el riesgo de comprar a precios ciertos y vender a precios inciertos; por Cantillón, en 1755 siendo, citado entre otros por Cardozo (2010), Krauss (2007) y Van den Berg (2012). Otro concepto clásico es el manejado por Schumpeter en 1943 que lo define como quien implementa nuevas combinaciones de medios de producción, en un rol innovador y como figura en el desarrollo económico (Yoguel, Barletta, & Pereira, 2013); (Cardozo, 2010); (Krauss, 2007). En la última década, la América Latina se ha caracterizado por ser una de las regiones del mundo con mayores oportunidades de crecimiento de la actividad emprendedora, las cuales han tomado una relevancia nunca antes vista en los sectores públicos y privados.

Si no ponemos el conocimiento como clave del apalancamiento de los emprendedores y de la innovación no hay solución para la capacidad competitiva que necesitamos, por lo que resulta absolutamente necesario que aquéllos más capacitados para emprender por oportunidad lo hagan. Y éstos son los universitarios (Andy, 2007).

La universidad debe educar para el “emprendimiento empresarial”, esto significa no sólo enseñar a formar empresas elemento fundamental sin duda, sino que debe ser entendido y trabajado desde un sentido amplio, actitudinal, de desarrollo de competencias, habilidades y destrezas que permitan una mayor generación y aprovechamiento de las oportunidades que brinda el mercado (Bornstein, 2009).

Este nuevo enfoque requiere de una gran voluntad de las autoridades universitarias y de tener una amplia visión del nuevo entorno en el que se mueven los centros de formación superior, ya que a la fecha no ha sido explotada como una excelente estrategia de diferenciación.

Para Gardner (1998) define que el individuo creativo es la “persona que resuelve problemas con regularidad, elabora productos o define cuestiones nuevas en un campo de un modo que al principio es considerado nuevo, pero que al final llega

a ser aceptado en un contexto cultural concreto". La creatividad está relacionada con la generación de ideas que sean relativamente nuevas, apropiadas y de alta calidad (Sternberg y Lubart, 1997). Por su parte, De Bono (1991) acuña el término "pensamiento lateral" definiéndolo como la capacidad "de resolver problemas por medio de métodos no ortodoxos o aparentemente ilógicos".

Del mismo modo, las instituciones educativas y en este caso la universidad, no puede funcionar ajena al fomento de la creatividad de sus estudiantes, sino que debe formar personas con una gran capacidad de generación de ideas y de resolución de problemas. Y para ello nos es suficiente con introducir metodologías docentes innovadoras si éstas no fomentan el espíritu innovador del estudiante. Taylor (1996) afirma que la sociedad quiere "estudiantes que sean pensadores, investigadores e innovadores; no sólo aprendices, memorizadores e imitadores; no repetidores del pasado, sino productores de nuevos conocimientos; no sólo versados en lo que se ha escrito, sino alertas a encontrar lo que aún no se ha escrito; que no sean capaces únicamente de ajustarse al medio, que lo ajusten a ellos; no sólo productores de escritos de imitación, sino de artículos creativos; no sólo ejecutantes de calidad, también compositores y creadores de nuevos patrones". La educación superior debe incentivar en el estudiante el desarrollo del proceso creativo, dando lugar a un pensamiento divergente capaz de buscar respuestas innovadoras y soluciones eficaces a la problemática de su entorno. Para ello, los docentes deben desarrollar metodologías que fomenten la creatividad en el estudiante y habilidades y actitudes que desarrollen su uso estratégico.

Según las respuestas proporcionadas en los anteriores apartados, podemos constatar la similitud de estos resultados con algunas de las conclusiones del ya citado Proyecto REFLEX (2007). Por un lado, el estudiantado manifiesta un buen conocimiento teórico de las materias pero indica la deficiencia en conocimientos prácticos; por otro lado, los estudiantes poseen una gran capacidad de trabajo en equipo pero carecen de suficientes habilidades para encontrar nuevas ideas y soluciones.

La elaboración del marco legal del presente proyecto se fundamentó en la siguiente normatividad

Ley 590 de 2000 Por el cual dicta las disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, para la generación de empleo y el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos.

Ley 1014 de 2006 Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la constitución.

Ley 1429 de 2010 La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas, de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

Ley 1780 de 2016 Tiene por objeto impulsar la generación de empleo para los jóvenes entre 18 y 28 años de edad, sentando las bases institucionales para el diseño y la ejecución de políticas de empleo.

Guía 39 La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos.

Finalmente, al realizar una revisión detallada de la normatividad referente al tema de emprendimiento podemos inferir el interés y la participación de la triada Estado – Educación y Empresa que busca promover el desarrollo de la ciencia y tecnología, el espíritu emprendedor desde temprana edad en los estudiantes, la generación de políticas y incentivos para los empresarios en pro del desarrollo regional y la integración entre sectores económicos.

Resultados

como resultado de la aplicación de la primer instrumento a 327 encuestados cuya finalidad es la identificar estudiantes empresarios del CEAD Ibagué, podemos resaltar lo siguiente: 24% de los encuestados fueron hombres y el restante 76% son mujeres, la mayoría de estudiantes se encuentran en los rango de edad de 18 a 25 y 26 a 30 años, el estrato dos es el más representativo y de los

327 encuestados tan solo 39 son empresarios es decir el 12% de los encuestados es importante indicar que de los 39 se encontró que 23 se dedican solamente a su empresa y 16 lo alternan con un trabajo como empleado, el restante 88% de los encuestados se dedica a estudiar o son empleados.

De acuerdo con los resultados arrojados por el primer instrumento se ha aplicado la segunda encuesta a 25 estudiantes empresarios identificados de donde se puede concluir parcialmente lo siguiente:

Tabla 1. Resultados Parciales Segunda Encuesta

Pregunta	Resultado (Variable con mayor impacto)
1. Rango de edad	26- 30 años
2. Estrato	2
3. Nivel de Formación	Tecnólogo
4. Programa al que Pertenece	Psicología
5. Dedicación Actual	Empresario
6. Sector de la Economía	Servicio
7 - 8. Legalmente Constituida	No – Persona Natural
9. Tiempo de constitución	Entre 1 y 3 años
10. Empleados	1
11. Motivo de emprender	Independencia laboral y económica
12. Cuando nació la idea	Antes de empezar a estudiar en la UNAD
13. Ha aplicado el conocimiento adquirido UNAD	Si
14. Área de mejor desempeño	Administrativa
15. Área de mayor falencia	Financiera y Contable
16. Programa académico cursado contribuye al fortalecimiento de estas habilidades	Si
17. Otras Habilidades o conocimientos empresariales le gustaría adquirir	Comunicación y trabajo en equipo

Fuente: Autores del proyecto

Frente a los resultados más relevantes obtenidos hasta el momento, se puede resaltar los siguientes factores que llaman la mayor atención en primer lugar el programa de Psicología del área de sociohumanística es el que emprende en mayor proporción, de los veinticinco (25) encuestados el 32% pertenecen a dicho programa, como segundo factor encontramos que un 61% de las empresas no están legalmente constituidas y por último tenemos que la habilidad o conocimiento que presenta mayor falencia por parte de los estudiantes empresarios es la financiera y contable con un 33%, lo cual guarda bastante relación con el primer factor mencionado.

Conclusiones

- Se puede establecer que pese a la alta tasa de desempleo registrada por el DANE para el trimestre marzo a mayo de 2019 en la ciudad de Ibagué, los estudiantes matriculados en la UNAD CEAD Ibagué para el primer periodo de 2018, no están interesados en generar proyectos de emprendimiento o crear empresa, sino por el contrario se están capacitando para buscar un mejor empleo y ascender dentro de las mismas, lo cual ratifica lo mencionado por expertos en donde en Colombia la gran mayoría de los universitarios buscan un empleo estable y se olvidan del valor que tiene el crear una empresa y colocar en práctica la enorme creatividad que poseen los colombianos.
- Es importante indicar que una vez identificados los estudiantes empresarios matriculados en el CEAD Ibagué, en el primer periodo de 2018, se puede evidenciar que emprenden mucho más los estudiantes de carreras enfocadas hacia la Sociohumanística y que para el caso de programas con mayor fortaleza en temas de emprendimiento como los de la escuela de ciencias administrativas, económicas y algunas ingenierías es menor el porcentaje de iniciativas de emprendimiento o negocio.

- Se ha logrado identificar hasta el momento que la variable que prevalece con respecto a las necesidades de conocimiento desde la gestión empresarial en los estudiantes empresarios es la del área contable y financiera.
- La legalidad es uno de los requisitos más importantes que toda empresa debe cumplir ante la ley colombiana. Según la investigación, gran parte de los estudiantes empresarios NO tienen debidamente legalizada su empresa, se puede inferir que no le dan la importancia que merece y desconocen que cuando se legalizan se hacen mucho más visibles en el mercado, pueden acceder a recursos y beneficios financieros y tributarios
- Desde las Instituciones de Educación Superior, es fundamental garantizar la calidad y pertinencia de la oferta académica incluyendo en sus curriculos como eje transversal el tema de emprendimiento con el fin de fortalecer el espíritu emprendedor y por ende su perfil profesional.

Referencias bibliograficas

Arias, F. (2012). El proyecto de investigación: introducción a la investigación científica. C.A. 6ª. Edición. Caracas República Bolivariana de Venezuela: Episteme.

DANE. (2019). Gran Encuesta Integrada de Hogares -GEIH- Mercado Laboral Ibagué marzo mayo 2019. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

Acs, Z., & Szerb, L. (2007). Entrepreneurship, Economic Growth and Public.

Escobar, J., & Cuervo, Á. (2008). *Validez De Contenido Y Juicio De Expertos: Una Aproximación a Su Utilización.* Avances En Medición, 6, 27–36.

- González, M. (2006).** *El empresario innovador schumpeteriano: una revisión. Estudios de Economía Aplicada.* Vol.24-2. Servicio Editorial = Euskal Herriko Unibertsitatea, Argitalpen Zerbitzua. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=247837>
- Gómez, L. (2012).** Teorías del emprendimiento: capacidad emprendedora total y sus factores. p. 5. Recuperado de <http://uniajc.pbworks.com/w/file/fetch/54060386/TEORIASDELEMPRENDIMIENTO.Pdf> capacidad emprendedora total y sus factores ($p > 0.05$).
- Knight, F. (2006).** Risk, Uncertainty, and Profit. Recuperado de <http://www.econlib.org/cgi-bin/searchcc.pl?query=Knight+risk+uncertainty&searchfor=auttl&ccsortby=autor> (libro electrónico que corresponde a la versión original de 1921, publicado por Library of Economics and Liberty)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014).** Metodología de la investigación. Sexta Edición. Editorial Mc Graw Hill. México. Recuperado de https://trabajosocialudocpno.files.wordpress.com/2017/07/metodologic3a3c2ada_de_la_investigacic3a3c2b3n_sampieri_6ta_edicion1.pdf
- Marulanda, F., Montoya, I., & Velez, J. (2014).** Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento y gestión*, 206-238. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n36/n36a08.pdf>
- Ministerio de Educación Nacional. MEN. (2012).** La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos- Guia 39. Bogotá D.C. – Colombia. Recuperado de https://www.mineduccion.gov.co/1759/articles-287822_archivo_pdf.pdf
- Ministerio de Educación Nacional MEN. (2006).** Ley 1014 de enero 26 de 2006
Recuperado de <https://www.mineduccion.gov.co/1759/w3-article-94653.html>.
- Ramirez, H., del Carmen, M., Rodríguez, S., Vallejo, C., Estacio, M., Guagua, O., & Guijarro, M. (2017).** *La Universidad como promotora de la gestión emprendedora. In Conference Proceedings* (Vol. 1, No. 1).



Impacto de la estrategia de innovación empresarial social humanística IEIESH

Impact of the humanistic social business innovation strategy IHSBIS

Yania Rivas Perea¹

¹ Trabajadora Social / Líder Programa Sena Incluyente / Sena – Agencia Pública de Empleo / PEP0003-4056-6028 / <https://orcid.org/0000-0003-4056-6028> / yaripe@misena.edu.co

Resumen

El presente artículo analiza la aplicación e implementación de la Estrategia de Innovación Empresarial Social Humanística, donde se establece la alianza interinstitucional público-privada, favoreciendo la inclusión y participación de personas con discapacidad, basada en las competencias técnicas laborales e integralidad del ser.

Con los ajustes razonables y flexibilización para la inclusión empresarial se posibilita la participación efectiva de las personas con discapacidad, variables que son fundamentales para la permanencia y eficiencia dentro de la organización. Así se generan transformaciones empresariales que favorecen la actitud y cultura de la organización como motor del desarrollo organizacional.

El problema se evidencia en el sector empresarial porque se desconocen los procesos de inclusión y participación, sin tener en cuenta los beneficios desde la responsabilidad social empresarial; se apalanca desde las situaciones actuales aplicadas a una realidad donde se necesita el fortalecimiento y divulgación de los procesos, programas, entidades, etc. para fundamentar la pertinencia, articulación y establecimiento de alianzas interinstitucionales.

La investigación se realiza desde una metodología de estudio y análisis de caso, obteniendo información de diversas fuentes, tales como: información de la empresa, aprendices y vinculados con discapacidad, observación participante y una revisión bibliográfica. Se analizan tres variables: la motivación empresarial para generar procesos inclusivos; los recursos con que cuenta la empresa para poder realizarlos óptimamente; y, Así, lograr la participación efectiva soportada en la certificación de las competencias laborales. También es importante el establecimiento de alianzas interinstitucionales público-privadas. La divulgación se realiza a través del desarrollo de encuentros, visitas, desayunos empresariales, video conferencias, entre otras acciones que permiten el acercamiento de buenas prácticas inclusivas.

Lo anterior favorece la formulación de propuestas y posteriormente las conclusiones para el desarrollo de aquellas, que pretenden apoyar al sector empresarial permitiendo el empoderamiento para la implementación de programas estructurados

al interior de la organización. Es así que una visión general de las condiciones actuales del mercado permitirá identificar los perfiles laborales según la dinámica y movilización empresarial para la toma de decisiones determinantes desde la eficiencia y permanencia de programas inclusivos y de participación para la inclusión laboral de personas con discapacidad.

Palabras Claves

Bienestar Social; Responsabilidad Social Corporativa; Inclusión Laboral y Educativa; Justicia Social; Cultura Laboral y Educativa.

Abstract

The present research work consists in the analysis and application of the Humanistic Social Business Innovation Strategy, where the public-private inter-institutional alliance is established, favoring the inclusion and participation of people with disabilities based on the technical labor competencies and integrity of being.

With reasonable adjustments and flexibility for business inclusion, the effective participation of persons with disabilities is possible, variables that are fundamental for permanence and efficiency within the organization, this is how; business transformations are generated in the sector that favor the attitude and culture of the organization as an engine of organizational development.

The problem is evident once the processes of inclusion and participation of people with disabilities are unknown in the business sector, taking into account its benefits from corporate social responsibility which leverages it from current situations applied to a reality where it becomes necessary the strengthening and dissemination of processes, programs, entities, among others to support the relevance, articulation and establishment of inter-institutional alliances taking into account the socio-formative and economic impact that are generated in the ecosystems.

The research is carried out based on a study methodology and case analysis, obtaining information from various sources, such as: company information, apprentices and people with disabilities, interviews, surveys, participant observation and a bibliographic review, which analyzes three Variables: The business motivation to generate inclusive processes, people with disabilities trained and / or profiled and the resources available to the company to be able to optimally perform the work and achieve effective participation supported in the certification of working competencies. Similarly, the establishment of public-private inter-institutional alliances.

The above favors the formulation of conclusions, which aim to support the business sector by allowing the empowerment for the implementation of structured programs within the organization articulated to its DNA, so that an overview of the current market conditions will identify the profiles Labor according to the dynamics and business mobilization for decision making for the efficiency and permanence of inclusive participation programs for the labor inclusion of people with disabilities.

Key Words

Social welfare; Corporate Social Responsibility; Inclusion (Education and Corporate); Social Justice; Culture (Education and Working).

Desarrollo de la ponencia

La presente exposición analizó la puesta en marcha de la Estrategia de Innovación Empresarial Social Humanística (IEESH), donde el sector empresarial y laboral, donde se da la posibilidad de generar conciencia y responsabilidad, buscando la inclusión de las Personas Con Discapacidad (PCD), a fin de contar con un panorama más amplio, permitiendo la movilización empresarial de los diferentes ambientes logrando la participación e inclusión efectiva dentro de ellos.

Al comienzo del trabajo se abordaron los antecedentes con el interés de lograr una comprensión adecuada de los procesos de participación e inclusión de las personas con discapacidad, teniendo como premisa de partida la realidad actual. Esta orientación se enmarcó en la contextualización, conceptualización y determinación de los elementos esenciales de la inclusión, siendo estos los factores diferenciadores de un buen proceso vs un proceso insuficiente. Se buscó con ello innovar desde la inclusión, introduciendo desde la integralidad un proceso donde se evidencia participación efectiva de las PCD (Zondek, 2015); normograma de discapacidad para Colombia (MinSalud, 2015); transformación empresarial (OIT, 2011); ajustes razonables (Antezana, P. & Linkimer, M., 2015) y flexibilización para la inclusión (Arenas, F. & Sandoval, M. 2013); alianza interinstitucional Público-Privada (Devlin, R. & Moguillansky, G., 2009).

Aunque existen distintas rutas y estrategias para los procesos inclusivos, esta ponencia visibilizó como fundamental la necesidad de que el sector empresarial desarrolle e implemente programas que promuevan la inclusión laboral de las personas con discapacidad. Se posibilita de tal modo el mejoramiento de calidad de vida y minimiza la brecha de inequidad que se evidencia por la falta de oportunidades socio laborales y formativas.

Para el abordaje empresarial con el fin de apropiarse y beneficiarse de la estrategia apalancada en la política, se desarrolló la ruta de atención empresarial, la cual permitió un contacto inicial y directo con el sector empresarial donde se da a conocer los servicios que se ofrecen teniendo en cuenta los ajustes razonables y flexibilizaciones que posibilitan la inclusión laboral de las personas con discapacidad.

Se tuvo en cuenta una fase inicial donde se articula el proceso de la formación organizando ofertas educativas para el trabajo, donde la empresa asume el papel de patrocinador en la formación en su etapa lectiva y productiva, en la etapa productiva posibilita el ejercicio laboral de las personas con discapacidad en las distintas áreas de la organización según el proceso formativo específico de la formación; la etapa productiva dura 6 meses y permite medir la productividad, cumplimiento de la norma, identificación de la figura de autoridad. Cuando se

cumple ese tiempo, la empresa según evaluación de desempeño decide proceso de vinculación del aprendiz, se realizan talleres empresariales respecto al abordaje de las personas con discapacidad, se hace el seguimiento, evaluación y acompañamiento del proceso a la empresa.

Se buscó reafirmar la Estrategia de Innovación Empresarial Social Humanística, donde a través de las acciones afirmativas se promovieron posibilidades para generar los procesos inclusivos ajustados de manera novedosa y apropiada que permitan la efectividad práctica en programas que pueden ser evaluados teniendo en cuenta el impacto y viabilidad en la organización.

Al estructurar el programa inclusivo, se hizo tangible que el sector empresarial debe orientar los procesos con un grado de flexibilidad, efectividad y eficiencia, donde se permita analizar las características particulares de las personas con discapacidad para una adecuada implementación.

Es así como el sector empresarial se convierte en un transformador social, desde una mirada holística estimulando la dinámica organizacional considerando necesario la apertura al cambio y la incorporación de nuevos estereotipos que complementan, moldean y aportan sensibilidad, productividad como propuesta para representar un proceso de diseño que permite afirmar que existen consenso en la participación e inclusión.

En este trabajo la inclusión se define desde diferentes autores, Cedeño Ángel expone (citado en Acosta 2013) como: una actitud que engloba el escuchar, dialogar, participar, cooperar, preguntar, confiar, aceptar y acoger las necesidades de la diversidad. Concretamente, tiene que ver con las personas en este caso, las personas con discapacidad, pero se refiere a las personas en toda su diversidad (Inclusión Educativa, parr.3). Se ha de considerar que, fundamentados en lo expuesto anteriormente, desde la teoría citada, todos los procesos inclusivos apuntan a la participación efectiva de las personas con discapacidad, asumiendo procesos de flexibilización para la inclusión que permite el reconocimiento del otro desde la persona. Desde la experiencia que se ha llevado al sector empresarial se ha entendido la importancia de reconocer

“en el otro la persona”, pues así “entendemos la diversidad y la inclusión” esto como premisa para lograr la transformación empresarial, descubriendo que se requiere de la humanización (Barahona, J. & Rodríguez, D., 2015) para asumir cambios y retos para ser transformadores empresariales. Para la autora aquí radica el centro del asunto: la humanización de los procesos, donde se acepta al otro diferente a mí como una persona con la que puedo y debo colaborar para el mejoramiento de los ecosistemas y diferentes ambientes.

Desde la perspectiva de este trabajo se asumió la necesidad de alinear diferentes procesos que se generan tanto en el sector público como privado que permiten la consolidación de alianzas interinstitucionales que favorecen el cierre de brechas, dando oportunidades que desde el diseño universal se logra la apertura de cambios al interior de las organizaciones que permean la dinámica, considero que es así como se llega al mejoramiento de procesos, destacando competencias, habilidades técnicas y laborales que permiten una inclusión efectiva y eficaz.

Con estos antecedentes teóricos se posibilitó entender y reforzar la idea principal que se defiende en este ensayo: la educación es necesaria, esencial, demasiado importante para avanzar en los procesos de inclusión; logrando entonces la participación efectiva de las personas con discapacidad en los distintos escenarios. Lo más importante sería contar con los ajustes razonables que se necesitan para alcanzar una verdadera inclusión, es así este trabajo pretende determinar la inclusión y la diversidad por su transversalidad, demostrando con ello su incidencia en todos los escenarios encontrados: educativo, social, familiar, salud, recreativo, laboral, entre otros.

Para confirmar lo propuesto desde lo teórico, se presentaron los datos recogidos por el SENA durante varios períodos de formación, haciendo comprobable el trabajo realizado por la autora.

Las principales conclusiones fueron: 1. Articulación de los actores institucionales públicos y privados, identificando la claridad del rol y funcionamiento en las prácticas adecuadas para la inclusión socio formativo y laboral para las personas con discapacidad. 2. Divulgación masiva de la ruta de atención para

que se movilice y potencialice la acción efectiva que permita estructurar una dinámica holística tanto para el sector empresarial como para las personas con discapacidad. 3. Caracterización de las personas con discapacidad en edad laboral y productiva que permita identificar perfiles y promoverlos según las ocupaciones que existen en el mercado laboral. 4. Implementación de asesorías virtuales que posibiliten el manejo adecuado de plataformas y/o aplicativos virtuales favoreciendo la inscripción de las vacantes de empresas y así lograr la postulación de personas con discapacidad que cumplan el perfil ocupacional. 5. Generación de encuentros en los que se promuevan los cursos virtuales que favorecen las relaciones con y entre las personas con discapacidad desde la formación y empleabilidad.

Bibliografía

AA, V. (2002). Educación inclusiva. *Monográfico. Revista de Educación*, 327.

Antezana, P., & Linkimer, M. . (2015). Caja de Herramientas para Empresas Inclusivas - Ajustes Razonables. Costa Rica: aedcr.

Arenas, F., & Sandoval, M. (2013). Proceso de Flexibilización y Diversificación Curricular: Nuevos Retos del Sistema Educativo Colombiano para Favorecer los Procesos de Participación en Contexto Escolares de Personas con Discapacidad. *Horizontes Pedagógicos*, 15(1), 147-157.

Arnáiz Sánchez, P. (2003). *Educación inclusiva: una escuela para todos*. Málaga: Ediciones Aljibe.

Cabo, M., & De los Ríos, I. (2016). Empoderamiento de personas con discapacidad a través del aprendizaje colaborativo: proyecto Idipower. *Revista Española de Discapacidad*, 4(1), 235-240.

Correa, M., Flynn, S., & Amit, A. (2004). *Responsabilidad Social Corporativa en América Latina: una visión empresarial* . Santiago de Chile : CEPAL.

- Devlin, R., & Moguillansky, G. (2009). Alianzas público-privadas para una nueva visión estratégica del desarrollo. Santiago de Chile: CEPAL.
- Dieterlen, P. (2001). Derechos, necesidades básicas y obligación institucional. *En Pobreza, desigualdad social y ciudadanía. Los límites de las políticas sociales en América Latina*. Buenos Aires: Clacso.
- Fajardo, A. (2017). Diversidad, Discapacidad e Inclusión Social: Discursos desde un Ecosistema Sociocultural en Perspectiva de Psicología Social Comunitaria. *Integración Académica en Psicología*, 5(13), 28-97.
- Flórez, L., Ramírez, C., & Ramírez, S. (2016). Las TIC como Herramientas de Inclusión Social. *3C TIC*, 5(1), 54- 67.
- MinEducación. (09 de 2019). <http://sedboyaca.gov.co/>. Obtenido de <http://sedboyaca.gov.co/wp-content/uploads/2018/02/instrucciones-PIAR.pdf>
- MinSalud. (2017). Normograma de Discapacidad para la República de Colombia. Colombia: MinSalud.
- Moscoso, M. (2010). La motivación al trabajo de las personas con discapacidad; un estudio de caso de sus necesidades y principales fuentes de satisfacción laboral. Quito: Tesis Doctoral.
- Organización Internacional del Trabajo - OIT. (2011). Discapacidad en el lugar de trabajo: Organizaciones de empleadores y redes empresariales. Montevideo: OIT.
- Rodríguez, M., & Arroyo, M. (2014). Las TIC al servicio de la inclusión educativa. *Digital Education Review*(25), 108-126.
- Zondek, A. (2015). Manual para una Inclusión Laboral Efectiva de Personas con Discapacidad. Santiago de Chile: Servicio Nacional de Capacitación y Empleo.

Características de la administración en empresas químicas de Medellín con tendencia a la organización 4.0

Characteristics of the administration of chemical companies in Medellin with a tendency towards the organization 4.0

Juan Santiago Calle Piedrahita¹

Gloria María Isaza Zapata²

Ana Isabel Isaza Zapata³

Byron Enrique Portilla Rosero⁴

1 Doctor en Ingeniería
Universidad Católica Luis Amigó.
<https://orcid.org/0000-0001-6320-5204>
juan.callepi@amigo.edu.co

2 Candidata a doctora en Educación
Universidad Pontificia Bolivariana
<http://orcid.org/0000-0002-7699-8714>
gloria.misaza@gmail.com

3 Doctora en Psicología.
Universidad Católica Luis Amigó
anais@une.net.co

4 Magister en Ingeniería de Sistemas
Universidad Nacional de Colombia
byronpor@gmail.com

Resumen

Las empresas de químicos tienen un enfoque hacia las ventas y no hacia el mercadeo lo cual ha sido motivo que dificulta para incorporarse en una organización 4.0 (Li, 2018). El objetivo del artículo es identificar las características de las empresas de químicos para lograr adaptarse a las organizaciones 4.0 desde una visión del mercadeo. Las organizaciones 4.0 son un modelo de negocio donde participan los comportamientos de los clientes digitales, lo cual fuerza a una modificación de la gestión administrativa tradicional del mercadeo. La metodología es cuantitativa, se desarrolla mediante un cuestionario con 19 preguntas cerradas y dos abiertas realizada durante los años 2017- 2018, donde participaron 16 directivos de empresas químicas en Medellín. Analizadas con el programa de prospectiva MICMAC. Los principales hallazgos se orientan a la certificación, logística y gestión de las relaciones del consumidos (CMR). Es decir, las organizaciones 4.0 desde la química tienen un compromiso de relacionar lo interno con lo externo. Las empresas de químicos deben buscar la gestión de la innovación, la administración de los datos que se convierta en información en tiempo real; es decir, incorporar conocimiento táctico y explícito desde una movilidad interna y externa de la organización con una visión inter-operatividad. En conclusión, las empresas químicas para empezar una organización 4.0 hacia el 2030, ligadas al desarrollo sostenible deben comprender a sus clientes como si fuesen parte interna de la compañía, además de establecer acciones de transformación ancladas en la actualización. Las implicaciones a futuro de las empresas químicas es relacionar la tecnología y la innovación con una propuesta ambiental.

Palabras Clave:

gestión; organización; tecnología; comercio; innovación científica.

Abstract

Chemical companies have a focus on sales and not marketing, which has been a reason that makes it difficult to join a 4.0 organization (Li, 2018). The objective of the article is to identify the characteristics of chemical companies in order to adapt to organizations 4.0 from a marketing perspective. Organizations 4.0 are a business model where the behaviors of digital customers participate, which forces a traditional management modification of the traditional marketing administration. The methodology is quantitative; it is developed through a questionnaire with 19 closed and 2 open questions made during the years 2017-2018, where 16 managers of chemical companies in Medellín participated. Analyzed with the MICMAC prospective program. The main findings are oriented to the certification, logistics and consumer management relationships (CMR). That is, 4.0 organizations from chemistry have a commitment to relate the internal to the external. Chemical companies must seek innovation management, data management that becomes information in real time; that is to say, to incorporate tactical and explicit knowledge from an internal and external mobility of the organization with an inter-operability vision. In conclusion, chemical companies to start a 4.0 organization by 2030, linked to sustainable development must understand their customers as if they were an internal part of the company, in addition to establishing transformation actions anchored in the update. The future implications of chemical companies is to relate technology and innovation with an environmental proposal.

Keywords:

management; organization; technology; commerce; scientific innovation

Desarrollo de la Ponencia

Las empresas de químicos en Medellín, en su mayoría, centran su interés en la orientación a las ventas, pocas hacia el mercadeo y hacia una organización 2.0. Esto configura un elemento complejo, cuando se analizan las compras, la comercialización por otros medios; los cuales, actualmente se basan en técnicas de asesoramiento personal y de despacho "*face to face*". Esto conlleva a preguntar ¿cuáles son las características de mercadeo y ventas que deben de tener las empresas de químicos en Medellín enfocadas a las organizaciones 4.0 para el año 2030?

Para dar respuesta a la pregunta, las realidades de las empresas a futuro deben enfocarse en el medio conversar con el humano por medio de la tecnología (Brettel, Friederichsen, Keller, & Rosenberg, 2014), para impactar el servicio veinticuatro horas - siete días a la semana. Todo esto, para tener información en tiempo real (Han, Lee y Choi, 2013) y coherente con lo que quiere el cliente y el comercializador (Mayer y Nusswald, 2001). Este servicio permite llegar a más personas, propiciar asesoría más amplia como también el ofertar servicios mayores. Además, posibilita que el cliente esté satisfecho con los productos químicos por su relación ambiental favorable.

Esto igualmente genera desde la visión empresarial retos como el disponer de personal cualificado, invertir en productos, servicios, entre otros. Así como el tener mayor personal que preste asesoría. Una asesoría que puede ser por la interacción del internet y la administración del Big Data (Ardito, Petruzzelli, Panniello y Garavelli, 2019).

Asimismo, se propone tener una seguridad empresarial en los dispositivos para interactuar de forma segura con el cliente (Ferrare, 2019). En consecuencia, las empresas de químicos deben asegurar que la información de los clientes no esté disponible en forma abierta. A su vez, Wang et al., (2019), describen que se deben efectuar revisiones de los sistemas para garantizar la seguridad de los datos de los clientes, como es el caso de tener al día el CRM y el contacto continuo con el cliente. Pero hoy, se puede controlar mejor la gestión al vincular la tecnología en relación al control de seguridad al asimilar innovación que sea

amigable con el medio ambiente (Vaidya, Ambad, & Bhosle, 2018). También, el asegurar un empaque que promueva el posicionamiento de marca y de la calidad del producto en relación con el medio ambiente (Roblek, Meško y Krapež, 2016) apunta a las empresas de químicos a lograr un posicionamiento como ventaja competitiva.

Las empresas químicas en Medellín, cuando se reconocen como una organización 4.0 o que al menos están transitando hacia ello, deben atender transformaciones históricas tanto para el sector como de tipo de formación, de quienes las crearon como también de una sociedad que todavía media entre la tradición. Las principales características de la administración de empresa químicas se deben orientar a atender las demandas que puede generar los procesos de certificación, logística y gestión de las relaciones del consumidos (CMR), con el fin de mejorar su interacción con el cliente y fortalecer el desarrollo sostenible.

Referencias

- Ardito, L., Petruzzelli, A. M., Panniello, U., & Garavelli, A. C. (2019). Towards Industry 4.0: Mapping digital technologies for supply chain management-marketing integration. *Business Process Management Journal*, 25(2), 323-346.
- Brettel, M., Friederichsen, N., Keller, M., & Rosenberg, M. (2014). How virtualization, decentralization and network building change the manufacturing landscape: An Industry 4.0 Perspective. *International Journal of Mechanical, Industrial Science and Engineering*, 8(1), 37-44.
- Ferrare, J. J. (2019). A Multi-Institutional Analysis of Instructional Beliefs and Practices in Gateway Courses to the Sciences. *CBE—Life Sciences Education*, 18(2), ar26.
- Han, K. H., Lee, G., & Choi, S. H. (2013). Manufacturing cycle time reduction for batch production in a shared worker environment. *International Journal of Production Research*, 51(1), 1-8.

Li, L. (2018). China's manufacturing locus in 2025: With a comparison of "Made-in-China 2025" and "Industry 4.0". *Technological Forecasting and Social Change*, 135, 66-74.

Mayer, M., & Nusswald, M. (2001). Improving manufacturing costs and lead times with quality-oriented operating curves. *Journal of Materials Processing Technology*, 119(1-3), 83-89.

Roblek, V., Meško, M., & Krapež, A. (2016). A complex view of industry 4.0. *Sage Open*, 6(2), 2158244016653987.

Vaidya, S., Ambad, P., & Bhosle, S. (2018). Industry 4.0—a glimpse. *Procedia Manufacturing*, 20, 233–238.

Wang, B., Wu, L., Li, D., Liu, Y., Guo, J., Li, C., Fu, M. (2019). Induction of Pluripotency by Alternative Factors.

PI011: Tendencias de gestión en las empresas privadas del municipio de Florencia: análisis de importancia y aplicabilidad

Management trends in private companies of the municipality of Florence: importance and applicability analysis

Parcival Peña Torres¹

Adrián David Vargas Ramírez²

Julián Andrés Rodríguez Ortiz³

1 Docente de la Universidad de la Amazonia, Candidato a Doctor en Gerencia y Política Educativa de la Universidad de Baja California, Magister en Administración de la Universidad de la Salle, Especialista en Finanzas de la Universidad del Valle, Especialista en Dirección y Supervisión de Centros de la Universidad de la Sabana y Profesional en Administración y Supervisión Educativa de la Universidad de la Sabana. Email: pa.pena@udla.edu.co

2 Candidato a Especialista en Gerencia de la Seguridad y Salud en el Trabajo de la Escuela Colombiana de Carreras Industriales ECCI y Administrador de Empresas de la Universidad de la Amazonia. Email: adrianvargas_15@hotmail.com

3 Administrador de Empresas de la Universidad de la Amazonia. Email: julian_rodriguez95@hotmail.com

Resumen

el estudio del ser humano en las organizaciones cada vez se torna más imperativo debido a los cambios constantes que se han desarrollado, los cuales han acarreado diversas tendencias que se acomodan a las exigencias del empresario y del empleado para el cumplimiento de objetivos, en este sentido, la presente es el resultado de una investigación con el objetivo de validar la importancia y aplicabilidad de las tendencias actuales en la gestión del talento humano en las empresas privadas del municipio de Florencia. Dicho estudio se realizó a través de un enfoque cuantitativo, bajo una investigación de tipo descriptivo con corte transversal, se realizó un análisis bibliográfico y dos encuestas semi-estructuradas en escala de Likert. Los datos recolectados fueron ingresados en el software estadístico SPSS Statistics para un análisis univariado y bivariado. En conclusión, se evidencia que la administración de las personas debe focalizar su accionar en los pilares de Administración del Talento Humano, Desarrollo del Talento Humano, Relaciones Laborales y Calidad de Vida Laboral, teniendo en cuenta que en la actualidad afronta grandes retos a raíz de los cambios generacionales, y la evolución de las teorías administrativas y económicas que permiten al empleado y empleador exigir condiciones que le garantice desarrollar a cabalidad sus actividades con una estrecha relación con la vida personal. Es así, que se torna imperativo modificar tres aspectos: primero la conducta, actitud y aptitud del empleado y el empleador, segundo el diseño organizacional centrado en las personas y no en funciones y tercero la importancia del conocimiento en la sociedad pos capitalista.

Palabras Claves

Gestión humana; administración; tendencia; importancia; aplicabilidad.

Abstract

The study of the human being in organizations is becoming increasingly imperative due to the constant changes that have developed, which have led to various trends that adapt to the demands of the employer and the employee for the fulfillment of objectives, in this sense, this is the result of an investigation with the aim of validating the importance and applicability of current trends in the management of human talent in private companies in the municipality of Florence. This study was carried out through a quantitative approach, under a descriptive investigation with a cross-section, a bibliographic analysis and two semi-structured surveys of Likert scale were carried out. The data collected were entered into the statistical software SPSS Statistics for a univariate and bivariate analysis. In conclusion, it is evident that the administration of people should focus their actions on the pillars of Human Talent Administration, Human Talent Development, Labor Relations and Quality of Work Life, taking into account that at present it faces great challenges as a result of the generational changes, and the evolution of the administrative and economic theories that allow the employee and employer to demand conditions that guarantee him to fully develop his activities with a close relationship with personal life. Thus, it becomes imperative to modify three aspects: first the behavior, attitude and aptitude of the employee and the employer, second the organizational design centered on people and not on functions and third the importance of knowledge in post-capitalist society.

Keywords

Human management; administration; trend; importance; applicability.

Introducción

Actualmente la responsabilidad de desarrollar el talento humano recae en actores claves como la empresa, el jefe y el colaborador (Ulrich y Brockbank 1998). En este sentido es necesario comprender el paradigma al que se enfrenta la organización y tener en cuenta que para desarrollar el talento humano de cada organización se debe amalgamar los requerimientos del negocio y el plan de desarrollo de los colaboradores.

En este sentido, la gestión del talento humano es definida como los procesos y actividades estratégicas de guía, apoyo y soporte a la dirección de la organización, compuesta por un conjunto de política, planes, programas y actividades con el objeto de obtener, formar, desarrollar y motivar el personal el personal requerido para potencializar la organización (García, 2009), así mismo, Blass (2007) afirma que la gestión del talento humano tiene como mayor responsabilidad el atraer, identificar, desarrollar y participar en la retención y despliegue de personal de la organización.

Paralelo a esto, se observa que la teoría ha desarrollado modelos de gestión humana que permiten planear y desarrollar de forma completa el talento humano de la organización, Moreno, López y Marín (2015) indican que el aumento de la gestión del conocimiento y la creciente globalización está convirtiendo los mercados laborales más exigente y competitivos, y aconsejan que las organizaciones deben realizar considerables inversiones en los empleados para ser competitivos.

En este sentido, Davel y Vergara (2001) indican que los modelos gerenciales de gestión de humana contribuyen con estrategias para actuar y coordinar las actividades y procesos que los empleados ejecutan en la organización. Los modelos se diseñan a partir de relaciones sociales que se evidencian dentro y fuera de la organización. Fisher (2002) afirma que la finalidad de los modelos es la diferenciación de las organizaciones en el mercado otorgando una experticia en sus procesos y procedimientos.

Continuando con el análisis de los modelos gerenciales se encuentra que la firma consultora PriceWaterhouseCoopers (2008) desarrolla tres modelos de gestión humana que definirá el rumbo de las organizaciones; en el define estrés tipos de empresas, la azul que se enfoca en el personal y rendimiento, la verde en las personas y en la sociedad y la naranja en un modelo operativo.

Por otra parte, en concordancia con los modelos de gestión humana se evidencia que estos modelos no llegan solo están acompañados de tendencias que contribuyen a estructurar su funcionamiento, en este sentido, se evidencia que Daft (2005) tenía razón cuando indica que las organizaciones deben ser diseñadas como sistemas abiertos, que permiten la incidencia de factores externos en los procesos de las organizaciones, en este aspecto Naissbit y Arburdene (1996) y Saldarriaga (2013) indican que una tendencia es una directriz o direccionamiento colectivo que no vienen solos sino que van a la par de los grandes cambios y llegan a un punto en que este se convierte en un eje central de los desarrollos colectivos, sociales y económicos.

Dichas tendencias van enmarcadas en modificar y contribuir a la dirección del desarrollo del talento humano en las organizaciones bajo esquemas que permiten establecer criterios para marcar el desarrollo de las organizaciones y su accionar en el atraer, retener y mantener al personal idóneo en la organización.

En síntesis, la presente investigación, es un estudio descriptivo de corte transversal con enfoque cuantitativo, se construyó a partir de un análisis bibliográfico y conceptual y se validó a través de encuestas semi-estructuradas para la evaluación de la importancia y aplicabilidad de las tendencias en las empresas privadas del municipio de Florencia.

Resultados

Dimensión de Diseño Organizacional

Para la dimensión de Diseño Organizacional se observa que las organizaciones, en general consideran importante las ocho (8) tendencias de esta dimensión, dado que el promedio de calificaciones se encuentra en un mínimo de 3,18 y un máximo de 3,545; en este sentido las tendencias con mayor importancia son: (1.6) Procesos ágiles y orientado al cliente, (1.2) Diseño estratégico centrado en las personas, (1.1) Modelo de visión compartida para la generación de vínculos laborales y mejoramiento de los resultados.



Ilustración 1. Nivel de Importancia y Aplicabilidad de las Tendencias en la Dimensión de Diseño Organizacional

Fuente: Autores

Dimensión de Liderazgo

Las tendencias de la dimensión de Liderazgo obtuvieron un rango de calificaciones de un mínimo de 3,213 y un máximo de 3,606 en importancia; en este sentido, se encuentra que para este apartado las organizaciones consideraran con mayor importancia las siguientes tendencias: (2.1) líderes de procesos, (2.4) liderazgo digital, (2.6) liderazgo en todos los niveles de la organización y (2.7) la inteligencia emocional en los procesos administrativos.



Ilustración 2. Nivel de Importancia y Aplicabilidad de las Tendencias en la Dimensión de Liderazgo

Fuente: Autores

Conclusiones

A partir del análisis realizado a las diez dimensiones y a la priorización considerada por los encuestados en la que concluyeron que solo seis dimensiones son las que se deben de proyectar y ejecutar en el desarrollo de la gestión humana en las empresas privadas del municipio de Florencia, se logra identificar las tendencias que marcaran el talento humano en las organizaciones en los próximos años. Si se implementa el modelo descrito con anterioridad se observa que las dimensiones priorizadas dan respuesta a los cuatro pilares de la gestión del talento humano pretendiendo así aportar la agenda estratégica de las empresas en el manejo del personal en la nueva sociedad del conocimiento.

la administración de las personas en la actualidad afronta grandes retos a raíz de los cambios generacionales, y la evolución de las teorías administrativas y económicas que permiten al empleado y empleador exigir condiciones que le garantice desarrollar a cabalidad sus actividades con una estrecha relación con la vida personal. Es así, que se torna imperativo modificar tres aspectos: primero la conducta, actitud y aptitud del empleado y el empleador, segundo el diseño organizacional centrado en las personas y no en funciones y tercero la importancia del conocimiento en la sociedad pos capitalista

Referencias bibliográficas

Alles, M. (2008). Dirección estratégica de recursos humanos: gestión por competencias (segunda edición ed.). Buenos Aires, Argentina: Editorial Granica.

Arias G, F (1984). Administración de recursos humanos. Mexico D.F., México : Editorial Trillas S.A. de C.V.

Armstrong, M. (1990). Gerencia de recursos humanos: integrando el personal y la empresa. Bogotá, Colombia: Legis Editores S.A.

Becker, B., Huselid, M., Pickus, P., y Spatt, M. (1998). Los RH como fuente de valor para los accionistas: investigación y recomendaciones. En O. Ulrich, M. R. Losey y G. Lake. el futuro de la dirección de recursos humanos (pp. 246-259) . revista gestión 2000.

Blass, E. (2007). Talent management. maximising talent for business performance. London: ashridge consulting limited.

Calderón H, G., Naranjo V, J., y Alvarez G, C. (2007). La gestión en Colombia: características y tendencias de la práctica y de la investigación. Revista estudio gerenciales, 23(103), 39-64.

Castilla S, A. (2014). Optimización del talento en las organizaciones: una mirada desde la realidad de la dirección de RRHH. Athenea Digital revista de pensamiento e investigación social, 14(2), 285-291.

Chiavenato, I. (2004). Gestión del talento humano. Mexico D.F: McGraw Hill.

Da Silva, M. (2006). Nuevas perspectivas de la calidad de vida laboral y sus relaciones con la eficacia organizacional. (tesis doctoral), Universidad de Barcelona, España.

Daft, R. (2005). Teoría y diseño organizacional. Mexico: Thomson.

Davel, E y Vergara, S (2001). Gestión de personas y subjetividades. Sao Paulo: Atlas

- Deloitte University Press (2017). Tendencias globales en capital humano 2017: reescribiendo las reglas para la era digital. recuperado de: <https://www2.deloitte.com/hn/es/pages/human-capital/articles/introduction-human-capital-trends-2017.html>
- Dessler, G. (2013). Human resource management. New Jersey, Estados Unidos de América: Prentice Hall.
- Fischer, A (2002). Un rescate histórico y conceptual de las personas en modelos de gestión: FLEURY, M.T. (org) personas de la organización, Sao Paulo: Editorial Gente
- Garcia, M. S. (2009). Los macro-procesos: un nuevo enfoque en el estudio de la gestión humana,. Revista pensamiento y gestión (27), 200-209.
- Gutierrez A, J. (2011). La gestión del talento humano y la generación de valor en la empresa. Revista cuaderno de investigación EPG, 15, 1-20.
- Hall, R. H. (1983). Organizaciones: estructura procesos y resultados. Madrid , España: Prentice-Hall Hispanoamerica.
- Hernandez G, A., y Gomez G, R. (2015). Proceso de gestión de recursos humanos en un ámbito universitario. Revista ingeniería industrial, 36(2), 188-199.
- Huertas R, P, Pedraja R, I, Contreras E, S. y Almadóvar M, P. (2017). Calidad de vida laboral y su influencia sobre los resultados empresariales. Revista de ciencia sociales, 17(4), 658-676.
- Milkovich, G., y Boudreau, J. (1994). direccion y administracion de recursos humanos (sexta ed.). Mexico D.F, Mexico: McGraw-Hill.
- Mojica, F. (2005). La construcción del futuro, concepto y modelo de prospectiva estratégica, territorial y tecnológica. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia .

- Mondy, R., y Noe, R. (2005). Administración de recursos humanos. (m. sánchez carrión, & m. c. rosario de los santos, trads.) México D.F., México: Prentice Hall INC.
- Moreno M, L; López T, V y Marín V, M (2015). Comportamiento de la tasa de rotación laboral en la industria maquiladora en Mexicali, baja california, 2009-2013. Revista global de negocios. 3(4). 11-26.
- Muñoz, J. (2003). Las tendencias de la administración: algunas reflexiones preliminares. Revista academica e institucional de la U.C.P.R, (66), 112-132
- Naisbitt, J., y Aburdene, P. (1996). Megatendencias 2000: diez nuevos rumbos para los años 90. New York, Estados Unidos: William Morrow and Company INC.
- Pardo E, C. y Porras J, J. (2011). La gestion del talento humano ante el desafío de organizaciones competitivas. Revista gestion social, 4(2), 167-183.
- Peña T, P (2007). Evolución y proyección de la gerencia estratégica de talento humano: de defensora del status quo a agente de cambio. Seminario planeación estratégica aplicada a la gerencia del talento humano. Universidad de la Amazonia.
- PriceWaterHouseCoopers. (2008). La gestión de personas en 2020. Obtenido de http://www.um.es/empleorunae2008/pdf/presentacion/PWC._Gestion_de_personas_2020.pdf
- Saldariagas R, J. (2013). Responsabilidad social y gestión del conocimiento como estrategias de gestión humana. Revista estudios gerenciales, 29(126), 110-117.
- Segurado T, A y Agullo T, E (2002). Calidad de vida laboral: hacia un enfoque integrador desde la psicología social. Revista Psicothema, 14(4), 828-836.
- Ulrich, D., y Brockbank, W. (1998). Global HR competencias: mastering competitive value from the outside. Londres, Inglaterra: McGraw-Hill.

Vaca E, M. (2015). Estrategias de retención de asesores/as de crédito en organizaciones de finanzas populares. La experiencia de la red financiera rural en Ecuador (tesis de maestría) Universidad de Belgrano, Buenos Aires, Argentina.

Werther, J, y Davis, K. (2000). Administración de personal y recursos humanos. (j. mejía gómez, g. sánchez bedolla, & m. c. huerta sobrino, trads.) México D.F, México: McGraw Hill Companies.



Asociatividad y redes socio institucionales en el sector lácteo de la provincia de Ubaté (Cundinamarca)

Associativity and socio-institutional networks in the dairy sector of the province of Ubaté (Cundinamarca-Colombia)

Carlos Arturo Grosso Rincón¹

¹ Administrador Público, Magister en Planeación Socio económica. Docente investigador de la Universidad Piloto de Colombia – Grupo DHEOS. Bogotá, Colombia. Correos electrónicos: carlos-grosso@unipiloto.edu.co – cargrossor@hotmail.com. El documento está enmarcado dentro algunos procesos investigativos adelantados sobre temas de Asociatividad, Redes Interinstitucionales y Responsabilidad Social en el ámbito denominado Bogotá - Ciudad Región”, adelantada conjuntamente por los Grupos de Investigación DHEOS y GIRSA.

Resumen

Esta ponencia le apunta a proponer espacios de reflexión sobre el tema de la Asociatividad y las denominadas por algunos autores, Redes Socio institucionales, teniendo como referente una experiencia de trabajo que se ha visibilizado mediante procesos de investigación asociados al sector lácteo y llevados a cabo por la Universidad Piloto de Colombia junto con los grupos de investigación GIRSA y DHEOS en la Provincia de Ubaté (Cundinamarca), ubicada al norte de Bogotá D.C. En la propuesta se describe la situación del sector lácteo en la Provincia, destacando las principales problemáticas por las que atraviesan los pequeños productores y el papel de los principales actores del territorio, relacionados con la materia: Estatales, grandes y medianos procesadores, pequeños comerciantes, entidades académicas. De otra parte, se exponen los diferentes lineamientos conceptuales asociados con los temas asociatividad, redes, competitividad, cadenas productivas, y su relación con otros conceptos tales como: territorio, y capital social. En la sección final se presentan los procesos de intervención investigativa adelantados por la Universidad en la Provincia, la metodología propuesta y los avances alcanzados en el presente año, con la participación activa de los diferentes actores, docentes y estudiantes. Así mismo, se destaca la importancia de articular esfuerzos de diferente naturaleza, en dos sentidos: Por un lado, mediante el fortalecimiento de procesos asociativos por parte de los agentes económicos del mercado, tales como los grandes, medianos y pequeños productores y por otro, mediante el entramado y las relaciones que se generan entre estos y los demás actores que hacen presencia en el territorio, en la búsqueda de consensos en pro del desarrollo del mismo. Durante su análisis, el texto se complementa con mapas, cuadros, gráficos y estadísticas, que ilustran algunas temáticas de interés relacionadas con el sector.

Palabras Claves

Asociatividad; Redes Socio institucionales; Competitividad; Capital Social; Sector Lácteo.

This paper is a proposal to provide some spaces of reflection on the theme of Associativity and those denominated by some authors like Institutional Social Networks. Having as reference a work experience that has been made visible through research processes associated with the dairy sector and carried out by the Universidad Piloto de Colombia together with the GIRSA and DHEOS research groups in the Province of Ubaté (Cundinamarca), located at north of Bogotá D.C. The proposal describes the situation of the dairy sector in the Province, highlighting the main problems faced by small producers and the role of the main actors in the territory linked to the subject: State, large and medium processors, small merchants, and academic entities. On the other hand, the different conceptual guidelines associated with the associativity, networks, competitiveness, productive chains, and their relationship with other concepts such as territory and social capital are exposed. In the final section, we present the research intervention processes advanced by the Universidad Piloto in the Ubaté province, the proposed methodology and the advances achieved in this year are presented with the active participation of the different actors, teachers and students. Likewise, the importance of articulating efforts of a different nature is highlighted, in two ways: On the one hand, by strengthening associative processes by the economic agents of the market, such as large, medium and small producers, and on the other, through the framework and the relationships that are generated between these and the other actors that make a presence in the territory, in the search for consensus in favor of its development. During its analysis the text is complemented by maps, charts, graphs and statistics, which illustrate some topics of interest related to the sector.

Keywords

Associativity; Socio-institutional Networks; Competitiveness; Social Capital; Dairy Sector

Desarrollo de la ponencia

La Provincia de Ubaté (Cundinamarca) es reconocida porque su economía gira en torno a la producción lechera y abastece del producto y sus derivados a varias regiones del Departamento y del país. La temática se aborda especialmente, desde la perspectiva de la asociatividad y las denominadas redes socio institucionales y a partir de la manera como los diferentes agentes aquí analizados, desarrollan incipientes acciones conjuntas, en un esfuerzo por fortalecer sus procesos productivos y competitivos frente al mercado y las dificultades por las que atraviesan especialmente los pequeños productores.

La Provincia está conformada por 10 municipios (ver mapa): Ubaté, Tausa, Sutatausa, Carmen de Carupa, Lenguazaque, Fúquene, Simijaca, Susa, Guachetá y Cucunubá. Para la presente investigación, el estudio se centra en 4 municipios: Ubaté, Tausa, Sutatausa y Carmen de Carupa.

Según las estadísticas agropecuarias del año 2017, de la Gobernación de Cundinamarca Vol.16, (2017), para el año 2016, la Provincia con mayor participación en número de vacas para orden fue **Ubaté**, con 53.541 bovinos, con un porcentaje del 15,26%; seguida de la Provincia de Sabana Centro con 44.159 con el 12,59%; del total del inventario departamental que fue de 350.774 ejemplares. Estas cifras se complementan con la producción de leche en el Departamento, que para el año de 2016 fue de 3.818.577 litros diarios. La Provincia de Ubaté fue la que reportó mayor producción de leche con 747.759 litros por día (19.58%) del total del Departamento. (p.61)

En la Provincia de Ubaté confluyen una serie de factores, que, si bien hacen del sector lácteo un bastión de la economía de la región, existen varias complejidades que dificultan las condiciones de los principales proveedores de leche, en razón a que en su gran mayoría son pequeños productores. En una investigación realizada por la Universidad Piloto y el Grupo de investigación GIRSA (2015), sobre el tema de asociatividad del sector lácteo en Colombia, entre los años 2013 y 2015, en el aparte de la Provincia de Ubaté, se deduce que “Los productores son en su mayoría minifundistas (entre 2 o 3 hectáreas) y propietarios de 2 o 3 vacas en sus hatos, produciendo de una forma

rudimentaria y manteniendo de manera arraigada el compadrazgo como garante de cualquier intento asociativo y de negociación. Por otro lado, los grandes productores son pocos en cantidad, cuentan con un gran número de cabezas de ganado, 100 o más reses, con sistemas de producción relativamente eficientes y con mayor inversión tecnológica, lo cual acentúa la brecha que existe en el sector". (p. 93).

Ante la situación planteada, buena parte de los pequeños productores se han organizado en asociaciones, las cuales han intentado mejorar sus condiciones, obteniendo en la práctica algunos resultados positivos, pero no suficientes. Las problemáticas que enfrentan estas organizaciones señalan dificultades frente a temas de productividad, asociatividad, rezago tecnológico, afectación de la política pública, firmas de TLC, bajos niveles competitividad frente a fenómenos como la globalización, entre otros.

En relación con la problemática planteada, el gran interrogante a resolver con la esta propuesta es el siguiente: ¿Cuál es la situación de las organizaciones asociativas del sector lácteo en la Provincia de Ubaté, en torno a las relaciones interorganizacionales y las *redes* de conexión que se gestan entre los diferentes agentes existentes en la zona y en otros contextos, y desde esta perspectiva en su capacidad para posicionarse desde el plano de la gobernanza territorial?

Sobre el marco conceptual, se trabajaron los siguientes conceptos, los cuales fueron abordados desde la perspectiva de varios expertos e investigadores: Territorio, asociatividad, redes Socio institucionales, capital social, valor compartido, capital social.

La investigación se aborda desde una perspectiva con enfoque territorial, por ser un asunto que empezó a proponerse dentro de los lineamientos de la Dirección de Investigaciones de la Universidad. Es descriptiva y analítica.

Como uno de los resultados de la investigación, está la identificación de los diferentes actores objeto de la misma. Dentro de estos se destacan en primera instancia a los pequeños productores asociados, en quienes recae el proceso

investigativo. Por otra parte, están los grandes procesadores de leche, que compran la materia prima y con un gran poder en el mercado. También se encuentran procesadores de mediano tamaño, que operan en el territorio.

La institucionalidad Estatal también hace presencia desde el orden nacional, regional y local; con amplia trascendencia en la política pública del sector. Finalmente está la academia, como otro actor protagónico del contexto, que tiene sus propios intereses desde el ámbito investigativo, académico y de apoyo al sector.

A partir de lo expuesto, se entienden las dificultades por las que atraviesan especialmente los pequeños productos del sector lácteo de la Provincia de Ubaté. De otra parte, se plantea el tema de la asociatividad y del acceso a redes de diferente naturaleza, como elementos que, en la práctica, según algunas experiencias aplicadas en sectores específicos especialmente en países europeos; podrían contribuir al mejoramiento de las condiciones de los pequeños productores del sector lácteo en la Provincia objeto de estudio.

Las redes se convierten en una forma de expresión viva de los territorios, que afianzan la territorialidad y promueven el bienestar y la confianza entre los diferentes actores que lo conforman.

De la experiencia vivida en estos años, mediante el proceso investigativo, uno de los grandes retos consiste en generar la confianza suficiente, especialmente entre los pequeños productores, para que se integren al proceso y se entienda que la dinámica debe trascender los temas del mercado y de lo económico, que, si bien resultan ser fundamentales, pueden no ser suficientes a la hora de alcanzar el logro de sus propósitos. Así mismo, se trata de generar procesos de empoderamiento, capacidad de influencia y valor compartido, teniendo en cuenta de que los pequeños productores son una gran mayoría en número y a su vez los más afectados de las problemáticas mencionadas. De los ejercicios realizados hasta el momento, se empieza a percibir un cambio de actitud, especialmente desde el actor que más interesa aquí, es decir, los pequeños productores.

Fuentes bibliográficas

Cortés, G., Bonilla, N., Rojas, F. y Barreto, Jo. (2015). Asociatividad. Estrategia para el desarrollo nacional. Propuesta de política para el sector lácteo en Colombia. Bogotá: Universidad Piloto de Colombia.

Gobernación de Cundinamarca. (2017). Estadísticas agropecuarias Vol. 26. Bogotá: Secretaría de Agricultura.

Estrategias para el fortalecimiento de la competitividad de las empresas del sector metalmecánico, autopartista y carrocerero de la provincia del Tundama- Duitama, Boyacá, a partir del enfoque sistémico en los niveles macro y mesoeconómico

Strategies for strengthening the competitiveness of companies in the metalworking, autopartist and bodybuilder sector of the province of Tundama-Duitama, Boyacá, based on the systemic approach at the macro and mesoeconomic levels

Olga Lilihet Matallana Kuan¹

Gloria Nancy Duitama Castro²

Martha Luz Yeni Suarez Salazar³

1 Economista, Especialista en recurso Humano , Master of Business Administration , Docente UNAD, Olga.matallana@unad.edu.co, <http://orcid.org/0000-0002-3563-1668>

2 Administrador Industrial, Especialista en recurso Humano , Master of Business Administration, Docente UNAD. Gloria.Duitama@unad.edu.co, <http://orcid.org/0000-0001-9433-2337>

3 Administrador Turístico y Hotelero, Humano , Maestría en Administración de las organizaciones, Docente UNAD. martha.suarez@unad.edu.co, <https://orcid.org/0000-0001-9276-358X>,

Resumen

Es importante para el desarrollo local fortalecer la competitividad, los empresarios requieren una visión de largo plazo que les permita estar preparados para el entorno cambiante y de incertidumbre de los mercados, de la competencia y de las variables macroeconómicas y mesoeconómicas, que día a día los afectan. Incrementar los niveles de competitividad requiere el compromiso del estado como agente dinamizador de la política pública, de actores como las universidades y los organismos de apoyo empresarial para garantizar la cooperación de los implicados.

Teniendo en cuenta dicho contexto, se requiere establecer estrategias para el fortalecimiento de la competitividad de las empresas del sector Metalmecánico, Autopartista y Carrocero de la provincia del Tundama- Duitama, Boyacá, a partir del enfoque sistémico en los niveles Macro y mesoeconómico.

La metodología, implica revisar los elementos teóricos del modelo de competitividad sistémica, una adaptación de este modelo con modelos posteriores para fortalecer el estudio, el análisis del sector y la realización de trabajo de campo mediante entrevistas y encuestas para conocer los factores críticos que pueden incidir en la competitividad a la luz de lo que piensa el empresario.

El estudio, permitirá desarrollar herramientas de gestión estratégica que posibiliten a la empresa estar preparada para épocas complejas y de incertidumbre, además hace posible que puedan ver la realidad macroeconómica y mesoeconómica y entender como estas políticas pueden afectarlos o beneficiarlos y actuar en consecuencia.

Palabras claves

Mesoeconómica, macroeconómica, enfoque sistémico, competitividad, sector Metalmecánico, Autopartista y Carrocero,

Abstract

It is important for local development to strengthen competitiveness, entrepreneurs require a long-term vision that allows them to be prepared for the changing environment and uncertainty of markets, competition and macroeconomic and mesoeconomic variables, which day by day affect. Increasing levels of competitiveness requires the commitment of the state as a dynamic agent of public policy, of actors such as universities and business support organizations to guarantee the cooperation of those involved.

Taking into account this context, it is necessary to establish strategies for strengthening the competitiveness of companies in the Metalworking, Autopartist and Bodybuilder sector of the province of Tundama-Duitama, Boyacá, based on the systemic approach at the Macro and Meso-economic levels.

The methodology implies reviewing the theoretical elements of the systemic competitiveness model, an adaptation of this model with later models to strengthen the study, the analysis of the sector and the realization of field work through interviews and surveys to know the critical factors that can influence in competitiveness in the light of what the entrepreneur thinks.

The study will allow the development of strategic management tools that enable the company to be prepared for complex and uncertain times, and it also makes it possible for them to see the macroeconomic and mesoeconomic reality and understand how these policies can affect or benefit them and act according

Keywords

Mesoeconomic, macroeconomic, systemic approach, competitiveness, the Metalworking, Autopartist and Bodybuilder sector

Desarrollo de la Ponencia

El sector siderúrgico, metalmecánico y carroceros en el departamento de Boyacá, es reconocido como una actividad con potencial, estratégica y prioritaria para el desarrollo económico, ya que cuenta con la experiencia productiva instalada del sector de metalmecánica y en la construcción de carrocerías, existe demanda de mercado en estos campos y dispone del capital humano respaldado por la oferta institucional para la formación tecnológica y universitaria presente en la región. De otra parte, integra una amplia gama de sectores y subsectores económicos que se dedican a la elaboración de insumos provenientes del acero y hierro y a su transformación en bienes intermedios. (Botia, 2014)

El sector, presenta debilidades que reducen el nivel de competitividad de las empresas, como los altos costos fijos; los altos consumos de energía; la pérdida de mercado interno por las altas importaciones de los sectores manufactureros de construcción y agropecuarios. Existe la necesidad de generar inversiones en tecnología para aminorar los impactos ambientales de la industria, tanto en los procesos extractivos como en los de transformación. (Ruiz et al., 2014)

De acuerdo con Innpulsa (2018): “De las 274 organizaciones que integran la concentración empresarial en torno a la metalmecánica y las autopartes, el 83 % se encuentran ubicadas en la ciudad de Duitama (228) y a 10 minutos, es decir en Paipa, se encuentra el 7 % (19); lo que equivale al 90% de las empresas concentradas en esta área geográfica”. Los empresarios se centran en la gestión interna pero difícilmente tienen en consideración los factores coyunturales o estructurales que afectan al sector, De acuerdo a lo anteriormente expuesto nuestra pregunta de investigación gira en torno a ¿Cuáles son las estrategias que permiten fortalecer la competitividad de las empresas del sector Metalmecánico, Autopartista y Carroceros de la provincia del Tundama- Duitama, Boyacá, a partir del enfoque sistémico en los niveles Macro y mesoeconómico?

La competitividad es un concepto multidimensional ampliamente estudiado, abarca varios enfoques y disciplinas y es determinante en los escenarios

empresariales nacionales y regionales. La CEPAL (1996), propone un modelo que se constituye en un marco de referencia para los países desarrollados y en desarrollo, plantea la distinción entre cuatro niveles analíticos (meta, macro, meso y micro).

El nivel macro resalta la importancia de lograr mercados y crecimiento económico. Las políticas presupuestaria, monetaria, fiscal, de competencia, cambiaria y comercial, estable estimulan el ahorro, y dinamizan las inversiones públicas y privadas. A nivel meso se estudian la política de infraestructura, educativa, tecnológica, de infraestructura industrial, ambiental, regional, de importación y de exportación como ejes importantes para la formación de estructuras que contribuyen al desarrollo de sector privado dinámico. Si el entorno no es eficaz no es posible lograr una competitividad duradera (Esser, K. et al., 1996)

Las variables macroeconómicas pueden ser inciertas en el mediano y largo plazo, los cambios pueden potencializar o ralentizar las posiciones competitivas de la región y las empresas, generando grandes cambios en los mercados. Para el BID (2003), El desarrollo de la productividad y competitividad requiere de un entorno macroeconómico sano y estabilidad del ambiente económico, lo cual incluye la sostenibilidad fiscal, financiera y externa de las economías (p.5)

Estudiar el nivel mesoeconómico supone mapear las relaciones con entidades de apoyo y la relación entre las empresas y el estado. La competitividad requiere un importante apoyo del estado y de La Academia para generar un ambiente productivo que desarrolle programas y políticas que favorezcan al empresario. Rubio y Baz (2015), indican que una empresa (...) puede ser exitosa si existen condiciones en el medio en que opera para acrecentar su competitividad, o puede fracasar cuando las condiciones del medio hacen imposible su éxito. (p. 5).

La industria metalmeccánica, autopartista y carrocería, es dinámica, está muy expuesta a la competencia, por eso requiere de mayor articulación productiva, de comercialización y de innovación en los procesos y productos; cuenta con varios aspectos a favor, como la capacidad técnica, la experiencia de los

empresarios, la diversidad de la oferta educativa de la región y la ubicación geográfica de estas empresas respecto a Bogotá.

Se requiere de mayor articulación entre el proceso productivo y las condiciones macroeconómicas, para poder visibilizar mayores oportunidades de crecimiento y sostenibilidad empresarial, el empresario que no tienen cuenta que entender las variables macroeconómicas pueden potencializar o disminuir las posiciones competitivas de la industria y la región.

A nivel meso económico, en la región, se destacan aspectos como la infraestructura, la oferta educativa y las políticas regionales que priorizan el sector como un eje de desarrollo del departamento sin embargo las políticas tributarias nacionales y locales, no generan incentivos para lograr una mayor inversión empresarial.

Referencias bibliográficas

Benzaquen, J., del Carpio, L., Zegarra, L. y Valdivia, C. (2010, Diciembre). Un Índice Regional de Competitividad para un país Revista de la Cepal. (102), p.69-86. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/11417>

BID (2003), Competitividad: documento de estrategia. file:///C:/Users/User/Downloads/Competitividad-Estrategia-sectorial-(2003).pdf

Botía, R. (2014). El Sector Metalmecánico: perfiles laborales y oportunidades de inclusión social en el corredor Duitama–Sogamoso de Boyacá. In Vestigium Ire, 6(1). Recuperado de <http://cdim.esap.edu.co/bancomedios/documentos%20pdf/perfiles%20ocupacionales%20sector%20metalmecanico.pdf>

Comisión del Gasto Público. (2017). *Informe de la Comisión del Gasto y la Inversión Pública*. Ministerio de Hacienda y Crédito Público (pp. 1–39). Recuperado de http://www.minhacienda.gov.co/HomeMinhacienda/ShowProperty?nodeId=%2FOCS%2FP_MHCP_WCC-096783%2F%2FidcPrimaryFile&revision=latestreleased

- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., y Meyer-Stamer, J. (1996, Agosto). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política, *Revista de la Cepal*. (59), p.39-51. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/12025/059039052_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1995). Competitividad sistémica. *Textos de Economía*, 6(1), 171-203. ESSER, Klaus, et al. Competitividad sistémica. *Textos de Economía*, 1995, vol. 6, no 1, p. 171-203. Esser, Klaus, et al. "Competitividad sistémica." *Textos de Economía* 6.1 (1995): 171-203. Recuperado de <https://periodicos.ufsc.br/index.php/economia/article/download/6235/5897>
- Hernández. y Sosa J.(2015). Análisis de competitividad como herramienta para la gerencia global en las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes). *Puente revista científica*,9(2),p.90-96. doi:10.18566. Recuperado de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/puente/article/view/7112>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD (2015), *Estudio prospectivo para el sector metalmecánico en Boyacá. Aplicación de la metodología cualitativa de prospectiva laboral*. Recuperado de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:OnmNuPcUD_8J:www.oitcinterfor.org/node/6823+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=co&client=firefox-b-d
- Ramírez, J. y de Aguas, J,(2017) Escalafón de la competitividad de los departamentos de Colombia Comisión Económica para América Latina y el Caribe recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43156/1/S1800010_es.pdf
- Rubio, L.,y Baz, V. (2015). El poder de la competitividad. Fondo de cultura económica. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2eAcDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=COMPETITIVIDAD&ots=D3wRE4FbRw&sig=lsVS6Vgui8H8Yi7oCRqZp8U5Tr8#v=onepage&q=COMPETITIVIDAD&f=false>

Ruiz, C., Henao, D., Lozano, M., Colorado, L., Mora, H., Velandia, J., Navarro, O., Montes, J., Ariza, N., Cancino, R., Salazar, M. (2016). Boyaca 2022, Plan Estratégico Departamental de Ciencia, Tecnología e Innovación de Boyacá. Recuperado de <https://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/pedcti-boyaca.pdf>

Saavedra, M. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento & Gestión*, (33), 93-124. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000200005

Segura, J. (2010). Niveles de competitividad sistémica de las pymes de la industria automotriz y autopartes de Puebla, México *INCEPTUM*, 8(25), 55-69. Recuperado de <https://www.inceptum.umich.mx/index.php/inceptum/article/viewFile/358/330>

World Bank Group and PwC (2018), *Paying Taxes 2018*, Recuperado de <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Special-Reports/2018-Paying-Taxes.pdf>

Percepción que tienen un grupo de líderes pertenecientes a las juntas de acción comunal del municipio de Sogamoso en el 2019, en relación del trabajo decente

Perception that they have a group of leaders belonging to the community action boards of the municipality of Sogamoso in 2019, in relation to decent work

José Miguel Ángel Beltrán Gómez¹

María Camila Quemba Tenjo²

Ruby Alejandra Orduz Caballero³

Tatiana Andrea Díaz Espinosa⁴

Luisa Fernanda Gutiérrez Rodríguez⁵

y Diana Carolina Alfonso Coronado⁶

1 Docente, Administrador de Empresas; Esp. En Administración, Control y finanzas públicas; Diplomaturas en: E-investigador, E-Mediador en AVA, Formación Inicial de Catequista, Docencia para la Educación superior a Distancia y Virtual – CIDEA; Docente UNAD. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5853-079> E-Mail: jose.beltran@unad.edu.co – ustederecho@gmail.com.

2 Estudiante de Administración de Empresas UNAD. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4862-9839> E-Mail: mcquemba@unadvirtual.edu.co quemba.camila09@gmail.com

3 Estudiante de Administración de Empresas UNAD. orduzalejandra3@gmail.com

4 Estudiante de Administración de Empresas UNAD. Tatiana.diazch2017@gmail.com

5 Estudiante de Administración de Empresas UNAD. Luisagutierrezr0330@gmail.com

6 Estudiante de Administración de Empresas UNAD. Dianitaalfonso4@gmail.com

Resumen

Este proyecto de investigación indaga a un grupo de líderes de las Juntas de Acción comunal de Sogamoso, la percepción que tienen sobre el trabajo decente y con ello, acercarnos a la formulación de una política pública en Sogamoso, que contribuya a dignificar el trabajo.

El proyecto busca comprender el concepto de trabajo decente, desde la percepción de la OIT y la de sencillos líderes comunales Sogamoseños, que además de estrechar relaciones de trabajo sustentado en la diaria economía familiar; dan su vida por el trabajo comunitario, en pro de superar las necesidades de las comunidades que lideran. Así mismo identifica la contribución que el trabajo decente aporta al desarrollo humano, protección del trabajo y políticas públicas encaminadas a promover calidad de vida.

La investigación nos permite alcanzar el objetivo del proyecto “Analizar la percepción que tienen un grupo de líderes pertenecientes a las Juntas de Acción Comunal –JAC- en Sogamoso, con respecto al trabajo decente”. De esta manera acercar el concepto a la realidad del líder comunal en el ejercicio de su gestión comunitaria y de trabajador dependiente o independiente.

Respecto de los resultados se espera que los objetivos alcanzados contribuyan, a una mayor conceptualización y apropiación del trabajo decente, y con ello, la actitud proactiva del líder comunal al interior de su organización y política pública, para afianzar el trabajo decente como derecho y deber.

Palabras clave

Trabajo; Trabajo decente; Percepción; actividad sensomotriz; acción comunitaria; Junta de Acción Comunal.

Abstract

This research project investigates a group of leaders of the Community Action Boards of Sogamoso, the perception they have about decent work and with it, approaching the formulation of a public policy in Sogamoso, which contributes to dignify the work.

The project seeks to understand the concept of decent work, from the perception of the ILO and that of simple community leaders Sogamoseños, which in addition to strengthening working relationships based on the daily family economy; they give their lives for community work, in order to overcome the needs of the communities they lead. It also identifies the contribution that decent work brings to human development, labor protection and public policies aimed at promoting quality of life.

The research allows us to achieve the objective of the project "Analyze the perception of a group of leaders belonging to the Community Action Boards - JAC - in Sogamoso, with respect to decent work". In this way, bringing the concept closer to the reality of the community leader in the exercise of his community management and of dependent or independent worker.

Regarding the results, the objectives achieved are expected to contribute, to a greater conceptualization and appropriation of decent work, and with that, the proactive attitude of the community leader within his organization and public policy, to strengthen decent work as a right and duty.

Keywords

Work; Decent work; Perception; sensomotor activity; community action; Community Action Board.

Desarrollo de la ponencia

El trabajo decente es un concepto que evoluciona desde la percepción que los gobiernos, empleadores y trabajadores, en representación de 187 países integrantes de la Organización Internacional del trabajo OIT, promulgaron en 1999, a partir de las memorias sobre el “Trabajo decente” de Juan Somavia, primer director general de la OIT (fundada en 1919).

La fuente fundamental de exploración del concepto de trabajo decente, de su aplicación en las organizaciones y naciones que hacen parte de ella, es precisamente la OIT, que merece un acápite breve, como contribución al desarrollo de este proyecto de investigación.

La OIT (Organización Internacional del Trabajo) es un organismo especializado de las Naciones Unidas, que se ocupa de los asuntos relativos al trabajo y las relaciones laborales; promueve un trabajo decente para los hombres y mujeres de todo el mundo, hay que conjugar la política laboral y de empleo con sistemas de protección social que garanticen la igualdad a todos los trabajadores, incluidos los más indefensos. La idea de trabajo decente es válida tanto para los trabajadores de la economía regular como para los trabajadores asalariados de la economía informal, los trabajadores autónomos (independientes) y los que trabajan a domicilio.

El trabajo decente como concepto es poco conocido e implementado en la gestión de las entidades del Estado encargadas de garantizar el trabajo digno. En el Departamento de Boyacá como en el municipio de Sogamoso y en especial en los líderes de las Juntas de Acción comunal de Sogamoso, hay desconocimiento sobre el trabajo decente. En este sentido se pretende responder a la pregunta ¿Cuál es la percepción del trabajo decente de un grupo de líderes pertenecientes a las juntas de acción comunal JAC en el municipio de Sogamoso en el 2019?

El objetivo general se centra en analizar la percepción que tienen un grupo de líderes pertenecientes a las Juntas de Acción Comunal del municipio de Sogamoso en el 2019, con respecto al trabajo decente. Específicamente pro-

pone, Caracterizar las percepciones en relación al trabajo decente que tiene el grupo de líderes de las JAC; Contrastar los conceptos teóricos de trabajo decente frente a las percepciones de los líderes de las JAC y proponer lineamientos que orientan la construcción de una política pública para trabajo decente en Sogamoso.

Metodología

El proyecto de investigación, se aborda desde un enfoque mixto tomando las bondades que ofrece el enfoque cuantitativo y cualitativo. Los instrumentos son la revisión documental, fuentes primarias, como encuestas y entrevistas semiestructurada aplicada al grupo de 20 líderes, presidentes de las Juntas de Acción Comunal del municipio de Sogamoso.

Fases metodológicas:

Fase 1. Recolección y exploración documental de información relacionada.

Fase 2. Recopilación, análisis y caracterización de las percepciones obtenidas de los presidentes comunales

Fase 3. Valoración de las percepciones de presidentes de las JAC y confrontación con los conceptos teóricos, y proponer lineamientos para una política pública.

El trabajo desde el principio fue una necesidad, para el desarrollo social y de convivencia del hombre, que a su vez se constituyó con el tiempo en derecho, cuando éste dejó de ser una fuente natural de vida, para convertirse en sometimiento de comunidades; pero que también fue ganando reconocimiento legal, para su propia defensa y garantía. El tesoro de la OIT define el trabajo como el "Conjunto de actividades humanas, remuneradas o no, que producen bienes o servicios en una economía, o que satisfacen las necesidades de una comunidad o proveen los medios de sustento necesarios para los individuos". (OIT, 2019). Así al ganar espacio jurídico generó oportunidad teórica y en es-

pecial las Naciones Unidas, desde la OIT, le dieron connotación como trabajo decente, para que los estados lo promuevan y defiendan.

Virgilio Levaggi, Director Regional Adjunto de la Oficina Regional de la OIT para América Latina y el Caribe, basado en el concepto que Somavía acuñó como base de un amplio concepto al interior de la OIT, afirma:

Trabajo decente es un concepto que busca expresar lo que debería ser, en el mundo globalizado, un buen trabajo o un empleo digno. El trabajo que dignifica y permite el desarrollo de las propias capacidades no es cualquier trabajo; no es decente el trabajo que se realiza sin respeto a los principios y derechos laborales fundamentales, ni el que no permite un ingreso justo y proporcional al esfuerzo realizado, sin discriminación de género o de cualquier otro tipo, ni el que se lleva a cabo sin protección social, ni aquel que excluye el diálogo social y el tripartismo.

Jurídicamente se reconoce en la Declaración Universal DDHH, en su Art 23, (1948). Colombia asumió el compromiso de garantizar y proteger los derechos laborales, como la de adoptar el concepto de “trabajo decente” estatuidos en la Constitución Política de Colombia, en su Preámbulo, y en los Artículos, 1, 25, 26, 53. (CPC 1991); en leyes, como la de Salud mental, Ley 1616 (2013). Y para el caso de Boyacá se promulgó la Política Pública Trabajo decente Boyacá, mediante la Ordenanza 035, (2017).

El “trabajo decente” se apropia en el ejercicio del trabajo mismo, así lo percibe el presidente de la Junta de Acción Comunal Chicamocha, además por su condición de profesional en el derecho laboral, “se refiere al reconocimiento de los derechos laborales y estén en condiciones seguras para prestar los servicios, en los lugares o sitios de trabajo, además en Colombia por el desempleo, el trabajo informal se incrementa y no es un trabajo digno o decente” (González, 2009).

Resultados esperados

- Comprensión de la percepción que tienen las JAC en cuanto al trabajo decente.
- Contribuir en la formulación de una Política Pública en el municipio de Sogamoso.
- Explorar el concepto en campos como: La Migración; aplicación de Normas Internacionales; Trabajo independiente; trabajo digno; prostitución; Teorías Administrativas y gestión empresarial
- Generar nuevo conocimiento e incentivar el Espíritu investigativo.

Referencias

Ghai, D. (2003). Trabajo decente. Concepto e indicadores. Revista internacional del trabajo, 122(2), 125-160. Recuperado de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Trabajo+decente%2C+concepto+e+indicadores&btnG=

González, J. C. (30 de 07 de 2009). Percepción trabajo decente. Recuperado de entrevista, al presidente JAC Chicamocha, (C. Quemba, Entrevistador)

Levaggi, V. (09 de 08 de 2004). ¿Qué es el trabajo decente?. Organización Internacional del Trabajo. Recuperado de https://www.ilo.org/americas/sala-de-prensa/WCMS_LIM_653_SP/lang--es/index.htm

OIT. (10 de agosto de 2019). Tesauro. Biblioteca de la OIT. Recuperado de <http://ilo.multites.net/defaultes.asp>

Samovía, J. (9 de octubre de 2014). El trabajo decente una lucha por la dignidad humana. Organización Internacional del Trabajo. Recuperado de <https://bit.ly/2JHBNPf>

Procuraduría General de la Nación. (2019) Trabajo digno y decente en Colombia
Seguimiento y control preventivo a las políticas públicas. Recuperado de <https://bit.ly/2xv8ffo>

Naciones Unidas. (10 de diciembre de 1948). La declaración universal de derechos humanos. Recuperado de <https://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>

Presidencia de la Republica de Colombia. (20 de julio de 1991). Constitución política de Colombia. Recuperado de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/Constitucion-Politica-Colombia-1991.pdf>

Ministerio de salud y protección social. (21 de enero de 2013). Ley de salud mental. Recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/ley-1616-del-21-de-enero-2013.pdf>



La enseñanza virtual, una herramienta para potenciar el emprendimiento sostenible en las regiones

Virtual education as a tool to enhance sustainable entrepreneurship in the regions.

Karla Nathalia Triana Ortiz¹

William Javier Cáceres Gómez²

1 Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD. Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería. Co-Investigador del grupo de investigación SigCienty. Líder Semillero de Investigación Innovecti. Especialista en Gerencia Estratégica de Negocios. Profesional en Negocios Internacionales. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1923-5187>. Email: karla.triana@unad.edu.co

2 Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD. Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería. Co-Investigador del grupo de investigación SigCienty. Investigador Semillero de Investigación Innovecti. Diseñador Industrial. Especialista en Diseño y Desarrollo de Producto. Magister en Diseño, Gestión y Dirección de Proyectos. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8477-8642>. Email: william.caceres@unad.edu.co

Resumen

El emprendimiento como eje fundamental de la política pública vigente, busca potencializar el talento de las profesiones para propender por el crecimiento económico, enmarcados en el contexto de la economía naranja (programa bandera del presente gobierno nacional), se convierte en una oportunidad para formar competencias desde el currículo y la vida académica.

En este contexto surge la inquietud de un grupo de docentes de la cadena industrial, para realizar un estudio exploratorio con el objetivo de crear una estrategia de emprendimiento alineada con la misión institucional y su particular característica de la formación a distancia, y que reúna las mejores prácticas de emprendimiento, no solo del interior de la Universidad- a partir de las experiencias exitosas en otros programas consolidados- sino de experiencias nacionales e internacionales. Para el logro de este propósito se acude a una metodología cualitativa que contempla la revisión documental y un sondeo preliminar cualitativo de las experiencias de los líderes de los programas de emprendimiento de las carreras de las escuelas ECBTI (Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería) y ECACEN (Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios).

El primer estudio exploratorio, del cual se deriva este documento, muestra casos exitosos que logran articular el desarrollo sostenible de las regiones, con la promoción de un espíritu emprendedor, a partir de la articulación del currículo dentro de los programas de la Cadena Industrial de la ECBTI, y el desarrollo de talleres de formación, que promueven la generación de espacios de interacción para favorecer la en función de estos objetivos.

Palabras clave

Negocio; creatividad; creatividad industrial; innovación pedagógica; pedagogía.

Abstract

Entrepreneurship as a fundamental axis of current public policy, seeks to potentiate the talent and the exercise of professions to tend for economic growth, framed in the context of the orange economy (flag program of this national government), becomes an opportunity to form competences from the curriculum and academic life, which promotes the generation of innovative and creative business models, in the Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.

In this context, the concern of a group of teachers of the Industrial Chain to carry out an exploratory study with the objective of creating an entrepreneurial strategy aligned with the institutional mission and its particular characteristic of distance training, and that bring together the best entrepreneurship practices, not only from within the University - from successful experiences in other consolidated programs - but from national and international experiences. For the achievement of this purpose, a qualitative methodology is contemplated that includes the documentary review and a qualitative preliminary survey of the experiences of the leaders of the entrepreneurship programs of the careers of the schools ECBTI (Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería) y ECACEN (Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios).

The first exploratory study, from which this document is derived, shows successful cases that manage to articulate the sustainable development of the regions, with the promotion of an entrepreneurial spirit, from the articulation of the curriculum within the programs of the Industrial Chain of the ECBTI, and the development of training workshops, which promote the generation of interaction spaces to favor discussion and collaborative work based on these objectives.

Keywords

Business; creativity; industrial design; teaching method innovations; pedagogy.

Desarrollo de la Ponencia

Metodología

La investigación es de tipo exploratorio mediante el método cualitativo orientado primero a la revisión documental, que permite un acercamiento a los conceptos generales que enmarcan el emprendimiento universitario, acudiendo a diferentes bases de datos y fuentes gubernamentales de información, utilizando palabras clave como: emprendimiento, innovación, creatividad y economía naranja, identificando la relevancia de los términos en el contexto pedagógico. Posteriormente como una segunda fase para el argumento de la discusión, se realiza la descripción general de dos casos identificados en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

- **El caso del programa de pregrado en diseño industrial**

la UNAD construye en consistencia con sus principios misionales de proyección social, desarrollo regional y proyección comunitaria el primer programa profesional de Diseño Industrial del país en modalidad virtual, el cual se crea con el principal interés de ayudar a mejorar la calidad de vida en las regiones desde el análisis de los principales motores de la economía en las regiones y las futuras oportunidades de desempeño de egresado, desde esta perspectiva se han definido tres objetivos principales, fortalecer sectores productivos que son intensivos en la generación de empleo, realizar transferencia de conocimientos para la agregación de valor y dotar de herramientas a sus egresados para que estén en capacidad de auto gestionar su trabajo en las regiones con sistemas productivos incipientes. Se destaca que diseño del currículo del programa se ha centrado inicialmente en dos líneas de profundización: Diseño del Producto Alimenticio (Design Food) y Diseño para la manufactura (Design for manufacturing).

- **El caso Taller de Emprendimiento Zona ZCBC UNAD Periodo 2019 16-01**

Como parte de las actividades de un proyecto de investigación interdisciplinar desarrollado por docentes y estudiantes de las escuelas ECBTI y ECACEN, con el objetivo de realizar una propuesta metodológica para el fomento de la innovación y creación de empresas por parte de la comunidad universitaria

en la UNAD Zona Centro Bogotá Cundinamarca, se desarrolló un Taller de Emprendimiento que constó de ocho sesiones de trabajo que involucraban diferentes actividades como conferencias, talleres y dinámicas, mediante las cuales los participantes llevaron a cabo un proceso evolutivo que les permitió iniciar por la identificación de problemas, a partir del desarrollo del Mapa de Empatía y el Arquetipo de Cliente; continuar con la apropiación de conceptos y/o herramientas como: Modelo de Negocios “Canvas”, Propuesta de Valor, Prototipado, Producto Mínimo Viable (PMV), Marketing Digital y Elevator Pitch; así como una visión general de metodologías como: Design Thinking, Running Lean, Lean Canvas, Jobs to be done; concluyendo con la Evaluación del proyecto que involucra la estructura financiera y el análisis de indicadores respecto al mercado de interés.

Resultados

Los resultados de esta fase exploratoria han permitido identificar de forma preliminar algunas características de las buenas prácticas de emprendimiento a partir de los programas e iniciativas de la Cadena Industrial, articulados con otras escuelas y áreas de la universidad, según las siguientes reflexiones: se pudo identificar que en las últimas décadas el Gobierno y el Congreso de Colombia han demostrado un importante interés por el desarrollo de iniciativas para el fomento del emprendimiento, incluyendo la articulación de la educación formal, como pilar para el impulso de la economía. De igual manera, es posible evidenciar diferentes estrategias desarrolladas por la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD para fomentar el espíritu emprendedor y las competencias para la generación de nuevos modelos de negocio creativos e innovadores en la comunidad unadista, incluyendo estudiantes, docentes y miembros de la comunidad en general, propendiendo por el desarrollo regional, sin embargo uno de los hallazgos evidenciados en este estudio es la baja representatividad de la disciplina del diseño en la construcción de políticas orientadas a la innovación y el emprendimiento, así como, el reto que representa la interdisciplinariedad en el desarrollo investigativo y de formación.

Conclusiones

Las instituciones educativas dentro de sus funciones sustantivas tienen una responsabilidad directa con la formación para el desarrollo regional, mas aún aquellas instituciones que cuentan con la modalidad virtual y a distancia que les permite llegar a los territorios mas remotos del país, formando profesionales que sean ejes de transformación de las dinámicas económicas de sus comunidades, a partir de la potencialización de sus talentos y el uso eficiente de los recursos. En relación con lo anterior, el fortalecimiento de currículos como el de Diseño Industrial, que nacen del análisis de las necesidades actuales y reales del entorno, facilitan a los egresados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD, ser agentes de cambio y desarrollo sostenible en sus territorios.

Bibliografía

- ANDI. (2018). *Colombia: Balance 2018 y Perspectivas 2019*. Obtenido de http://www.andi.com.co/Uploads/ANDI%20-%20Balance%20y%20Perspectivas_636882495815285345.pdf
- Colombia Productiva. (sf). *Sectores priorizados de Colombia Productiva*. Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores>
- Congreso de Colombia. (23 de mayo de 2017). Ley Naranja [Ley 1834 de 2017]. DO: 50.242.
- Congreso de la Republica. (3 de agosto de 1994). *Ley 157 de 1994*. Bogotá D.C., Colombia: Diario oficial.
- Congreso de la República de Colombia. (26 de enero de 2006). Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento [Ley 115 de 1994]. DO: 46164.
- Departamento Nacional de Planeacion. (s.f.). *Plan Nacional de Desarrollo 2018 - 2022*. Obtenido de DNP.GOV.CO: <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Paginas/Plan-Nacional-de-Desarrollo.aspx>

DNP. (2018). *Plan Nacional de Desarrollo*. Obtenido de <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Paginas/Plan-Nacional-de-Desarrollo.aspx>

Fisher, R., & Williams, M. (2004). *Unlocking Creativity: Teaching Across the Curriculum*. Routledge.

Giraldo, S. A. (2000). La Diversidad Etnica y Cultural de Colombia: Un Desafío para la Educación. *Pedagogía y Saberes*(15).

Gobierno de la Republica de Mexico. (2017). *Novena Bienal Nacional de Diseño*. Obtenido de <http://di-integra.org.mx/wp-content/uploads/2017/04/bases9bienalnacionaldedisen%CC%83o.pdf>

Hattab, H. W. (2014). Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in Egypt. *The Journal of Entrepreneurship*, págs. 23(1) 1–18.

M.Z, N., Al Mamun, A., Wahab, S., & Yaacob, A. (05 de 2016). Defining the Concept of Innovation and Firm Innovativeness: A Critical Analysis from Resorce-Based View Perspective. *International Journal of Business and Management*, 11(6):87-94.

NASAD. (17 de Diciembre de 2018). *HANDBOOK 2018-19*. Obtenido de <https://nasad.arts-accredit.org/wp-content/uploads/sites/3/2018/12/AD-2018-19-Handbook-07-12-2019.pdf>

OCDE. (2015). *Colombia: políticas prioritarias para un desarrollo inclusivo*. Obtenido de <https://doi.org/10.1787/9789264233409-es>

Pahuja, A. (2015). Introduction to Entrepreneurship. En *Entrepreneurship: Learning and Implementation*. New Delhi: CEGR.

Inteligencia de negocio en el direccionamiento estratégico en una empresa micro del sector de construcción de obras civiles

Business intelligence in strategic direction in a micro company in the civil works construction sector.

Angela Maria Mizger Betin¹

Mariano Esteban Romero Torres²

1 Administradora de Empresas –Universidad Remington, Especialista en Formulación y Evaluación de Proyectos – Universidad de Medellín, Magister en Administración MBA – Universidad de Medellín. ORCID:0000-0003-0664-2832. email. Angela.mizger@unad.edu.co

2 Ingeniero de Sistemas – Fundación Universitaria San Martín, Especialista en Seguridad Informática – Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, Magister en Direccionamiento Estratégico en Tecnología de la Información – Universidad Internacional Iberoamericana de Puerto Rico, Doctorado en Proyectos – Universidad Internacional Iberoamericana de México. ORCID: 0000-0001-8211-5132. email. Mariano.romero@unad.edu.co

Resumen

Este artículo relacionado con la planeación estratégica busca identificar una estrategia aplicada al sector de construcciones de obras civiles mediante la utilización de herramientas de diagnóstico organizacional, con el fin de promover el aprovechamiento de factores de éxito y el aumento de la competitividad en la región a través de la inteligencia de negocio. Para esto se realizó una investigación exploratoria descriptiva de carácter bibliográfico a través de una revisión documental de la empresa CONSTRUCIVIL y bases de datos científicas. Se estableció que esta empresa necesita mayor claridad en su proceso de planeación estratégica, lo que significa una oportunidad para la implementación de la matriz FODA como herramienta que permite un análisis de la realidad e identifica los diferentes puntos que deben mejorarse. Los resultados de la investigación al mostrar que no cuenta con un sistema de planeación estratégica claro, se dificulta la medición de los resultados y así se limita el fortalecimiento de dicha empresa. Lo que se busca es prestar un mejor servicio en su contexto y la vez llevar a la empresa a ser altamente competitiva en el sector constructor, a partir de la utilización del modelo propuesto por Kast And Rosenzweig.

Palabras Clave

Matriz FODA; Construcciones Civiles; Organización; Plan de Negocio; Proceso.

Abstract

This article related to strategic planning, seeks to identify a strategy applied to the civil works construction sector through the use of organizational diagnostic tools, in order to promote the use of success factors and increase competitiveness in the region. For this, a descriptive exploratory investigation of bibliographic character was carried out through a documentary review of the company CONSTRUCIVIL and scientific databases. This company is required to need more clarity in its strategic planning process, which means an opportunity for the implementation of the SWOT matrix as a tool that allows

an analysis of reality and identifies the different points that should be improved. The results of the investigation by showing that it does not have a clear strategic planning system, the measurement of the results is difficult and thus the strengthening of said company is limited. What is sought is to provide a better service in its context and at the same time to carry out the company as highly competitive in the construction sector, based on the use of the model proposed by Kast and Rosenzweig.

Keywords

SWOT matrix; civil constructions; organization; business plan; Process.

Desarrollo de la Ponencia

A partir de lo expresado por Kast y Rosenzweig (1990), toda organización antes de seguir un modelo que lo lleve a esta mejora primero debe verificarse todos sus componentes con el modelo organizacional.

La viabilidad de las empresas está determinada por la habilidad que tengan para evaluar y reaccionar a sus resultados inmediatos, vistos en el contexto de objetivos estratégicos de mediano y largo plazo (Jaime Amorcho, 2009)

Frente a este punto, la empresa CONSTRUCIVIL al no tener una planeación estratégica clara no puede evaluar y reaccionar frente a la realidad de los resultados que esté teniendo lo que le dificulta la medición de los resultados y así limita el fortalecimiento de dicha empresa y a plantearse nuevas metas con mayores aspiraciones.

El análisis situacional se constituye en una herramienta útil para el cambio de entorno y por medio de ello potenciar las capacidades del negocio, explotando fortalezas y oportunidades, para mermar debilidades y amenazas. (RAMIREZ, 2012)

Como se evidencia en el aspecto situacional, se hace necesario que la empresa CONSTRUCIVIL tenga en cuenta la realidad del mercado al que se está dirigiendo y de igual forma, debe tener un análisis de su competencia en el mercado lo que lo llevará a un mejor posicionamiento.

Partiendo de esta realidad, se evidencia que la empresa CONSTRUCIVIL necesita un análisis y planeación estratégica que permita prestar un mejor servicio en su contexto y la vez se convierta en una empresa de alta competencia en el sector constructor. Teniendo en cuenta los autores anteriormente mencionados se pudo identificar a la matriz FODA es la herramienta que contiene todos estos elementos ya que esta:

Al utilizar la matriz FODA en la planeación estratégica de una empresa micro porque permite a nivel situacional identificar la realidad propia de su entorno con relación a la necesidad del servicio que están prestando y de la competencia que la empresa tiene en el mercado, para así, potencializar las capacidades del negocio, explotando fortalezas y oportunidades y así mermar oportunidades y amenazas (Ramírez, 2012)

Al vincular dentro de la planeación estratégica de la empresa CONSTRUCIVIL un análisis situacional le permitirá a la misma tener una mayor ubicación sobre la realidad propia del contexto y a la vez tener claridad sobre los servicios que puede presentar de acuerdo con las características particulares de sus compradores.

Para aplicar la matriz FODA a partir de la propuesta presentada por Kast & Rosenzweig (1979) se tienen en cuenta 9 factores que influyen en toda organización como son: aspectos culturales, tecnológicos, educativos, políticos, legales, recursos naturales, demográficos, sociológicos y económicos; y estos aspectos no se tienen en cuenta en otras opciones de medición de los resultados de la empresa. A diferencia de otras estrategias, la matriz FODA permite analizar la realidad particular de la empresa y del contexto desde estos 9 factores y se puede ampliar la particularidad de la misma analizando

las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de cada uno de estos factores anteriormente mencionados.

La matriz FODA permite identificar el rendimiento de una empresa teniendo claro la misión y visión de la misma, resaltando que dentro de la planeación estratégica la elaboración de metas y objetivos son necesarios para poder medir el desempeño de la empresa según Ferrell, et al (2002). Al momento de replantear la misión, visión, objetivos y metas de la empresa CONSTRUCIVIL, partiendo del análisis situacional, se pudieron identificar los puntos en los que esta empresa desea intervenir, planteando metas claras, con el fin de precisar el alcance, lo que la llevará a un mejor seguimiento relacionado con los resultados establecidos desde el momento de su planeación.

La matriz FODA resulta altamente benéfica para todo tipo de empresa en materia de análisis, logros y fracasos de su funcionamiento. Dado eso sí, a los principios corporativos que requieren de análisis transparentes y efectivos, para su correcto funcionamiento. Al implementar esta matriz en la empresa CONSTRUCIVIL, habrá una mayor claridad en torno a la medición del alcance de los logros propuestos y en esta ocasión se podrá implementar nuevos logros de acuerdo con la realidad y a los resultados que están presentando permanentemente.

Con la implementación de la matriz FODA, se permite medir la calidad en los distintos servicios que la empresa CONSTRUCIVIL está prestando, y de esta forma compararlos con la competencia y también con el nivel de satisfacción al cliente. Al tener claro los servicios que la empresa CONSTRUCIVIL está ofreciendo se puede medir la calidad en la prestación de los mismos y de esta forma identificar aspectos a mejorar o aspectos que deben realizarse por la calidad y originalidad de esta empresa.

Se pudo concluir que existen diversas estrategias para mejorar el direccionamiento de una empresa, sin embargo, se pudo analizar que la herramienta FODA permite identificar aspectos que otras herramientas no pueden evaluar siendo importante resaltar que dicha propuesta debe desarrollarse conjunta-

mente con la participación del gerente general y el comité estratégico, haciendo evidente un compromiso responsable con la institución que propenderá con resultados mayormente efectivos a mediano y largo plazo.

Bibliografía

Ferrel, Hartline y Lucas, 2002, Estrategia de Marketing. P.4

Jaimes Amorocho, H. (2009). Planeación estratégica de largo plazo: una necesidad de corto plazo. *Pensamiento y Gestión*, N° 25, 191-213.

kast, Freemont E. Y Rosenzweig, James E. *Administración en las Organizaciones. Enfoque de Sistemas y Contingencias*- 4ª ed. (2ª. Ed. En español). México, Mc Graw Hill, 1990, pg. 16

RAMIREZ, L. D. (2012). "Diseño de un Sistema de Gestión Financiera para los Proyectos Inmobiliarios Promovidos por la Constructora Inmobiliaria Ing. Jorge o. Rosero & Asociados". 23.

El papel de los precios internos, externos y del tipo de cambio en la producción del sector cafetero colombiano en el periodo 2000 – 2016

*The role of internal, external prices and the exchange rate
in the production of the colombian coffee sector in the period
2000 - 2016*

Oscar Andres Benavides Parra¹

Roberto Adolfo Diaz Diaz²

José Alejandro Vera Calderón³

1 Administrador de empresas, Especialista en pedagogía para el desarrollo del aprendizaje autónomo y Maestrando en administración de organizaciones. Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD

<https://orcid.org/0000-0001-7947-8047>

oscara.benavides@unad.edu.co

2 Economista, Magister en economía. Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD

<https://orcid.org/0000-0003-2363-3188>

roberto.diaz@unad.edu.co

3 Administrador de empresas, Especialista en proyectos, Magister en administración. Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD

<https://orcid.org/0000-0003-0752-6446>

Jose.vera@unad.edu.co

Resumen

El presente artículo hace parte de un trabajo de investigación que abarca los subsectores agropecuarios en Colombia de: arrozero, cafetero, caña de azúcar, papero, cacao y bovino. Este artículo elabora un marco teórico sobre la formación de los precios y del tipo de cambio en relación con las decisiones de producción en el sector cafetero y; así como el estado del arte sobre la problemática del sector. Se elaboró un marco teórico sobre la formación de los precios y su relación con los mercados de productos agropecuarios y del papel de los tipos de cambio en la balanza comercial; así como el estado del arte sobre la problemática en el sector agropecuario con énfasis en los países latinoamericanos; seguidamente se realizó un análisis descriptivo y correlacional del comportamiento del sector cafetero de la economía colombiana en el periodo de análisis y por último se realiza la construcción de modelos econométricos con el fin de desarrollar los objetivos y contrastar las hipótesis.

La metodología empleada es la de modelos datos de panel, con la estimación por efectos fijos, aleatorios y dinámicos, con lo que se determinó que la producción cafetera es impactada ante las variaciones de las exportaciones y del tipo de cambio.

Palabras Clave

Sector cafetero, Datos de Panel, Efectos Fijos, Aleatorios y Dinámicos

Abstract

This article is part of a research project that covers the agricultural subsectors in Colombia of: rice, coffee, sugar cane, paper, cocoa and cattle. This article develops a theoretical framework on the formation of prices and the exchange rate in relation to production decisions in the coffee sector and; as well as the state of the art on the problem of the sector. A theoretical framework was developed on the formation of prices and their relationship with the markets for agricultural products and the role of exchange rates in the trade balance;

as well as the state of the art on the problem in the agricultural sector with emphasis on Latin American countries; a descriptive and correlational analysis of the behavior of the coffee sector of the Colombian economy in the analysis period was carried out and finally the construction of econometric models is carried out in order to develop the objectives and contrast the hypotheses.

The methodology used is that of panel data models, with the estimation by fixed, random and dynamic effects, with which it was determined that coffee production is impacted by changes in exports and the exchange rate.

Keywords

Coffee Sector, Panel Data, Fixed, Theory of price Random and Dynamic Effects

Los precios internacionales del café tienen una tendencia creciente en buena parte del periodo de análisis, lo cual se corresponde con la recuperación de los precios de los commodities en los mercados internacionales, y llegan a un máximo con un precio aproximado de 2,8 dólares la libra en el año de 2011, luego de este año el precio se desploma hasta llegar a los 1,5 dólares en promedio para el año de 2013 y presentando una leve recuperación en el año de 2014, para luego caer nuevamente a los promedio del año de 2013. Lo anterior evidencia que existe una menor demanda por commodities en los mercados internacionales debido a las menores tasas de crecimiento de las economías asiáticas, europeas y norteamericana. Además, esto contribuye al menor ritmo de crecimiento del producto interno agrícola y en general a la economía colombiana, que se ha visto afectada en el año 2016. En las siguientes dos figuras se muestra los principales países de destino de las exportaciones de café colombiano.

Al analizar el porcentaje de exportaciones de café colombiano a los principales destinos se evidencia que al principio del periodo de análisis y durante los primeros tres años la Unión Europea fue el destino principal de las exportaciones del grano; mientras que los Estados Unidos muestra una tendencia creciente en el porcentaje de exportaciones desde el año 2000 y para el año 2008 se

consolidación como el principal destino de las exportaciones Colombianas, quedándose la Unión Europea como el segundo destino en proporción al volumen de ventas de las exportaciones colombianas. El tercer destino es el mercado de Japón, el cual ha mantenido constantes las compras de café colombiano en términos porcentuales comparado con los demás destinos de las exportaciones de café. El cuarto destino es Canadá, dicho sea de paso, este mercado pierde participación en las exportaciones, debido al aumento de las exportaciones de café hacia el mercado de los Estados Unidos. Otro país importante en las exportaciones colombianas de café es el Reino Unido, el cual mantiene su participación porcentual en las exportaciones de café. En la siguiente figura se muestra el volumen de exportaciones de café por países de destino.

Modelo de efectos fijos en datos de panel

Se encuentra que la producción del sector cafetero responde a las variaciones del tipo de cambio y a las exportaciones y no responde la producción a las variaciones de los precios nacionales e internacionales; indicando que los productores no toman los precios como variable explicativa en la decisión de producción, por lo menos no se evidencia en el tiempo de análisis, y debe ser por la naturaleza de los bienes agropecuarios que se producen como lo es el café un cultivo permanente; una vez varían los precios los productores mantienen la producción según la capacidad instalada, pero las variaciones se dan seguramente en el largo plazo después de años de bajos o altos precios que índice en la decisiones de producción de disminuir o aumentar la producción. Por lo anterior y de manera preliminar se puede decir que el mercado internacional juega un papel importante y probablemente los procesos de internacionalización influyen de manera positiva en la producción de los diferentes productos de los subsectores agropecuarios analizados para Colombia. En la siguiente tabla se ven los resultados del modelo de efectos fijos incluyendo todas las variables independientes consideradas para el estudio.

Con la estimación del modelo dinámico por la metodología de Arellano-Bond permitió determinar que una variación del uno por ciento en la tasa de cambio nominal la producción sectorial varía en promedio en 0.21%, al igual que por cada punto porcentual de variación en la producción de un año anterior se espera para el siguiente año la producción varía en 0.55%, y que por cada punto porcentual de variación de las exportaciones variará la producción un 0.02%.

Conclusiones y recomendaciones

Se hace necesario mantener la producción de café en las zonas que desde las dos primeras décadas del siglo XX se establecieron como regiones productoras y de otros lados, como los productores del Huila, sur del Tolima y las nuevas zonas productoras del grano en el Departamento de Boyacá, debido al impacto que tiene en el ingreso, generación de empleo, sostenibilidad de millones de personas que actualmente depende de la producción del grano.

Se requiere volver al modelo de producción tradicional, para incidir en la reducción de costos de producción y en un menor impacto medio ambiental; logrando que el cultivo de café aporte al mejoramiento del medio ambiente; al utilizar abonos y pesticidas orgánicos. Por lo tanto, una de la propuesta de la presente ponencia es que se hace necesario cambiar el modelo de producción actual volviendo a las prácticas que se establecieron hasta mediados de la década de los 80's, basado en un modelo que demanda menores cantidades de fertilizantes y de siembra con árboles de sombra, como el guamo, que a la vez cumplan un papel fundamental en la nitrificación del suelo.

Con la propuesta de un modelo de producción basado en abonos orgánicos y en aporte natural de nitrificación, se reducen costos de producción, se busca que los caficultores obtengan mejores precios al vender café orgánico en el mercado mundial y nacional. Con lo que estaría sacrificando rendimiento bruto (Productividad en términos económicos) pero se gana eficiencia y lo más importante se estaría generando unos impactos significativos en el bienestar de las familias caficultoras y en el desarrollo sostenible de las regiones cafeteras

y de las cuencas circundantes donde se desarrolla la actividad agropecuaria y cultural del café.

Adicional al recuperar la actividad agropecuaria se estaría impactando en la sostenibilidad del cultivo y la sustentabilidad medio ambiental. Aportando así a la consolidación de la paz de bastas regiones agropecuarias, que históricamente ha sido el centro de pugnas y tensiones campesinas, con lo que se apunta aportar a la convivencia y la paz de las familias caficultoras. Máxime en la actual coyuntura de precios bajos en el mercado de New York, que está haciendo sumergiendo en la pobreza a familias campesinas, que pueden optar por sembrar cultivos ilícitos o cambiar de vocación los suelos, al incorporar ganado bovino en sus tierras, lo que aumentaría la generación de gases de invernadero y se tendría un aporte negativo en la sustentabilidad medio ambiental.

Bibliografía

- Abolagba, E. O., Eguavoen, O. I., Esekhide, T. U., & Abolagba, O. O.** (2012). DETERMINANTS OF AGRICULTURAL PRODUCTION. AGRICULTURAL SOCIETY OF NIGERIA, 1115.
- ALDANA, Y. M., RUIZ, J. S., & PÚBLICA, E. S. D. A** (2008). PENSAMIENTO ECONÓMICO. Con énfasis en Pensamiento Económico Público. Escuela Superior de Administración Pública.
- Arango, J.** (2003). La explicación teórica de las migraciones: luz y sombra. Migración y desarrollo, (1).
- Arellano, Manuel. Bond Stephen.** (1991). Some Test of Specification for Panel Data: Monte Carlo Evidence and an Application to Employment Equations. En: The Review of Studies. Oxford University Press. Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/2297968>

- Ayala García, J.** (2014). *Crecimiento económico y empleo en Ibagué*. BANCO DE LA REPÚBLICA-ECONOMÍA REGIONAL.
- Balcázar, A., Vargas, A., & Orozco, M. L.** (1998). Del proteccionismo a la apertura: ¿El camino a la modernización agropecuaria? (Vol. 1). Ilica.
- Balcázar, Álvaro** (1998). Transformaciones Agrícolas en la década de los noventa. DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL EN COLOMBIA. SIGLO XX en: Revista Centro de Estudios Ganaderos y Agrícolas CEGA.
- Banco de la República.** (2014). Banco Central de Colombia. Recuperado el 20 de 05 de 2014, de Banco de la República : <http://www.banrep.gov.co/es/indice-tasa-cambio-real>
- Bejarano, J. A.** (1998). *Economía de la agricultura*. Ilica.
- Bonilla, C., Hurtado Prieto, J., & Jaramillo Herrera, C.** (2009). La investigación: aproximaciones a la construcción del conocimiento científico (No. Sirsi) i9789586827485).
- Bonilla.** (2011). Apertura y reprimarización de la economía colombiana. Un paraíso de corto plazo. En: Revista Nueva Sociedad. No 231, enero-febrero de 2011, ISSN: 0251-3552.
- Cano, Carlos.** (2013). La agricultura colombiana de cara a los pactos bilaterales de comercio. En: *Revista de Ingeniería*. Universidad de los Andes. Bogotá D.C., Colombia. rev.ing. ISSN. 0121-4993. Enero - junio de 2013, pp. 63-70.
- Cantillon, R.** (1952). *Essai sur la nature du commerce en général*. INEd.
- Cárdenas, Mauricio. García, Camilo.** (2006). "El modelo gravitacional y el TLC entre Colombia y Estados Unidos. En: Revista Coyuntura Económica. FEDESARROLLO. 2006.

- Cerda, R., & Larraín, F.** (2005). Inversión privada e impuestos corporativos: evidencia para Chile. *Cuadernos de economía*, 42(126), 257-281.
- Cermeño, R.** (2001). Decrecimiento y convergencia de los estados mexicanos: Un análisis de panel. *El Trimestre Económico*, 603-629.
- Claramunt, A. M.** (2000). Importancia de la microeconomía en los Premios Nobel de Economía. Recuperado el, 14.
- Clark, JB** (1895). El origen de interés. *The Quarterly Journal of Economics* , 9 (3), 257-278.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe –CEPAL** (2018). Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe, 2018 (LC/PUB.2018/20-P), Santiago, 2018.
- Cruz Buelvas, L. E.** (2008). Fundamentos de Economía. Bogotá: Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN.
- Díaz, A., & Sáenz Castro, J. E.** (2002). Productividad Total Factorial y el Crecimiento Económico de México. *Revista Economía y Desarrollo*, 105-180. Obtenido de Fundación Universidad Autónoma de Colombia: <http://www.fuac.edu.co/revista/M/ocho.pdf>
- DNP** (2015). Misión para la transformación del campo. Diagnóstico Económico del Campo colombiano. DNP Departamento Nacional de planeación, Bogotá.
- Enders, W.** (1996), *Applied Econometric Time Series*. First Edition. John Wiley and Sons.
- Ernesto, S., & Zamagni, S.** (1997). Panorama de historia del pensamiento económico. *Editorial, Ariel SA, España*.

Garay, L.; Barberi, F y Cardona, I. (2006). Evaluación de la negociación agropecuaria en el TLC Colombia Estados Unidos. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural – Colombia.

Grupo de Análisis para el Desarrollo (2007). *“Investigación, políticas y desarrollo en el Perú.* – Lima: Grade, 2007. Capítulo: LIBERALIZACIÓN COMERCIAL, TRATADOS DE LIBRE COMERCIO Y POBREZA RURAL.

Hicks, J. R., John, H., & Hicks, J. (1989). A market theory of money. Oxford University Press on Demand.

Huerta, R. (2013). Una aproximación a la microeconomía no neoclásica de

Jenkins, R. O. (2011). El “ efecto China” en los precios de los productos básicos y en el valor de las exportaciones de América Latina. Revista Cepal.

Johnston, B. F., & Mellor, J. W. (1961). The role of agriculture in economic development. The American Economic Review, 51(4), 566-593.

Kalmanovitz, S., & López, E. (2007). Aspectos de la agricultura colombiana en el siglo XX. *Robinson, J and Urrutia, M. Economía Colombiana del Siglo XX. Un análisis cuantitativo. Bogotá: Fondo de Cultura Económica y Banco de la República, 704p.*

Kalmanovitz, Salomón y López, Enrique. (2005). Aspectos de la agricultura colombiana en el siglo XX. 2005

Kay, Cristobal. (2009). Estudios rurales en América Latina en el periodo de globalización neoliberal: ¿una nueva ruralidad?. En: Revista mexicana de Sociología. vol.71 no.4 México oct./dic. 2009.

Klimovsky, E. (1999). Modelos básicos de las teorías de los precios. *Problemas del Desarrollo, 145-173.*

- Labra, R., & Torrecillas, C.** (2014). Guía CERO para datos de panel. Un enfoque práctico. *UAM-Accenture Working Papers*, (2014/16), 1-57.
- Marx, K.** (1980). *Contribución a la crítica de la economía política. Siglo xxi.*
- Maya, Guillermo.** (1992). Apertura Económica y Agricultura en Colombia. En *Revista Ensayos de Economía*; Vol. 3, núm. 5. Universidad Nacional de Colombia. 1992.
- Mayorga, M., & Muñoz, E.** (2000). La técnica de datos de panel una guía para su uso e interpretación. *Banco Central de Costa Rica. Departamento de investigaciones económicas.*
- Mejía Jiménez, M. R.** (2005). Educación(es) en la(s) globalización(es) I. Bogotá: Ediciones desde abajo.
- Mundlak, Y., Larson, D. F., & Butzer, R.** (1997). The determinants of agricultural production: a cross-country analysis (No. 1827). World Bank Publications.
- Norton, R. D.** (2004). Política de desarrollo agrícola. Conceptos y principios.
- Ocampo, J. A.** (2014). Misión para la transformación del campo. Saldar la deuda histórica con el campo, DNP Departamento Nacional de planeación, Bogotá.
- Pérez, E.** (2001). Hacia una nueva visión de lo rural. Una nueva ruralidad en América Latina, 1, 17-29.
- Perfetti, J. J., Hernández, A., Leibovich, J., & Balcázar, Á.** (2013). Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia.
- Quispe. Juan Tonconi.** (2006). Efectos del Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos: Un enfoque de Equilibrio Parcial para el Sector Agrícola Maíz Colombiano. En: *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 2009

Ramírez Ospina, D. E., Daniel, T. P., & García Peláez, L. D. (2005). Caldas Frente al TLC.

Ramírez, Manuel y Martínez Héctor. (2005) Trasmisión de precios y efectos en producción y consumo. En: La Agricultura Colombiana Frente al Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos.

Ramos, J. (1989). El cuestionamiento de la estrategia del desarrollo y del papel del Estado a la luz de la crisis. Cuadernos de Economía, 299-310.

Rodríguez, Mónica. (2005). "Impactos diferenciados de la liberación comercial sobre la estructura productiva agropecuaria. CEPAL. Red de desarrollo agropecuario. División de Desarrollo Productivo y Empresarial. Santiago de Chile, noviembre del 2005.

Romero, José y Alicia Puyana (2004), "Evaluación integral de los impactos e instrumentación del capítulo agropecuario del TLCAN, elaborado a solicitud de la Secretaría de Economía de México para dar cumplimiento al punto respectivo del Acuerdo Nacional para el Campo.

Ronchi, L. 'Comercio Justo'y fallas en el Mercado de Productos Agrícolas Primarios.

Roodman, D. (2006). How to do xtabond2: An introduction to difference and system GMM in Stata. Center for Global Development working paper.

Rozenzweig, Andrés. (2005). El debate sobre el sector agropecuario mexicano en el tratado de libre comercio de América del Norte, serie de Estudios y Perspectivas. Núm. 30, sede subregional de la CEPAL en México.

Salcedo, S., & Guzmán, L. (2014). Agricultura familiar en América Latina y el Caribe: recomendaciones de política. Santiago: FAO.

Silva, G. D., Gomes, M. F. M., & Teixeira, E. C. (2018). Efecto derrame del crecimiento de China en América del Sur: un análisis basado en el comercio internacional. Revista CEPAL.

Torres-Reyna, O. (2007). Panel de análisis de datos de efectos fijos y aleatorios utilizando Stata (v. 4.2). *Datos y Servicios Estadísticos, Universidad de Princeton.*

Vázquez Sandoval, M., & Madrigal Preciado, R. J. (2007). Comercio Internacional. México, D.F.: Grupo Editorial Patria.

Zambón, H., & Giuliani, A. (2017). Introducción al pensamiento económico. EDUCO

Estrategias metodológicas para el fortalecimiento de microempresas sostenibles a través de la formación laboral a 20 mujeres del municipio de Sahagún Córdoba

Methodological strategies for strengthening sustainable microenterprises through job training for 20 women of the municipality of Sahagún Córdoba

Pedro Juan Gamero De La Espriella¹
Liliana Isabel Manchego Plaza²

1 ORCID. <https://orcid.org/0000-0002-6802-0660>
email. Pedro.gamero@unad.edu.co.

2 ORCID. <https://orcid.org/0000-0003-2889-7553>
email. lilianamanchegoplaza54@gmail.com

Resumen

El presente proyecto estrategias metodológicas para el fortalecimiento de microempresas sostenibles a través de la formación laboral a 20 mujeres del municipio de Sahagún Córdoba busca elevar la autoestima a esta población, al ser capaces de producir productos y realizar diversas actividades económicas, aumentando notablemente el impulso a actuar, seguir adelante y los motiva para proseguir los objetivos propuestos.

Además, se plantea un apoyo a la reducción de la pobreza con la generación de empleo e ingresos económicos mejorando la calidad de vida de las mujeres y sus familias mediante la puesta en marcha del proyecto a través de una formación laboral y transferencia de tecnología que conduzca a fortalecer la capacidad de autogestión de los grupos en un período de tiempo de 6 meses.

Palabras Clave

Generación de empleo; estrategias; mujer; metodologías; creación-microempresas.

Abstract

The present project methodological strategies for strengthening sustainable microenterprises through job training to 20 women from the municipality of Sahagún Córdoba seeks to raise self-esteem to this population, being able to produce products and perform various economic activities, significantly increasing the momentum to act, move on and motivate them to pursue the proposed objectives.

In addition, there is support for poverty reduction with the generation of employment and economic income by improving the quality of life of women

and their families through the implementation of the project through job training and technology transfer that leads to strengthen the self-management capacity of the groups in a period of 6 months.

Keywords

Generation of employment; strategies; women; methodologies; creation-microenterprises.

Desarrollo de la ponencia

La superación del poco ingreso económico de las mujeres a lo largo de la historia de la humanidad ha sido una constante lucha del género femenino que ha implicado diversos aspectos. Por lo que:

El emprendimiento femenino (Álvarez, Noguera y Urbano)

Según estudios (Álvarez, Noguera y Urbano 2012), para “el emprendimiento femenino existen diferentes factores condicionantes en el proceso de superación y la creación de sus empresas,” ya que los factores formales (formación, financiación y políticas de apoyo no económicas) tienen menor relevancia que los factores informales (rol familiar, redes sociales, percepción de competencias para emprender) y su rol dentro de la sociedad.

factores que dificultan la iniciativa de las mujeres para emprender

En lo que otros de los “**factores que dificultan la iniciativa de las mujeres para emprender** son las redes sociales, las ayudas a la financiación y los apoyos institucionales (Ruiz et al., 2012).” Pues la política y la economía influyen en la percepción que cada persona tiene de sí misma y de su contexto. Esto afecta de una manera importante a las mujeres, puesto que influye en su comportamiento. “Actualmente, se sabe que esta percepción se puede cambiar con in-

tervenciones específicas (Eagly y Carli 2003.” Que hacen posible que se puedan mejorar así la condición de vida de la mujer.

Metodología

Para la presente investigación la metodología propuesta es de tipo cualitativo como cuantitativo, haciendo referencias a la temática de interés y los instrumentos utilizados en la propuesta, fundamentada en documentos sobre la necesidad laboral de la mujer, y teorías de autores que han hecho estudios de cómo el género femenino busca generar empleo y superarse creando microempresas. En la que se aplicó un enfoque cualitativo que permite la descripción de las características de la población objeto de estudio y las estrategias desarrolladas del presente proyecto

La Población objeto de estudio son mujeres urbanas y rurales cabezas de familia del municipio de Sahagún Córdoba Colombia, en condición de pobreza, las cuales tienen un bajo nivel de ingreso económicos y poca valoración por la capacidad productiva, y mano de obra, en las alternativas lucrativas.

La muestra de estudio es de 20 mujeres urbanas y rurales cabezas de familia, de las cuales 10 pertenecen al sector urbano y 10 pertenecen al sector rural, las cuales voluntariamente aceptaron realizar el proceso de investigación de la presente propuesta.

Resultados

Con los resultados del presente proyecto de investigación se pudo dar respuesta a las problemáticas de estudio, logrando brindar estrategias que pertinentemente favorecer el rol de la mujer en el campo laboral.

Características de la población de estudio

Tabla 2. Distribución por edad

SECTOR	Edad				Total
	22-25	26-29	32-35	38-42	
Rural	3	1	2	4	10
Urbano	2	4	3	1	10
TOTAL					20

Fuente: Elaboración propia de investigación Liliana Manchego.

Discusión

Los resultados dejan en evidencia la constante lucha del género femenino que ha implicado diversos aspectos, sociales, culturales, económicos, sociales, culturales etc, lo cual es coherente con los planteamientos de (Álvarez, Noguera y Urbano 2012), quien describe que para “el emprendimiento femenino existen diferentes factores condicionantes en el proceso de superación y la creación de sus empresas,” ya que los factores formales (formación, financiación y políticas de apoyo no económicas) tienen menor relevancia que los factores informales (rol familiar, redes sociales, percepción de competencias para emprender) y su rol dentro de la sociedad. Donde sin lugar a dudas las más afectadas a la hora de emprender son las mujeres que de una u otra manera se sienten condicionadas por factores en sus contextos.

Conclusiones

Se puede concluir que en esta investigación se han estudiado los diferentes parámetros de la mujer, como lo son niveles de educación, estrato, condición en el hogar y renta económica. que le han llevado a necesidad de que se fomente

estrategias metodológicas para el fortalecimiento de microempresas sostenibles a través de la formación laboral a 20 mujeres del municipio de Sahagún Córdoba.

Referencias bibliográficas

Arbeláez, L. (2011). *Emprendimiento Social: Factores Críticos de éxito y fracaso para el mejoramiento del Programa de Generación de Ingresos de la Presidencia de la República de Colombia, dirigido a población en situación de desplazamiento por la violencia en Caldas.* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional. Manizales. Recuperado de www.bdigital.unal.edu.co/3821/1/linamariaarbelaezrendon.2011.pdf

Formichella, M. M. (2004). *El concepto De emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local.* Obtenido de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

Ponencia

Educación superior mediada por las TICs en los Montes de María Sucreño: viabilidad y tropiezos. Caso Colosó y Chalán

Higher education mediated by TICs in the Mountains of María Sucreño: viability and tripping. Case Colosó and Chalán

Licette Estela Ramos Pérez¹

Mario Fernando Zubiria Lara²

COROZAL, AGOSTO DE 2019

1 Directora y administradora de empresas con énfasis en mercadeo – Especialista en gerencia pública. Docente ocasional ECACEN – UNAD. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-7327-3355>
Correo: licette.ramos@unad.edu.co

2 Administrador público – Especialista en pedagogía para el desarrollo del aprendizaje autónomo – (MBA). Docente ocasional ECACEN – UNAD. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1392-1728?lang=es>
Correo mario.zubiria@unad.edu.co

Resumen

La Ley 1753 de 2015 o Ley del Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país”, tiene como objetivo construir una Colombia en paz, equitativa y educada. Las instituciones de educación, en general, actúan de acuerdo con ese objetivo y, para nuestro caso, en este trabajo se explora la viabilidad, aspectos favorables e inconvenientes que convergen para el desarrollo de una oferta educativa mediada por las TICs en la región monte mariana sucreña, focalizando nuestra atención, en dos municipios muestra: Colosó y Chalán como municipios que guardan gran similitud en sus características generales.

Esta investigación se realiza, con un enfoque de tipo mixto, que integra sistemáticamente el método cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener resultados más completos del estudio. Este enfoque nos permitirá medir y cuantificar la posibilidad del desarrollo de la educación mediada en las TICs en la región monte mariana sucreña. El diseño metodológico de la investigación es estudio de caso que analiza o determina la viabilidad del modelo en la anotada región.

Palabras claves

Educación virtual; modalidad virtual; aprendizaje; educación inclusiva; oferta educativa.

Abstract

Law 1753 of 2015 or Law of the National Development Plan 2014-2018 “All for a new country”, aims to build a Colombia in peace, equitable and educated. Education institutions, in general, act according to that objective and, in our case, in this work the feasibility, favorable and inconvenient aspects that converge for the development of an educational offer mediated by TICs in the Monte Mariana region are explored Sucreña, focusing our attention, in two municipalities shows: Colosó and Chalán as municipalities that bear great similarity in their general characteristics.

This research is carried out, with a mixed type approach, that systematically integrates the quantitative and qualitative method into a single study in order to obtain more complete results of the study. This approach will allow us to measure and quantify the possibility of the development of TICs-mediated education in the Monte Mariana Sucreña region. The methodological design of the research is a feasibility study, which will allow us to determine the viability of the model in the annotated region.

Palabras claves

Virtual education; virtual modality; learning; inclusive education; educational offer.

Desarrollo de la Ponencia

El proyecto surge al observar la inestabilidad económica de las poblaciones de los municipios Colosó y Chalán en el Departamento de Sucre, la escasa formación de sus habitantes, con el propósito de establecer las necesidades de formación en educación superior de sus habitantes. Se toma como punto de partida variables que permiten un análisis amplio de los factores determinantes en las decisiones y oportunidades de formación de la población focalizada.

En el estudio se han considerado tres variables: tecnológica, económica y psicológica, para lo cual se realizó un tipo de investigación descriptiva, exploratoria con un enfoque cualitativo, sintetizando una metodología centrada en estudio de caso que analiza la viabilidad de la educación mediada por las TICs como alternativa de educación superior para los habitantes de los municipios en mención.

El objeto de estudio lo constituye la población de los municipios Colosó y Chalán, en el Departamento de Sucre. La encuesta se aplicó a 50 personas, 31% hombres y 69% mujeres.

Resultados

En la variable tecnológica, se pudo evidenciar que el 89% de los hogares no cuentan con el servicio de internet, la penetración del servicio a cada municipio ha sido mínima y aunque la velocidad del servicio es aceptable, el factor económico es dominante, toda vez que no cuentan para pagar el costo de la suscripción y el costo mensual del servicio y en algunos casos no consideran necesario tomar el servicio, además desde la variable psicológica, evidenciamos que el desplazamiento forzado del que han sido víctimas algunos habitantes de los municipios estudiados, enmarca algunas posibilidades y limitaciones para iniciar sus estudios de educación superior.

El municipio de Chalán, posee el mismo grado de importancia económica en el Departamento de Sucre, 7º, al igual que el municipio de Colosó, no cuenta con vías de acceso en buen estado, el acceso al municipio es muy difícil, de igual forma su base económica es la agricultura y la ganadería, brindando estas pocas fuentes de empleo, es un municipio donde la pobreza y desesperanza son evidentes, no teniendo opciones u oportunidades, el informalismo laboral aumenta, al igual que la migración de habitantes a otros municipios, en busca de mejores oportunidades.

En este sentido, se logró identificar que la población focalizada presenta poco interés en continuar sus estudios superiores, siendo el factor económico el predominante, sin embargo, existe desconocimiento frente a las posibilidades de acceder a la educación mediada por las TICs.

En atención a esta situación, se ve la necesidad de orientar a la población en la oferta de educación superior para ésta, en base a las diferentes metodologías y en las ventajas de acceder a la educación mediada por las TICs.

Discusión o propuesta

Para nuestro caso, hemos delimitado el estudio a los municipios de Colosó y Chalán (Sucre), localidades estas que tienen un alto grado de similitud en

cuanto su localización y geográfica: están enclavados en las montañas montemarianas, las vías de comunicación están en malas condiciones y en parte sin pavimentar, incrementándose la dificultad de acceso en la temporada invernal. Si bien no están a gran distancia de capitales de departamento o de otras poblaciones, esas dificultades lo hacen parecer así, se siente y percibe así; sus tierras son de gran fertilidad, pero la accesibilidad las sume en el atraso por la inherente dificultad de sacar sus productos a los centros de consumo. Estos factores han propiciado que actores de violencia encuentren, en esas regiones, asentamiento de sus actividades, contribuyendo así a que sus habitantes encuentren dificultades adicionales para equiparar su desarrollo con el de las localidades cercanas.

Dadas las anteriores condiciones, es razonable pensar que las dificultades se extienden a la parte formativa. Si bien la educación básica y media se da de forma apropiada en colegios que cuentan con infraestructura adecuada y personal calificado, la educación superior genera interrogantes que tocan dimensiones económicas, tecnológicas y psicológicas. De estas dimensiones, en este estudio, se había decidido, tocar las dos primeras, dado que la última, demanda la aplicación de encuestas entre los habitantes de las localidades y, en nuestros sondeos preliminares, encontramos que, si bien la seguridad ha aumentado, en los últimos meses se ha dado un repunte de presencia de grupos armados y de atracadores que aprovechan las dificultades que hemos descrito y que facilitan su actuar, haciendo difícil trabajar esa variable, aun así, no fue descartada por lo interesante de los resultados esperados y porque, de otra manera, quedaría incompleto el estudio.

La síntesis del estudio la hemos plasmado en el siguiente gráfico.

Conclusiones

En Colombia el fenómeno de desplazamiento es recurrente, parte de la población del departamento de Sucre se ve afectada por este flagelo, en especial los municipios estudiados Colosó y Chalán, quienes han sufrido las diferentes

consecuencias que trae este conflicto, como lo es el tener que emigrar, dejando abandonadas sus tierras, siendo víctimas de la inestabilidad económica y social. En este sentido, con el desarrollo de la investigación se pudo concluir que:

Se evidencia de forma clara, la necesidad brindar la orientación en las posibilidades de acceso a la educación superior, que conozcan las diferentes metodologías de estudio, para la población focalizada, que contribuya a despertar el interés, especialmente en la población joven, que muy resignada, considera que no tiene posibilidades de formarse, así mismo se identificó que los municipios de Colosó y Chalán en el Departamento de Sucre, si bien cuentan con una prestación razonable del servicio de internet, no acceden a este por el factor económico, debido a que sus ingresos no les permiten asumir los costos del servicio y muy pocos cuentan con un equipo de cómputo que les permita poder acceder al servicio y les niega la posibilidad de iniciar su formación superior.

Referencias bibliográficas

- Arango, M. & Alvarado, S. (1990). *Misión de la universidad abierta y a distancia. Algunos conceptos básicos para su comprensión y desarrollo*. Bogotá, D.C.: UNIANDESSEB/BID.
- Arias, F. (1999). *El proyecto de investigación. Guía para su elaboración* (3a. ed.). Caracas: Ed. Episteme.
- García, a. et al. (2006). *De la educación a distancia a la educación virtual*. Barcelona: Ariel.
- Garrison, D. & Anderson, T. (2005). *El e-Learning en el siglo XXI: investigación y práctica*. Barcelona: Octaedro
- Gutiérrez, F. & Prieto, D. (1991). *La mediación pedagógica. Apuntes para una educación a distancia alternativa*. San José de Costa Rica: U. San Carlos.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista L. (2010). Metodología de la investigación. México. Ed. Mc Graw Hill.

Prieto, D. & Van de Pol, P. (2006). *E-Learning, comunicación y educación. El diálogo continúa en el ciberespacio*. San José de Costa Rica: RNTC.

Programas de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD. (2010). *Los Montes de María: Análisis de la conflictividad*. 60. Retrieved from https://info.undp.org/docs/pdc/Documents/COL/00058220_Analisis conflictividad Montes de María PDF.pdf



Afectaciones financieras y competitivas del sector azucarero colombiano respecto a la normatividad comercial, fiscal y laboral – 2013-2016¹

Financial and competitive effects of the colombian sugar sector with respect to commercial, fiscal and labor regulations - 2013-2016

Martha Lucía Fuertes Díaz²
Julio Cesar Montoya Rendón³

1 Artículo de reflexión – Memoria

2 Doctor © Administración Gerencial, Universidad Benito Juárez, México. Magíster en Administración con énfasis en Finanzas Corporativas, Universidad ICESI, Colombia. Especialista en Finanzas con Concentración en Finanzas Avanzadas, Universidad ICESI, Colombia. Contadora Pública, Universidad Santiago de Cali, Colombia. Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, Colombia. Investigadora Grupo de Investigación ilama. martha.fuertes@unad.edu.co marthalfd@yahoo.com <https://orcid.org/0000-0001-8468-1867>

3 Magister en Administración, Especialista en Pedagogía para el Desarrollo del Aprendizaje Autónomo, Administrador de Empresas. Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, Colombia. Investigador del grupo ilama. julio.montoya@unad.edu.co julio cesar mr@gmail.com <https://orcid.org/0000-0003-1170-9296>

Resumen

Este proyecto de investigación analiza el avance en materia de competitividad y desempeño financiero del sector azucarero colombiano durante el período comprendido entre los años 2013 a 2016, en contraste con las políticas públicas emanadas en materia comercial, laboral y fiscal y las posibles afectaciones para su desempeño. Se sustenta a partir de las teorías de recursos y capacidades y desde las finanzas corporativas con los indicadores financieros de rentabilidad para medir la efectividad empresarial al asociar la gestión en costos y gastos para la generación de beneficios. La investigación es descriptiva, longitudinal, e inductiva y utiliza el software estadístico SAS para el análisis de datos, que arroja resultados favorables que permiten establecer avances favorables para la competitividad del sector con la afectación de las políticas públicas emanadas durante el período analizado.

Palabras Clave

Indicadores financieros; competitividad; políticas públicas.

Abstract

This research project aims to contribute to the analysis of the progress in competitiveness and financial performance of the Colombian sugar sector during the period from 2013 to 2016, in contrast to public policies issued in commercial, labor and fiscal matters and the possible effects for its performance. It is based on the theories of resources and capabilities and from corporate finance with financial indicators of profitability to measure business effectiveness by associating the management of costs and expenses in the generation of benefits. The research is descriptive, longitudinal, and inductive and uses the SAS statistical software for data analysis, which yields favorable results that allow establishing favorable progress for the competitiveness of the sector with the impact of public policies emanating during the period analyzed.

Keywords

Financial indicators; competitiveness; public politics.

Memoria

Durante el siglo XXI en Colombia se han establecido continuos cambios de la legislación en materia comercial, laboral y tributaria, para el fortalecimiento económico y social del país y con la pretensión de avanzar en el logro de mayores estándares de competitividad, lo que genera afectaciones al desempeño empresarial y al sector azucarero del valle geográfico del río Cauca.

Entre los años 2013 y 2016, se emanaron las siguientes normas:

En materia laboral, Ley 1429 denominada como la “Ley para la formalización y generación de empleo”, Ley 1610 de enero 2 de 2013, se orientó a la regulación de algunos aspectos sobre las inspecciones del trabajo y los acuerdos de formalización laboral. En el tema comercial, el Decreto 019 del 10 de enero de 2012, se le denominó “Ley Anti tramite”. En el año 2009 se emana la Ley 1314 que establece el proceso de convergencia en Colombia hacia las Normas Internacionales de Información Financiera con sus correspondientes decretos reglamentarios: Decreto 3022 en 2013, Decreto 2420 de 2015, Decreto 2496 de 2015, Decreto 2101 de 2016, Decreto 2131 de 2016 y Decreto 2132 de 2016.

Colombia, también cuenta con políticas públicas orientados al logro de mayores niveles de competitividad; como bien lo menciona Porter (1990), “Empresas Competitivas” conducen a “Naciones competitivas”. Según el Reporte Mundial de Competitividad logrado en el Foro Económico Mundial (WEF, por su sigla en inglés) en Suiza, para el período 2012-2013, las “empresas u organizaciones” son presentadas como el primer factor que impulsan las economías hacia el logro de mayores niveles de competitividad. De acuerdo con el Índice Global de Competitividad (IGC), de los doce pilares en los cuales se soporta el desarrollo de la competitividad de los países son las “instituciones”; las cuales, entre otras, se ven afectadas por la normatividad legal, regulación y cargas impositivas

propias de cada país. En el segundo grupo y como séptimo pilar se encuentra la eficiencia del mercado laboral en el cual la normatividad y cargas impositivas inciden de manera importante para su desarrollo. (IGC, 2016)

Se resaltan unas cifras importantes para el sector azucarero: pasa de 205.456 hectáreas sembradas de caña en el año 2013 a 238.204; la producción de azúcar oscila entre 2.127.000 toneladas y 2.091.000 en el mismo periodo; los empleos directos tienen una media de 225.000 trabajadores, en el año 2016 hace una contribución al PIB de 0.7%. (Asocaña, 2.013, 2014, 2015, 2016)

Se resaltar la posición que ostenta Colombia en el indicador de productividad de azúcar a nivel mundial entre los años 2011 y 2015, ocupa el primer lugar con una producción de 15,5 toneladas de azúcar por hectárea, sin embargo, sus costos de producción no son competitivos.

De acuerdo con lo anterior, es importante establecer las afectaciones al desempeño financiero y competitivo del sector azucarero colombiano respecto de los cambios en la normativa laboral, comercial y fiscal, de tal manera que se pueda contestar la pregunta: ¿Cuáles son las afectaciones financieras y competitivas para el sector azucarero colombiano respecto de los cambios en la normatividad comercial, fiscal y laboral del año 2013 a 2016?

El análisis interno comprende el estudio de la información obtenida a partir de los estados financieros. Es así, que se estudiaran los indicadores Margen Bruto de Utilidad, Margen Operacional de Utilidad y Margen Neto de Utilidad. También, se considera información cualitativa como bases estratégicas, ventajas competitivas, tecnología utilizada, estructura de la organización, entre otros; de otra parte, el análisis externo se centra en el estudio de la normatividad laboral, comercial y fiscal.

Por su parte, el estudio de la competitividad será abordado mediante la teoría de los recursos y capacidades que hace un análisis de los recursos tangibles e intangibles, como: humanos, técnicos, físicos y financieros. De esta manera se

puede desarrollar el objetivo general de la investigación como es: Establecer las afectaciones financieras y competitivas para el sector azucarero colombiano respecto de los cambios en la normatividad comercial, fiscal y laboral del año 2013 a 2016.

Objetivo que se logra mediante una investigación descriptiva, longitudinal, aplicando el método inductivo y de enfoque mixto, que propone el análisis las afectaciones financieras y en la competitividad ocasionadas al sector azucarero colombiano por los cambios en la normatividad comercial, fiscal y laboral durante el período 2013 a 2016.

Revisada la información financiera de los ingenios, para las variables seleccionadas, se establecen las afectaciones en el desempeño financieras para el sector azucarero durante los años 2013 a 2016, se encuentra: con respecto al Margen Bruto de Utilidad (MBU), se observa un crecimiento medio que va del 16% en el año 2013 al 27% en el año 2016. El Margen Operacional de Utilidad (MUO), se encuentra que en el año 2013 presenta una media de 2%, pasando al 18% en el año 2016. El comportamiento del Margen Neto de Utilidad (MUN), presenta una media de -0,4% en el año 2013 a una media del 12% en el año 2016. Desempeño financiero de resaltar dada la volatilidad en los precios del dólar y del azúcar en el periodo de tiempo estudiado.

Las anteriores cifras, permiten concluir que el sector azucarero del valle geográfico del río Cauca, realiza una muy buena gestión interna de sus recursos y capacidades. Donde se observa un permanente crecimiento en la generación de empleo, en las hectáreas de caña sembrada para las cuales cuenta con suficiente y moderna maquinaria agrícola y de transporte, plantas de producción de azúcar y destilerías. Es así como en el año 2016 se producen 2.091.000 toneladas de azúcar y 434.000 litros de alcohol carburante.

El hecho que el sector azucarero haya conseguido la mayor productividad del mundo y esté creciendo en área cultivada de caña y por consiguiente en producción de azúcar y bioetanol, significa que hay una gestión competitiva.

Se evidencia que hay un “oficio” estratégico, táctico y operativo producto de la larga experiencia de este sector. Hay una cultura organizacional que motiva y genera compromiso de todos los estamentos con los objetivos organizacionales.

Referencias

ASOCAÑA (2016) Aspectos generales del sector azucarero colombiano 2015-2016.

Tomado de <https://www.asocana.org/documentos/2942016-24037160-00FF00,000A000,878787,C3C3C3,0F0F0F,B4B4B4,FF00FF,FFFFFF,2D2D2D,A3C4B5,D2D2D2.pdf>

Avalos, F. 2009. Factores determinantes de la competitividad empresarial. Escuela de Postgrado UPC. Área de Investigaciones. Ciclo de conferencias doctorales para MBA –S.

Barney, Jay B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, Vol.17, Pp. 99–120.

Cardona, R. Armando. (2011). Estrategia basada en los recursos y capacidades, criterios de evaluación y el proceso de desarrollo. *Revista Electrónica FORUM*. Doctoral. Número 4. Mayo-Julio 2011 ISSN: 2017-2146.

Congreso de la República de Colombia (13 de julio de 2009) Regula principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento. Ley 1314 de 2009.

Congreso de la República de Colombia (29 de diciembre de 2010) Formalización y Generación de Empleo. Ley 1429 de 2010.

Congreso de la República de Colombia (29 de diciembre de 2010) Normas tributarias de control y para la competitividad. Ley 1430 de 2010.

- Congreso de la República de Colombia (16 de junio de 2011) Plan Nacional de Desarrollo, 2010-2014. Ley 1450 de 2011.
- Congreso de la República de Colombia (26 de diciembre de 2012) normas en materia tributaria. Ley 1607 de 2012.
- Congreso de la República de Colombia (2 de enero de 2013) Regulación de algunos aspectos sobre las inspecciones del trabajo y lo acuerdos de formalización laboral. Ley 1610 de 2013.
- Congreso de la República de Colombia (23 de diciembre de 2014) Modificación del estatuto tributario, la ley 1607 de 2012, se crean mecanismos de lucha contra la evasión. Ley 1739 de 2014.
- Congreso de la República de Colombia (29 de diciembre de 2016) reforma tributaria estructural, se fortalecen los mecanismos para la lucha contra la evasión y la elusión fiscal Ley 1819 de 2016.
- Constitución Política de Colombia, 1991.
- Conpes, (2016). Política nacional de competitividad y productividad tomado de <http://www.colombiacompetitiva.gov.co/sncei/Documents/Conpes-3527-de-2008.pdf>
- Cuervo, A. (1993). El papel de la empresa en la competitividad. Papeles de Economía Española 56. pp. 363-377.
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D. & Meyer, J. (1996). Competitividad Sistémica. *Revista de la CEPAL*, 59, 39 -52.
- Fong R, Carlos. (2005). La teoría de los Recursos y Capacidades. Fundamentos microeconómicos. Producción académica de los miembros del sistema nacional de investigadores. Centro Universitario de las Ciencias Económicas Administrativas. Universidad de Guadalajara.

García, M. García, T. (2018). Las reformas tributarias del milenio y su relación con los ingresos tributarios y la pobreza. Recuperado de <https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/iusta/article/view/4646/html>

Grant, R.M. (2006). Dirección Estratégica: Conceptos, Técnicas y Aplicaciones. Madrid: Civitas, (5ª Ed.).

Grant, R.M. (1991). The Resource – based theory of competitive advantage: Implications for Strategy Formulation. California Managem, Rev., Spring, PP. 114 -135.

Ministerio de Industria y Turismo (27 de diciembre de 2013) Marco técnico normativo para los preparadores de información financiera. Decreto 3022 en 2013.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo (22 de diciembre de 2016) Modificación parcial del marco técnico normativo de las Normas de Aseguramiento de la información, previsto en el artículo 1.2.1.1, Libro 1, Parte 2, Título 1, del Decreto 2420 de 2015. Decreto 2132 de 2016.

Naciones Unidas-Cepal (2001). Elementos de competitividad Sistémica de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYME) del Istmo Centroamericano. México

Membrillo, M. (2006). Desarrollo de una propuesta para la evaluación de la relación de actividades innovadoras con la competitividad de empresas farmacéuticas mexicanas. (Tesis de grado). Facultad de Química, UNAM.

Nava, R. Marbelis, A. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. RVG, Vol. (14), pp 606-628. Zulia, Venezuela.

Ortiz, Héctor (2015). Análisis financiero aplicado y principios de administración financiera. Universidad Externado de Colombia. Bogotá, Colombia.

Porter, M. 1980. Competitive Strategy. Techniques for analyzing industries and competitors, Free Press, New York.

Presidente de la Republica de Colombia (10 de enero de 2012) Ley anti tramites.
Decreto 019 de 2012.

Presidente de la Republica de Colombia (10 de diciembre de 2015) Decreto Único
Reglamentario de las Normas de Contabilidad, de Información Financiera y de
Aseguramiento de la Información. Decreto 2420 de 2015.

Presidente de la Republica de Colombia (23 de diciembre de 2015) Modificación del
decreto 2420. Decreto 2496 de 2015.

Presidente de la Republica de Colombia (22 de diciembre de 2016) Normas de
Información Financiera para Entidades que no Cumplen la Hipótesis de Negocio
en Marcha, a la Parte 1 del Libro 1 del Decreto 2420 de 2015, Único Reglamentario
de las Normas de Contabilidad, Información Financiera y de Aseguramiento de la
Información. Decreto 2101 de 2016.

Presidente de la Republica de Colombia (22 de diciembre de 2016) Modificación parcial
del Decreto 2420 de 2015 modificado por el Decreto 2496 de 2015. Decreto 2131
de 2016.

Real Academia Española. (2019). Normatividad. Recuperado de <https://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=normativo>

SÁEZ de Viteri Arranz, D. (2000). El potencial competitivo de la empresa: recursos,
capacidades, rutinas, y procesos de valor añadido. Investigaciones Europeas de
Dirección y Economía de la Empresa. Vol. 6 N.º 3. PP. 71-86.

Schwab, K. World Economic Forum (2016) The Global Competitiveness Report
2015 -2016 Tomado de http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf

Sepúlveda Rivillas, C. I; Moscoso Escobar, J & Restrepo Londoño, A. L. (2017).
Diagnostico Financiero de las empresas en etapa temprana en Antioquia. Volumen
15 N. ° 26. (pp. 131-155). Bogotá, Colombia.

Suárez, J. Ibarra, S. (s.f.) La teoría de los recursos y las capacidades. Un enfoque actual de la estrategia empresarial. Tomado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/793552.pdf>

Torres-Melo, J. Santander, J. (2013). Introducción a las políticas públicas. Conceptos y herramientas desde la relación entre Estado y ciudadanía. Recuperado de https://www.funcionpublica.gov.co/eva/admon/files/empresas/ZW1wcmVzYV83Ng==/imgproductos/1450056996_ce38e6d218235ac89d6c8a14907a5a9c.pdf

WEF. Schwab, K. (2010) The global competitiveness report 2009 – 2010. Tomado de http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2009-10.pdf

Wernerfelt, B. (1984). "A Resource-Based View of the Firm", en Strategic Management Journal, núm, 5. Pp 171-180.

Weston, J.; Brigham, E. (1994). Fundamentos de administración financiera. México: Mc Graw Hill, 1148 p.

Análisis de mercado laboral para los estudiantes del programa académico de administración de empresas y economía de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD -Florencia

Labor market analysis for the academic program of business administration and economic's students of la Universidad Nacional Abierta y a Distancia headquarter Florencia, Caquetá

Iraide Molina-Peralta¹

Sandra Perdomo -Paredes²

1 Profesional en administración de empresas, Magister en marketing, Docente con vinculación de tiempo completo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD. Colombia.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1109-2727>

Correo: iraide.molina@unad.edu.co.

2 Profesional en contaduría pública, Especialista en gerencia del talento humano, Docente con vinculación de tiempo completo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD. Colombia.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7693-3558>

Correo: Sandra.perdomo@unad.edu.co.

Resumen

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) en su carácter de institución pública, educativa, del orden nacional, se ha propuesto ofertar programas académicos en diferentes ciclos, incluyendo a nivel de pregrado y posgrado acordes a las dinámicas que impone el mercado local y regional del Departamento de Caquetá. Actualmente se viene desarrollando una investigación denominada Perfil ocupacional de estudiantes y egresados de ECACEN del CEAD Florencia de los años 2016 al 2018; dentro de sus objetivos se tiene el realizar un análisis del mercado laboral para los estudiantes de ECACEN de la ciudad Florencia, es así que mediante el presente estudio se busca analizar el mercado laboral para los estudiantes del programa académico de Administración de Empresas y Economía del CEAD Florencia, haciendo uso de un enfoque cualitativo enmarcado en un estudio de tipo descriptivo, como técnica de investigación se hace uso de la revisión bibliográfica. Los resultados del estudio determinarán el grado de relación que existe entre la formación académica recibida por el estudiante y las necesidades presentes en el mercado laboral local, con el propósito de obtener información que permita establecer la pertinencia de los programas y potenciar la toma de decisiones a favor de la mejora de la calidad de estos. Es así como en el presente artículo se da a conocer resultados parciales de la investigación realizada en fuentes documentales entre ellas repositorio institucional, portal laboral de la UNAD, plan de desarrollo municipal de Florencia, último informe de tendencias laborales de empleo.com 2019, en los cuales se pudo indagar sobre la falta de documentación de la dinámica del mercado laboral local y el requerimiento de continuar consultando con fuentes primarias la panorámica del mercado laboral para los Administradores y economistas del CEAD Florencia.

Palabras Clave

Perfil profesional; perfil ocupacional; oferta académica; demanda laboral.

Abstract

The National Open and Distance University (UNAD) as a public, educational institution, of the national order, has proposed to offer academic programs in different cycles, including an undergraduate and postgraduate level according to the dynamics imposed by the local and regional market of the Department of Caquetá.

Currently an investigation is being developed called the Occupational Profile of ECACEN students and graduates of CEAD Florencia from 2016 to 2018; within its objectives it is to carry out an analysis of the labor market for students of ECACEN of Florencia city, so that through the present study is to analyze the labor market demand for the students of the academic program of Business Administration of the CEAD Florencia. Making use of a qualitative approach framed in a study of descriptive type, as a research technique the literature review is used. The results of the study will determine the degree of relationship that exists between the academic formation received by the student and the present needs in the local labor market, with the purpose of obtaining information to determine the relevance of programs and enhance the decision-making in favor of improving the quality of these. Thus, in this article, partial results of the research carried out in documentary sources, including institutional repository, UNAD labor portal, municipal development plan of Florencia, latest employment trends report of elempleo.com 2019, are published in which could inquire about the lack of documentation of the dynamics of the local labor market and the requirement to continue consulting with primary sources the panorama of the labor market for the Administrators and economists of the CEAD Florencia.

Keywords

Professional profile; occupational profile; academic offer; labor demand.

Desarrollo de la ponencia

Para la Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios, es de gran importancia conocer el perfil ocupacional de sus estudiantes y egresados, por lo tanto se ha establecido realizar un estudio del Perfil ocupacional de los estudiantes y egresados de ECACEN CEAD Florencia, de los años comprendidos entre 2016 a 2018, teniendo en cuenta que existe desconocimiento de las actividades laborales y profesionales que realizan los estudiantes y egresados, como también los indicadores del mercado laboral en Florencia son desfavorables; ante este panorama se realiza como resultado parcial un análisis del mercado laboral para los estudiantes de los programas de Administración de Empresas y Economía de la UNAD, en la ciudad de Florencia.

Por la naturaleza del presente estudio, que pretende analizar el mercado laboral en el Departamento del Caquetá para los estudiantes de Administración de Empresas y Economía de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, este se aborda desde la teoría de la responsabilidad social, que en palabras del autor Vallaey, De la Cruz, y Sasía (2009), es una estrategia de gerencia ética e inteligente de los impactos que genera la organización en su entorno humano, social y natural. Así mismo se soporta en la teorización de demanda y oferta laboral y pertinencia educativa.

El diseño metodológico planteado para el desarrollo de la investigación, precisa, un enfoque y tipo de investigación cualitativo - descriptivo, sobre el mercado laboral para esta población. La técnica de investigación la revisión bibliográfica que aporta en la obtención de datos cualitativos.

Al realizar una revisión de fuentes bibliográficas se tiene: en el repositorio de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD, no se encuentra ningún documento o estudios de mercado en el Departamento del Caquetá, que permitan identificar las condiciones de empleabilidad y panoramas futuros para estudiantes de los programas académicos de Administración de Empresas y Economía.

Es de resaltar que la UNAD mediante la Vicerrectoría de Servicios a Aspirantes, Estudiantes y Egresados VISAE, administra un portal laboral, en el cual se pueden inscribir los estudiantes, egresados, de cualquier programa incluidos Administración de empresa y Economía, para que apliquen a diferentes ofertas a nivel nacional, cuyo proveedor aliado es el empleo.com. Es importante visibilizar este recurso en la comunidad universitaria con el fin de dinamizarla y hacer que se cumpla con su misión de lograr que los beneficiarios logren incorporarse en el mundo laboral.

Revisado el estado de arte no se encontraron investigaciones recientes que indaguen por la realidad del mercado laboral en la región, lo que genera un panorama de incertidumbre sobre la pertinencia de los programas de formación ofertados por la universidad.

Los datos del último informe de tendencias laborales de empleo.com correspondientes al segundo trimestre de 2019, referente al comportamiento de la oferta y demanda de trabajo en el país, evidenció que los administradores de empresas son los profesionales que presentan una mayor oportunidad para emplearse (21.232 ofertas publicadas), seguidos de los ingenieros industriales (10.364), los ingenieros de sistemas (9.847), contadores (6.082) y en un octavo lugar los economistas (4.253) (Morgan, 2019).

En el contexto municipal, el plan de desarrollo municipal "Yo creo en Florencia" 2016 -2019, se evidencia que son diferentes los sectores que el gobierno municipal ha venido promoviendo para el desarrollo de opciones laborales, pese a esto las cifras son muy pequeñas frente a la necesidad de empleabilidad de los profesionales que se gradúan en la ciudad o para el presente caso en el CEAD Florencia, en las áreas de Administración de Empresas y Economía.

Lo anterior, se corrobora, cuando se hace una revisión de las cifras que emite el boletín técnico del DANE (junio 2019), en la cual se reconoce que la ciudad de Florencia presentó para el segundo trimestre de 2019, una tasa de desempleo del 15,6%; tasa global de participación 60,5%; tasa de ocupación 51,0% y tasa de subempleo objetivo 7,6%. Cifras que sitúan a la capital del Departamento

del Caquetá entre las cuatro ciudades que registraron mayores índices de desempleo en el país, superada por Quibdó (20,3%), Valledupar (16,2%), y Armenia (15,8%).

En lo referente a la población ocupada por ramas de actividad económica, la Oficina de Estudios Económicos de Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, presentó un informe en el cual analiza el trimestre móvil mayo a julio de 2018, evidenciando que, en el Departamento de Caquetá, las actividades de Comercio, Hoteles y Restaurantes representaron el 35 % del total de ocupados de Florencia (MINCIT, 2019).

En este orden de ideas, es necesario continuar el desarrollo del estudio de mercado laboral con fuentes primarias que complementen la información actual, con el fin de conocer la dinámica del mismo, desde la perspectiva de oferta y demanda de perfiles relacionados con administradores de empresas y economistas, comprendiendo que estos son un factor de calidad, que se relaciona principalmente con el impacto y la pertinencia de la educación superior, como también desde la perspectiva de la instrumentalización del compromiso de responsabilidad social de la universidad frente a la sociedad Caqueteña, al indagar sobre la pertinencia y proyección de los programas académicos ofertados, desde el enfoque de las vocaciones económicas del Departamento.

Referencias bibliográficas

- Aguillon, Y., & Callejas, C. (2015). Caracterización socioeconómica del mercado laboral en el sector terciario de Bucaramanga y AMB 2011 - 2013. Bucaramanga, Santander, Colombia. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/1073/2015-AguillonOrtega%2CYuliethDanitza-Trabajodegrado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Amaya, D., & Márquez, Y. (2017). Aceptación en el mercado laboral de los egresados del programa de administración de empresas de la Corporación Universitaria del

Caribe. Sincelejo, Sucre, Colombia. Obtenido de <https://repositorio.cecar.edu.co/jspui/bitstream/123456789/111/1/ACEPTACIONENELMERCADOLABORAL.pdf>

Arenas, J., & Garces, R. (2017). Caracterización de la situación actual laboral de los egresados del programa académico administración de empresas de la universidad del valle sede pacífico, 2012-2016. Buenaventura, Valle del Cauca, Colombia. Obtenido de <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/13156/1/0593719.pdf>

Asensio, M. (2017). *Estudio del mercado laboral del distrito V de Huelva*. Huelva: Servicio de publicaciones Universidad de Huelva.

Banco Mundial . (10 de 08 de 2019). *World Bank Group (US)*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.TOTL.IN?locations=CO&view=chart>

Camara Colombiana de la Construcción. (2016). *Radiografía del mercado laboral en Colombia -Una aproximación integral a la dinámica reciente*. Bogotá, D.C: CAMACOL. Obtenido de https://camacol.co/sites/default/files/secciones_internas/Informe%20econ%C3%B3mico%20No%20%2079.pdf

Castillo, M., Castro, G., & Escandón, D. (2009). Demanda Laboral de Profesionales en Ciencias Económicas, Administrativas e Ingeniería en Cali 2009: ¿van de la mano Capital Humano y Señalización? *Investigaciones de Economía de la Educación*, 825-846.

Charalambous Ramírez, J., Oquendo Henao, M., & Ramos Estupiñan, M. (2014). Oportunidades laborales de los egresados de la Universidad del Valle (sede pacífico) programa académico administración de empresas, de acuerdo a su formación profesional frente al perfil laboral y competencias requeridas por los sectores económicos. Buenaventura, Valle del Cauca, Colombia. Obtenido de <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/10721/1/0513204.pdf>

DANE. (2019). *Boletín Técnico -Gran encuesta integrada de hogares (GEIH) Mercado laboral*. Bogotá, D.C. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_empleo_jun_19.pdf

Gómez, Z. (2017). *ducación, vocación y compromiso del territorio en el oriente Antioqueño, realidades y expectativas*. Medellín: Cámara de Comercio del oriente Antioqueño.

Holguin, M., Carvajal, N., & Daza, H. (2012). Caracterización de los egresados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD Ceres Garagoa Valle del Cauca, de los diferentes programas académicos durante los años 1995 a 2011. Garagoa, Boyaca, Colombia. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/3470>

Londoño, F. (2013). Responsabilidad Social Universitaria. Una estrategia de gestión para la educación superior. *Sinapsis*, 137-151. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4955435>

Magalón, L. (2012). Perspectiva economicista en la vinculación universidad-sociedad. *nip pluriversidad*, 37-45. Obtenido de <https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/unip/article/view/11976>

Méndez, V., Méndez, L., & Cruz, A. (2018). La importancia de la administración en las organizaciones como forma para lograr competitividad. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/caribe/2018/01/administracion-organizaciones.html>

MINCIT. (2019). *Perfiles Económicos Departamentales*. Bogotá, D.C. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=5f834ed5-8943-4317-897d-9b047844ceb2>

Mora, J. (2008). *Sobre-educación en el mercado laboral colombiano*. Economía institucional. Obtenido de <https://www.economiainstitutional.com/pdf/No19/jmora19.pdf>

- Navarro, D., & Carrascal, M. (2004). Caracterización del mercado laboral del administrador de empresas en el. Corozal, Sucre, Colombia.
- Navas, M., & Romero, Z. (2016). Responsabilidad social universitaria: Impactos de la universidad libre, sede Cartagena, en su gestión socialmente responsable. *Saber, Ciencia.*, 187-196.
- Orozco-Sánchez, T., Castro-Rivera, A., & Martínez-Díaz, G. (2018). Evaluación del riesgo inicial en un proceso misional de una caja de compensación familiar con base a la norma NTC-ISO 31000:2011. *Clío América*. doi:10.21676/23897848.2868
- Vallaey, F., De la Cruz, C., & Sasía, P. (2009). *Manual de primeros pasos en responsabilización social universitaria*. Obtenido de http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/rse/334_as_manual_rsu_bid.pdf
- Vega, N., & Ruiz, A. (2018). Retos y desafíos de la educación superior para responder a la demanda de profesionales en la subregión del Oriente Antioqueño Colombiano. *Investig. Desarro. Innov*, 115-126. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ridi/v9n1/2389-9417-ridi-9-01-115.pdf>



Exploración de los componentes del modelo de formación en emprendimiento social para programas académicos de Administración de Empresas y Negocios. Estudios de caso en Hispanoamérica

Exploration of the components of the social entrepreneurship training model for business and business administration academic program. Case studies in Latin America

Juan camilo Vega Guerrero¹

¹ Magister en Administración de Empresas, Universidad Nacional de Colombia. Investigador principal del grupo de investigación Fénix. Docente titular de la UNAD
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7128-1290>
COREO ELECTRONICO: Juan.Vega@unad.edu.co.

Resumen

El emprendimiento social cobra importancia en la medida que es considerado como una alternativa para el crecimiento y desarrollo en países emergentes o subdesarrollados y como una forma para la generación de empleo y mejoramiento de la sociedad, de allí que la investigación tiene por propósito: identificar las características y componentes del modelo de formación en emprendimiento social, articulado con el proyecto de investigación: “Modelo de formación en emprendimiento social para programas académicos de Administración de Empresas y Negocios, con modalidad de educación a distancia en Colombia”, desarrollado desde La escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios –UNAD- para lo cual se desarrolló un análisis de contenidos en: investigaciones sobre caracterización y conceptualización del emprendimiento social, investigaciones relacionadas con propuestas de formación en emprendimiento social, investigaciones sobre perfil del emprendedor social, investigaciones en competencias del emprendedor social y programas de formación en emprendimiento social en Hispanoamérica, los cuales conforman el aparte de desarrollo conceptual y teórico del documento. La discusión de los resultados permite establecer que existen seis competencias que desarrollan los emprendedores sociales: valores- ética, organización y planificación del trabajo, estrategia, liderazgo y motivación, capacidades comunicacionales y relacionales, negociación y un aspecto adicional de fortalecimiento de las características personales y actitudinales del individuo. Con base en estos antecedentes se identifica tres aspectos que forman parte del diseño de un modelo de formación en emprendimiento social: propósito, estrategia y estructura. Es de resaltar que dentro de las principales conclusiones se destaca la relevancia de dinamizar el trabajo en campo, la potencialización del trabajo en grupo, la formación en principios éticos, utilizando metodologías como: trabajo colaborativo, elaboración o diseño de proyectos, presentaciones orales y escritas, foros de reflexión y autocrítica y portafolios de trabajo.

Palabras Clave

Emprendimiento social, emprendedor social, modelo de formación, competencias, programa académico

Abstract

Social entrepreneurship is important insofar as it is seen as an alternative for growth and development in emerging or underdeveloped countries (Guzmán & Trujillo, 2008) and as a form for job creation (Harding, 2004, p. 43) and improvement of society (Dees, 1998), hence research is intended to determine the identification characteristics and compositions of the training curriculum model in social entrepreneurship, for which I develop a content analysis in: research on characterization and conceptualization of social entrepreneurship, research related to training proposals in social entrepreneurship, research on social entrepreneurship profile, research in social venture competences social entrepreneurship and training programs in social entrepreneurship in Latin America, which is part of the conceptual and theoretical development of the document. The discussion of the results made it possible to establish that there are six competencies developed by social entrepreneurs: values-ethics, Organization and planning of work, strategy, leadership and motivation, communication skills and negotiation an additional aspect of strengthening particular aspects related to the personal and attitudinal characteristics of the individual. Based on this background, three aspects are identified that are part of the design of a training model in social entrepreneurship. Purpose, strategy and structure. It is noteworthy that among the main conclusions is the importance of energizing work in the field, the potentialization of group work, training in ethical principles, used methodologies such as: collaborative work, elaboration or design of projects, oral and written presentations, reflection and self-criticism forums and portfolios

Keywords

Social entrepreneurship, social entrepreneur, training model, competitions, academic program.

Desarrollo

El emprendimiento es considerado uno de los elementos que inciden en la generación de empresa y el fortalecimiento de la economía del país, es así como el congreso expide la ley 1014 de 2006 con el propósito de promover la cultura del emprendimiento en todos los estamentos educativos del país, con el objetivo de generar empresas. Así mismo, el gobierno genera las directrices para dinamizar el emprendimiento mediante la reglamentación de las Redes Nacionales de Emprendimiento a través del decreto 1192 de 2009. Sin embargo, la investigación realizada por la Universidad del Norte, durante el periodo 2010-2011, evidencio un bajo nivel de conocimiento de las leyes y políticas públicas sobre emprendimiento por parte de los emprendedores, y planteo como estrategia, en la medida de la relevancia que tienen las instituciones de educación superior-IES-, dinamizar los programas de formación y apoyo al emprendimiento, como también que las -IES- se conviertan en aliados estratégicos para los emprendedores que quieran poner en marcha sus negocios o empresas (Arias y Castillo, 2011).

En tal sentido, el propósito de la investigación es: Identificar las características y componentes del modelo de formación en emprendimiento social para programas de formación en Administración de Empresas.

Marco conceptual

Emprendimiento social

La concepción del emprendimiento social continua como un asunto en discusión (Harding, 2004), y ha tenido un desarrollo desde entidades sin ánimo de lucro por lo cual puede presentar fallas en su concepción desde el contexto de su operación teniendo en cuenta las particularidades de los tipos de empresas sociales (mutuales, externas e híbridas). Sin embargo, autores como Gaiger (2004) lo conciben cuando se presenta:

- Presencia y reconocimiento en la comunidad de una identidad de trabajo asociativo.
- Existencia de organizaciones que lideran y movilizan a la comunidad.
- Regresión o selectividad del trabajo.
- Deficiencias de las políticas públicas destinadas a generar oportunidades económicas.
- Mediación de organismos externos o de apoyo para generar alternativas de asociatividad.

Bajo este contexto, los emprendimientos sociales son reconocidos por (Hoogendoorn, Pennings y Thurik, 2010):

- La creación de valor social
- Tener visión para aprovechar las oportunidades para crear valor social.
- Utilizar la innovación para la adaptación y creación de valor social.
- Suscitan la disposición al riesgo.
- Disposición de alcanzar el objetivo social propuesto con los recursos disponibles.

El emprendedor social

El emprendedor social promueve la generación de impacto social, entendido como: “Un mejoramiento significativo, en algunos casos, perdurable o sustentable en el tiempo, en alguna de las condiciones o características de la población objetivo y que se plantearon como esenciales en la definición del problema que dio origen” (Melián, Camps y Sanchis, 2011).

Competencias en emprendimiento social

Es de interés para el diseño de programas de formación en emprendimiento social, establecer cuáles son las competencias que deben desarrollar los individuos para formarse como emprendedores sociales, en tal sentido, estas competencias son aquellas que permiten a los sujetos desarrollar un proyecto emprendedor con el que generan crecimiento económico y cohesión social (Martínez y Carmona ,2009). Estas competencias se relacionan con: valores- ética, Organización y planificación del trabajo, estrategia, liderazgo y motivación, comunicacionales, negociación y actitudinales –personales.

Análisis de Programas de formación en emprendimiento social en Hispanoamérica

En este aparte se caracterizan programas de formación en emprendimiento social desarrollados en Latinoamérica con el fin de identificar aspectos relacionados con métodos de enseñanza, propósitos, métodos de evaluación y competencias que desarrollan, para lo cual se presentan los perfiles de interés identificados en programas de formación en emprendimiento social en Hispanoamérica:

Tabla 2. Programas de formación en emprendimiento social

Entidad	Denominación	Objetivo del programa /curso académico	Métodos de enseñanza	Competencias que desarrolla	Mecanismo evaluación
Universidad Católica de Temuco (Chile)	Competencias emprendedoras	Fortalecer y desarrollar conductas que favorezcan el perfil emprendedor	Sesiones participativas. Presentaciones orales de lo aprendido. Trabajo en equipo.	Innovación y creatividad. Filosóficas y éticas .	Bitácora de actividades. Coevaluación
Universidad de Deusto (España)		Transformar la idea emprendedora en una propuesta de valor.	Elaboración de proyectos o iniciativas sociales. Estudios de caso el análisis.	Comunicación. Liderazgo Organización. Gestión de personas.	Autoevaluación Informes Entrevista Portafolio Proyecto Coevaluación
Pontificia Universidad Javeriana Cali (Colombia)	Emprendimiento social	Motivar al estudiante a desarrollar su potencial creativo, a través del acompañamiento y el levantamiento de su proyecto de vida a la luz de la experiencia de vida	Aprendizaje colaborativo, aprendizaje basado en proyectos y mapas conceptuales.	Comunicación, de manera efectiva. Toma de decisiones bajo incertidumbre. Solución de problemas. Pensamiento crítico. Identificación de oportunidades,	Pruebas objetivas, Trabajo científico, Autoevaluación Actividades de apoyo , socialización con un invitado
Universidad Rafael Landívar (Guatemala)	Desarrollo de emprendedores	Dar a conocer y practicar con los estudiantes los valores, actitudes y comportamientos emprendedores.	Juegos empresariales, casos, asesorías, discusiones, presentaciones, simulaciones , vivencias específicas.	Responsabilidad, reconocer las fortalezas y debilidades personales .	

Pontificia Universidad Católica de Paraná (Brasil) Emprendedorismo Social	intervención de los estudiantes en comunidades	Tertulias, visitas de campo. desarrollo de proyectos	Filosofía y la ética.	Trabajo de investigación.
Universidad Nacional abierta y Distancia UNAD (Colombia) Observatorio Interdisciplinario Regional OIR	Dispositivo organizacional que gestiona integralmente estrategias de inclusión y proyección social	Proyecto de intervención social. Diagnostico organizacional solidarios	competencias relacionadas con el desarrollo de proyectos solidarios	Actividades intervención social

Fuente: Elaboración propia, análisis de modelo emprendimiento UNAD y Villa (2013)

Análisis de resultados –Discusión

Se infiere que los programas de formación en emprendimiento social tienen una evidente orientación al diagnóstico e identificación de problemas sociales en su contexto, de allí la importancia del trabajo en campo y del contacto con las comunidades. Lo cual se evidencia en las metodologías de aprendizaje perfiladas como: el trabajo en grupo, la implementación del aprendizaje por proyectos y el desarrollo de habilidades comunicacionales y relacionales (Handy, F., Ranade, B., y Kassam, M. 2007, Henrique, D.C. y Da Cunha, 2008).

Con respecto al análisis de investigaciones en torno a competencias en emprendimiento social, es de interés la importancia del desarrollo de habilidades relaciones y de negociación, adicionalmente el emprendedor social

debe actuar como un agente activo para trabajar en red con distintos grupos de interés y con su comunidad. También se confirma que los aspectos éticos y filosóficos cobran particular interés en la fijación de objetivos pues son la hoja de ruta que le permite establecer al individuo que proyectos implementar (Handy, F., Ranade, B., y Kassam, M. 2007, Henrique, D.C. y Da Cunha, 2008).

Propuesta de componentes de formación en emprendimiento social

Con estos antecedentes se propone como componentes de formación, los siguientes tres aspectos:

Propósito: Orientar los programas en la creación de propuestas o proyectos para satisfacer necesidades humanas donde se evidencie un alto nivel de innovación, de explotación de recursos y potencialidades del contexto y que permitan ser sostenibles.

Estrategia: Desarrollar actividades y métodos de enseñanza que incentiven:

- La generación de propuesta de problemáticas sociales
- La interacción y el trabajo en grupo
- La intervención en las comunidades

Estructura: Organizar el programa de formación en competencias relacionados con:

- Valores- ética
- Organización y planificación del trabajo
- Estrategia
- Liderazgo y motivación
- Capacidades comunicacionales y relacionales
- Negociación

Desarrollando actividades formativas como:

- Trabajo colaborativo
- Elaboración o diseño de proyectos
- Presentaciones orales y escritas
- Foros de reflexión y autocrítica
- Portafolios de trabajo.

Diseñar métodos de evaluación que permitan la autoevaluación y la coevaluación.

Referencias bibliográficas

Arias, C. y Castillo, E. (2011). «La Educación Para El Emprendimiento y Empresarismo Virtual: Potencialidades». Revista Virtual Universidad Católica del Norte. N.º 32 (febrero-mayo de 2011).

Bornstein, D. (2005). *Cómo cambiar el mundo: los emprendedores sociales y el poder de las nuevas ideas*. Barcelona: Editorial Debate

Dacin, T.; dacin, P.A. y tracey, P. (2011) Social entrepreneurship: a critique and future directions. *Organization Science*, vol. 22, n° 5, pp. 1203-1213.

Fayolle, A. y Gailly, B. (2008) From craft to science. Teaching models and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*, vol. 32, n° 7, pp. 569-593.

Handy, F., Ranade, B., & Kassam, M. (2007). To profit or not to profit: Women entrepreneurs in India. *Nonprofit Management and Leadership*, 17(4), 383-401.

- Henrique, D.C. y Da Cunha, S.K. (2008). Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. *Revista de Administração Mackenzie*, 9(5), 112-136.
- Klandt, Heinz, y Volkmann, Christine. Development and Prospects of Academic Entrepreneurship Education in Germany. *Higher Education in Europe*, Jul. 2006, Vol. 31, No. 2, pp. 195-208.
- Leviner, N., Crutchfield, L.R., Wells, D. (2007). «Understanding the Impact of Social Entrepreneurs: Ashoka's Answer to the Challenge of Measuring Effectiveness». R. Mosher-Williams (ed.). *Research on Social Entrepreneurship and Contributing to an Emerging Field* (89-103). Arnova. Recuperado de <https://www.ashoka.org/es-VE/file/understanding-impact-social-entrepreneurs-ashoka%27s-answer-challenge-measuring-effectiveness>
- McClelland, D.C. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Madrid: Narcea.
- Marina, J.A. (2010). «La competencia de emprender». *Revista de Educación*, 351. Enero-abril de 2010, pp. 49-71.
- Martínez F. y Carmona, G. (2009). «Aproximación al concepto de "competencias emprendedoras": Valor social e implicaciones educativas». *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación* (2009). Volumen 7, número 3.
- Moriano, J. A., Trejo, E., y Palací, F. J. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de psicología Social*, 16(2), 229-242.
- Osorio, F.F. y Pereira, F. (2011) *Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva*. Cuadernos de Administración, vol. 24, n° 43, pp. 13-33.
- Orrego, C.I. (2008). «La dimensión humana del emprendimiento». *Revista Ciencias Estratégicas*. Vol.16. N.º 20, pp. 225-235. Julio-diciembre de 2008.

Pfeilstetter, R. (2011) El emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de un concepto. *Gazeta de Antropología*, 27 (1). Disponible en: <http://www.gazeta-antropologia.es/?p=1346>

Sánchez, J.C. (2013) The impact of an Entrepreneurship Education Program on entrepreneurial competencies and Intention. *Journal of Small Business Management*, vol. 51, n° 3, pp. 447-465.

Villa, A. (2013). Un modelo de evaluación de innovación social universitaria responsable. *Bilbao: Universidade de Deusto*.

Identificación de aspectos de neuromarketing (neurociencia) que inciden el proceso de toma de decisión en productos de consumo masivo

Identification of neuromarketing (neuroscience) aspects that initiate the decision making process in mass consumption products

Andrea del Pilar Barrera Ortegón¹
Germán Fernando Medina Ricaurte²

1 **Perfil e Institución:** Administradora de Empresas de la Universidad Nacional de Colombia, Estudiante Doctorado en Administración Universidad de Celaya, Magister en Administración de Instituto Tecnológico de Monterrey, Especialista en Ingeniería de procesos y Gestión de la Calidad de la Universidad EAN y Docente Asistente de la UNAD, Integrante del Grupo de Investigación FENIX, .Investigador principal del proyecto El Comportamiento del consumidor y su proceso de toma de decisiones en relación con el uso del neuromarketing (neurociencia) en productos de consumo masivo. Coinvestigador en el proyecto Los efectos económicos de la variación de TRM en los precios de los productos a nivel de los consumidores y su efecto en el proceso de toma de decisión Par Académico del Ministerio de Educación Nacional, Experiencia en Dirección Académica Universitaria, Director de Curso de la Maestría en Administración de las Organizaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD-. andrea.barrera@unad.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1286-2623> email. andrea.barrera@unad.edu.co

2 **Perfil e Institución:** Economista, Magister en Administración de Organizaciones, Especialista en Gestión Pública, Especialista en Pedagogía para el desarrollo del Aprendizaje Autónomo, Docente Asistente de carrera de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, integrante del grupo de investigación Fénix. Investigador principal del proyecto Los efectos económicos de la variación de TRM en los precios de los productos a nivel de los consumidores y su efecto en el proceso de toma de decisión. Coinvestigador en el proyecto El Comportamiento del consumidor y su proceso de toma de decisiones en relación con el uso del neuromarketing (neurociencia) en productos de consumo masivo. german.medina@unad.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0706-0332> email. german.medina@unad.edu.co

Resumen

Este trabajo presenta lo avances desarrollados en el proyecto “El Comportamiento del consumidor y su proceso de toma de decisiones en relación con el uso del neuromarketing (neurociencia) en productos de consumo masivo aprobado por el comité de investigación de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables Económica y de negocios -ECACEN, en el cual surge a partir del estudio exploratorio de principios del neuromarketing y se busca identificar los aspectos del neuromarketing y de la neurociencia que inciden en el proceso de toma decisión del consumidor y como desde esa identificación de principios de neuromarketing visual se proponen aspectos y elementos para incluir dentro de un instrumento de observación para los productos de consumo masivo en los supermercados.

Para este propósito se realiza una revisión bibliográfica que contempla el proceso de decisión y la revisión de tres modelos de comportamiento del consumidor, permiten identificar la convergencia de estadios y elementos enmarcados en el proceso, lo que permite que se ubique el punto de intervención del neuromarketing, mediante el proceso de triangulación permite que se establezca un diagrama de ilustración del proceso, que brinda claridad del punto de intervención de los elementos del neuromarketing visual.

El proceso de elección de productos de consumo masivo se aborda desde las tipologías de productos y se indaga mediante muestreo por conveniencia los productos que adquieren las personas, clasificándolos en categorías, que definen los productos observables en los aspectos de neuromarketing visual para el proyecto y que son encontrados en los supermercados.

Palabras Clave

Neuromarketing, Comportamiento del Consumidor, productos de consumo masivo

Abstract

This paper presents the advances developed in the project "Consumer Behavior and its decision-making process in relation to the use of neuromarketing (neuroscience) in consumer products approved by the research committee of the School of Administrative Sciences, Accountants Economic and business -ECACEN, which arises from the exploratory study of principles of neuromarketing and seeks to identify aspects of neuromarketing and neuroscience that affect the decision-making process of the consumer and as from that identification of principles of Visual neuromarketing aspects and elements are proposed to be included within an observation instrument for consumer products in supermarkets.

For this purpose, a bibliographic review is carried out that contemplates the decision process and the review of three models of consumer behavior, allowing the identification of the convergence of stages and elements framed in the process, which allows the point of intervention of neuromarketing to be located, through the triangulation process allows a diagram of the process illustration to be established, which provides clarity of the point of intervention of the elements of visual neuromarketing.

The process of choosing products for mass consumption is approached from the typologies of products and it is investigated by convenience sampling the products that people acquire, classifying them into categories, which define the observable products in the aspects of visual neuromarketing for the project and that They are found in supermarkets.

Keywords

neuromarketing, Consumer Behavior, mass consumption products

Desarrollo de la Ponencia

El consumidor desde su necesidad endógena o exógena desarrolla procesos de toma de decisión sobre productos o servicio que satisfagan sus necesidades, el proceso de decisión de compra se ve influenciado por distintos aspectos y características que afectan de manera concreta la decisión, de acuerdo con los estudios realizados desde la neurociencia, el proceso de toma de decisión se efectúa en la parte más primitiva del cerebro humano de acuerdo con la estructura triuna del cerebro, primitivo, límbico y cortex. (Renvoisé P, Morin C. 2006)

La dinámica económica en la que se encuentran las organizaciones hace necesario que se contemple dentro de su estrategia el conocimiento de su cliente, el producto a ofrecer y de qué manera se debe ofrecer (Markides 2002). En este sentido el conocimiento del cliente, su proceso de toma de decisión y su comportamiento cobran relevancia en el horizonte estratégico de la organización.

En este contexto es necesario preguntarse, que aspectos de neuromarketing visual se utilizan para el caso de productos de consumo masivo en los supermercados que puede incidir en el proceso de toma de decisión.

La investigación sobre el consumidor como lo plantea Moskowitz, Rabino, Beckley y Villanueva, permite establecer cuáles son las creencias, valores, preferencias, percepciones, necesidades y satisfacciones que se conjugan para el desarrollo de un proceso de toma de decisión. (Citados en Morales & López, 2008, p.291) en este mismo sentido la acciones que realiza el área de mercadeo para lograr satisfacer las necesidades del consumidor se reflejaran en una mejora de la rentabilidad y participación del mercado por parte de la empresa. (Henríquez., Rada , y Jassir ,2016).

Los desarrollos en este campo de estudio han identificado que el comportamiento del consumidores proceso que cuenta con unas características particulares, donde se incluyen las actividades que realiza el consumidor que preceden, acompañan y siguen a la decisión de compra (Sánchez, 2015) el proceso estudiando se puede definir en tres etapas (Mollá et al. 2006), Pre compra, Compra y Post compra.

Dentro de los análisis de los investigadores se pueden identificar diferentes modelos de comportamiento que explican como el consumidor desarrolla el proceso.

Frente a la definición de lo que es un producto, se puede afirmar que es un bien o servicio con unas características específicas de forma tangible o intangible que satisfacen una necesidad y que puede ser transado en el mercado. Dentro de mercado se encuentran los productos de consumo que se refieren a un bien que se adquiere para satisfacer los deseos personales (Lamb *et al.*, 2003).

Estos productos de consumo suelen clasificarse de acuerdo con el patrón de compra que asumen los consumidores frente a ellos, el patrón incluye el precio y la cantidad de información que se debe procesar antes de decidir adquirirlo (Copeland, 1923).

Dentro de la tipología y el desarrollo del marketing encontramos la acepción productos de consumo masivo los cuales guardan estrecha relación con una alta demanda debido que son demandados por todos los niveles de la sociedad, llevando a los productores a la competencia para ampliar su participación en el mercado ofreciendo propuesta de valor alternativas (Roca, 2016)

La metodología aplicada en el presente trabajo de investigación es un enfoque cualitativo de carácter descriptivo y empírico que busca, identificar categorías(variables) y confrontarlas con la realidad. (Cazau 2006), bajo del desarrollo del esquema pozas y apoyado en el procedimiento de triangulación y convergencia de Guillermo Briones (1981)

Con base en la revisión de los diferentes modelos de comportamiento del consumidor se puede identificar que, de acuerdo con las etapas del proceso de toma de decisión, el estadio de pre compra es donde se ubica el punto central del proceso y del origen de comportamiento del consumidor

El estadio de pre compra donde el cerebro realiza su proceso de elección para hacer efectivo el proceso de toma de decisión y es en la búsqueda de

información donde el neuromarketing visual puede aportar información que contribuya a realizar un proceso de decisión eficiente y que, de acuerdo con el planteamiento de Páramo, (1999), se llegue al punto de convergencia del auto concepto del consumidor y la imagen del producto.

La identificación de los aspectos de neuromarketing visual como la atención, la luz y el color junto con la descripción de elementos constitutivos son el soporte para la elaboración de un instrumento para la observación de los productos de consumo masivo en los supermercados.

Bibliografía

American Marketing Association Definición de producto 2013

Avedaño, C. W. R. (2013). Un caso práctico para el análisis del neuromarketing visual en el Centro Comercial Ventura Plaza (Cúcuta, Colombia) 29(49)

Baptista M, León M and Mora C, (2010) "Neuromarketing: conocer al paciente por sus percepciones," Tec. Empresarial, vol. 4, no. 3, pp. 9- 19, 2010, ISSN: 1659-3359

Barreto, I., Velandia-Morales, A. & Rincón, J. (2011). Estrategias metodológicas para el análisis de datos textuales: aplicaciones en psicología del consumidor. Suma Psicológica, 18(2), 7-15.

Blackwell, R. D., Miniard, P. W. y Engel, J. F. (2002). "Comportamiento del Consumidor" (9ª edición). México: Editorial Thompson.

Braidot Nestor (2014) Neuromarketing ¿Por qué tus clientes se acuestan con otro si dicen que les gustas tú? Primera Edición. Editorial Planeta

Briones, Guillermo. (1981). Métodos y Técnicas de investigación para las ciencias sociales. La formulación de problemas de investigación social. Uniandes. Bogotá.

- Cazau P, (2006) Introducción a La Investigación en Ciencias Sociales Tercera Edición. Buenos Aires. Briones, Guillermo. (1981). Métodos y Técnicas de investigación para las ciencias sociales. La formulación de problemas de investigación social. Uniandes. Bogotá.
- Cerda Hugo. (2002). Los Elementos de la Investigación. Editorial el Buho Ltda. Bogotá. 3ª reimpresión.
- Copeland Melvin T. (1923). "Relation of consumers' buying habits to marketing methods". Harvard Business Review, Vol. 1, No. 3, 282-289.
- Droulers, O., y Rouillet, B. (2007), "Émergence du neuromarketing: apports et perspectives pour les praticiens et les chercheurs". *Décisions Marketing*, (46).
- Engel, J. F., Blackwell, R. D. y Kollat, D. T. (1978). "Consumer Behavior". (3ª Edición). Chicago: Editorial Dryden Press.
- Fraser, Tom y Banks, Adam. (2005). Color: La guía más completa. EVERGREEN. España.
- Hawkins, D. I., Best, R. J. y Coney, K. A. (2004). "Comportamiento del consumidor: Construyendo Estrategias de Marketing". (9ª Edición). México: Editorial McGraw Hill Interamericana
- Henríquez Fuentes, G. R., Rada Llanos, J. Á., & Jassir Uffre, E. (2016). Análisis del comportamiento del consumidor: medición cuantitativa del servicio en estudiantes de Administración de una universidad acreditada en Barranquilla. *Psicogente*, 19(36), 266-283.
- Jacoby, J. (1976). "Consumer Psychology: An Octennium". *Annual Review of Psychology*, 27, pp. 331-358.
- Kandel, e., j. Schwartz y th. Jessell. (1997). Neurociencia y conducta. Madrid: Prentice Hall

- Kandel E.; Schwartz J; Jessell T , (2001) Principios de Neurociencia Mcgraw-Hill
- Kantar World panel (2018) Brand Foot Print A Global Ranking Of The Most Chosen Consumer Brands Colombia Recuperado el 30 de agosto de 2018, de <https://www.kantarworldpanel.com/co>
- Karmarkar, Uma R. "Note on Neuromarketing." Harvard Business School Background Note 512-031, September 2011
- Kotler, P. y Keller, K. L. (2006). "Dirección de Marketing" (12^a edición). Mexico: Editorial Prentice-Hall.
- Lamb, Charles, Joseph F. Hair y Carl McDaniel (2003). Marketing, 6^a ed., México: Thomson.
- Lee, N., Broderick, A. J., y Chamberlain, L. (2007), "What is "neuromarketing"?" A discussion and agenda for future research". En: *International Journal of Psychophysiology*.
- Loudon, D. L., Della Bitta, A. J. (1993). "Consumer Behaviour: Concepts and Applications". New York: Editorial McGraw-Hill.
- Madan, C. (2010). Neuromarketing: The next step in market research? Eureka. Vol. 1 n. 1, pp. 34-42.
- Malfitano, O., Arteaga, R., Romano, S., & Scínica, E. (2007). Neuromarketing: cerebrando negociosy servicios. Buenos Aires: Granica.
- MacCarhy J., & Perreault, W. (1997). Marketing Planeación Estratégica de la Teoría a la Práctica. Mc Graw Hil, 1.
- Maslow, A. H. (1991). *Motivación y personalidad*. Ediciones Díaz de Santos.
- Markides C (2002) En la Estrategia está el Éxito, Bogotá, Editorial Norma

- Mercado, K. E., Perez, C. B., Castro, L. A., & Macias, A. (2019). Estudio Cualitativo sobre el Comportamiento del Consumidor en las Compras en Línea. *Información Tecnológica*, 30(1), 109–120. <https://doi-org.bibliotecavirtual.unad.edu.co/10.4067/S0718-07642019000100109>
- Morales, A. & López, W. (2008). Investigación cualitativa y psicología del consumidor: alternativas de aplicación. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 26(2), 290-303.
- Morin, C. (2011). *Neuromarketing: The New Science of Consumer Behavior* Spring Science+Business Media. Recuperado el 30 de agosto de 2018, de <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs12115-010-9408-1>
- Morin, E. (1987). *O método III: o conhecimento do conhecimento*. Lisboa: Europa-América.
- Mollá, A., Berenguer, G., Gómez, M. A. y Quintanilla, I. (2006). "Comportamiento del Consumidor". Barcelona: Editorial UOC.
- Murphy, Patrick E. y Ben M. Enis (1986). "Classifying products strategically". *Journal of Marketing*, No. 50, 24-42
- Páramo, D (1999). Hacia un modelo simbólico cultural del Comportamiento del Consumidor. *Revista Pensamiento & Gestión*, de la División de Ciencias Administrativas. Universidad del Norte. Barranquilla. Número 7. Diciembre
- Pradeep, A.K. (2010). *The Buying Brain*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey-USA
- Pérez, Mayra. (1997). *Atención, Conciencia y Sueño*. Unidad V. Facultad de Medicina. Universidad del Zulia. Resultados no publicados. Maracaibo, Venezuela
- Renvoisé, Patrick y Morin, Christophe. (2006). *Neuromarketing: El Nervio de la Venta*. Editorial UOC. España

- Roca, C (2016) Qué son los productos de consumo masivo y sus mejores prácticas. COMERCIO Y VENTAS recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/productos-de-consumo-masivo-comercio-ventas/>
- Russell, Dale. (1990a).El Libro del Amarillo. Editorial Gustavo Gili. España.
- Russell, Dale. (1990b).El Libro del Azul. Editorial Gustavo Gili. España.
- Russell, Dale. (1990c).El Libro del Blanco y Negro. Editorial Gustavo Gili. España.
- Russell, Dale. (1990d).El Libro del Rojo. Editorial Gustavo Gili. España.
- Sánchez, D (2015) comportamiento del consumidor en la búsqueda de información de precios on-line (tesis doctoral) universidad autónoma de Madrid, España
- Solomon, M. R., D. W. Dahl (2014), Consumer behavior: Buying, Having, and Being, 6 a Ed., Pearson, Toronto, Canada (2014)
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., Walker, B. J., Báez, E. P., Martínez, J. F. J. D., Nicolesco, J. D., & Garza, A. C. (2007). Fundamentos de marketing.
- Sirkis, G. (2018). ¿Cómo son los consumidores argentinos? Medición de la conformación del yo y comparación con otras culturas. Documentos de Trabajo, (625), 1–30.
- Underwood, G., y Foulsham, T. (2006). Visual saliency and semantic incongruency influence eye movements when inspecting pictures. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 59 (11), 1931 – 1949.
- Vera Martínez (2010) , Jorge Diferencias en el perfil de involucramiento entre productos de conveniencia y productos de comparación Contaduría y Administración, núm. 231, mayo-agosto, 2010, pp. 127-149 Universidad Nacional Autónoma de México Distrito Federal, México

Vivardo, R. (2012). Los inicios del Neuromarketing. NEUROFELICIDAD-Creciendo como seres humanos y aprendiendo a ser felices.

Villareal, F. J. (2012). Logística Integral: Una alternativa para crear valor y ventajas competitivas en las pequeñas y medianas empresas (pymes) del Sector Calzado. Nova Scientia, 165-202.



Turismo de bienestar, una apuesta para la subregion norte del departamento del Huila

Welfare tourism, a bet for the north subregion of the department of Huila

Martha Yaneth Cortés Lemus¹

¹ Perfil: Contador Público. Especialista en Revisoría Fiscal y Contraloría. Especialista en Derecho Tributario y Aduanero. Institución: Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7197-6172> Email: martha.cortes@unad.edu.co yanethlemus@gmail.com

Resumen

El turismo de bienestar se ha convertido en un estilo de vida, y en una industria creciente, cada día más personas se invierten tiempo y recursos por gozar de una mejor calidad de vida involucrando y desarrollando hábitos saludables como una adecuada alimentación, ejercicio regular y disminución de niveles de estrés. En el sentir, lucir y vivir bien física y espiritualmente intervienen diferentes sectores económicos y de servicios que con el respaldo e interés del sector público hacen menos gravosa el sistema de salud, haciendo que cada individuo tome conciencia que su bienestar depende de su proceder y responsabilidad consigo mismo.

Este artículo de ponencia presenta los avances de la investigación titulada: Estado actual y lineamientos de gestión para promover el turismo de salud y bienestar en el departamento del Huila, la cual se desarrolla bajo el enfoque cualitativo con la técnica de grupos focales para la recolección de la información. Esta investigación busca plantear lineamientos y rutas para desarrollar turismo de Bienestar en el departamento del Huila, Subregión Norte aprovechando los diferentes escenarios naturales con que cuenta de tal manera que se aproveche al máximo los recursos naturales que ofrecen bienestar.

En el estudio a los antecedentes se ha encontrado que en otros departamentos ya se está desarrollando el turismo de bienestar con óptimos resultados económicos y sociales y gran potencial de crecimiento que han sido tomados de referentes internacionales que son objeto de análisis en esta investigación para reconocer la ruta y los procesos que realizan.

Palabras Clave

TURISMO; BIENESTAR; VIDA; SALUD; CALIDAD

Abstract

Wellness tourism has become a way of life, and a growing industry, more and more people are investing time and resources to enjoy a better quality of life involving and developing healthy habits such as adequate food, regular exercise and decline of stress levels, thereby allowing it to prolong it healthily. In the feeling, looking and living well physically and spiritually, different economic and service sectors intervene that, with the support and interest of the public sector, make the health system less burdensome, making each individual aware that their well-being depends on their behavior and responsibility. with himself.

This paper presents the progress of the research entitled: Current status and management guidelines to promote health and wellness tourism in the department of Huila, which is developed under the qualitative approach with the focus group technique for collecting information. This research seeks to propose guidelines and routes to develop Wellness tourism in the department of Huila, North Subregion, taking advantage of the different natural scenarios that it has in such a way that it takes full advantage of the natural resources that offer well-being.

In the study of the background, it has been found that in other departments, well-being tourism is already being developed with optimal economic and social results and great growth potential that have been taken from international references that are analyzed in this research to recognize the route and the processes they perform.

Keywords

TOURISM; WELLNESS; LIFE; HEALT; QUALITY

Desarrollo de la Ponencia

En la actualidad, la mayoría de los países se esfuerzan porque su sistema de salud capacite y concientice a sus habitantes en la prevención de enfermedades ocasionadas por inadecuados hábitos saludables de vida, relacionados con la alimentación, ejercicio físico y manejo del estrés. Ante esto convergen de la industria del turismo y la del mercado de bienestar.

Con lo anterior, se pretende en primer lugar determinar el estado actual del turismo de bienestar en la subregión norte del departamento del Huila como factor determinante en su desarrollo social y económico, que en otros departamentos de Colombia es considerado como potencial.

La industria del turismo de bienestar ha generado 369 millones de dólares al año y un 6.5% de incremento entre 2015 y 2017 siendo mayor que la del turismo en general según Global Wellness Tourism Economy (GLOBALWELLNESSINSTITUTE.ORG, 2018). Según ProColombia, Colombia cuenta con más de 60 empresas entre spas, centros de bienestar y termales, enfocadas en la calidad de vida de las personas.

Esta situación ha llevado a que se generen cuatro categorías según De la Puente²: Medicina curativa, preventiva, estética y de bienestar.

Uno de los aspectos a analizar es la edad a la hora de hablar de turismo de bienestar; para un turista de bienestar en la década de sus veinte años la actividad física es determinante y buscan tratamientos preventivos, intervenciones quirúrgicas y tratamientos estéticos; alrededor de sus treinta años de edad sufren de un alto nivel de estrés laboral y personal (Revista Istmo, 2013), lo que hace que se interesen en tratamientos para lograr tranquilidad interna y mejorar su nutrición; en la década de los cuarenta años se preocupan por los efectos de su rutina y su estilo de vida, y prestan atención a sus hábitos alimenticios, manejo de peso, de sueño y del estado emocional; ya en la etapa de los cin-

2 De la Puente Mario, Revista Económica del Caribe No. 16, 2015

cuenta años de edad se redescubren relaciones viejas y nuevas, tratamientos preventivos, prestando atención a procedimientos psicológicos y alternativos; y finalmente a los sesenta años de edad o más tienden a encarar la pérdida de un ser querido, con la estabilidad económica construida, buscan actividades novedosas para aprovechar su tiempo, y abordar la ausencia de seres queridos (Programa de Transformación Productiva, 2015).

De la subregión norte del Departamento del Huila se han seleccionado cuatro municipios:

Neiva: Capital del departamento, para quienes prefieren la zona urbana, con centros comerciales, iglesias, spas y clínicas de tratamientos estéticos, parques y monumentos como La Gaitana, Neiva Ciudad Villamil.

Rivera: Municipio de Rivera, con una temperatura ideal, es por excelencia destino turístico donde se podrá disfrutar de cascadas, y las fuentes de agua termal y senderos con actividades agropecuarias como la ruta del cacao.

Villavieja: Hacia el norte de Neiva está el desierto de la Tatacoa en el municipio de Villavieja, ofreciendo recorridos El Cusco, El Observatorio Astronómico, Los Hoyos, Valle de los Xilópalos; y el Museo Paleontológico.

Yaguará: Conocida como la capital piscícola, ganadera y turística del departamento, con el gran embalse o represa hídrica de Betania se desarrollan actividades de pesca y náuticas.

Metodología

Este proyecto se desarrolla bajo el enfoque cualitativo, de tipo descriptivo, con técnica de grupos focales se hará mesas de trabajo con expertos de los sectores económicos del sector privado y gubernamental para construir el turismo de bienestar pertinente a la subregión norte del departamento del Huila; así mismo, la técnica de revisión documental para recopilar información

y consolidar el marco teórico y antecedentes de la investigación sobre “Estado actual y lineamientos de gestión para promover el turismo de salud y bienestar en el departamento del Huila”

Conclusiones

- 1). El turismo de bienestar es tendencia en crecimiento a nivel mundial y la región norte del departamento del Huila cuenta con el insumo necesario para su desarrollo: La belleza y magia de sus paisajes.
- 2). Se requiere concientizar los operadores turísticos de esta fuente de desarrollo, capacitarles con el fin de aumento de visión al respecto.
- 3). Es un gran potencial económico para la región Norte del departamento del Huila.
- 4). Es fundamental la creación de una política pública de turismo de bienestar en el departamento del Huila

Referencias bibliográficas

De la Puente, M. A (2015). SECTOR DE TURISMO DE SALUD: CASO COLOMBIA,

Revista económica del Caribe No. 16. <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/economia/article/view/7226/8124>

De la Puente , M. A. (2017). *TURISMO DE SALUD, Dinámica internacional y el caso Colombia.* Barranquilla: Universidad del Norte.

Espinoza, M. (18 de Febrero de 2016). *FORBES.COM.MX.* Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/mexico-wellness-latinoamerica/>

GLOBALWELLNESSDAY. (s.f.). *Que es el GWD.* Recuperado el 21 de agosto de 2019, de <http://www.globalwellnessday.org/about/what-is-gwd/>

GLOBALWELLNESSINSTITUTE.ORG. (Noviembre de 2018). *Global Wellness Tourism Economy*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/11/GWI_GlobalWellnessTourismEconomyReport.pdf

GOBERNACION DEL HUILA. (Diciembre de 2015). *DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO EVENTOS, FERIAS Y FIESTAS*. Recuperado el 22 de Agosto de 2019, de <http://turismo.huila.gov.co/storage/app/uploads/public/5c4/73e/35a/5c473e35a75e2524107540.pdf>

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE. (19 de Mayo de 2019). *Colombia, el segundo país más biodiverso del mundo, celebra el Día Mundial de la Biodiversidad*. Recuperado el 23 de Agosto de 2019, de <http://www.minambiente.gov.co/index.php/noticias/4317-colombia-el-segundo-pais-mas-biodiverso-del-mundo-celebra-el-dia-mundial-de-la-biodiversidad>

Petrevska , B., & Kjosev , S. (Julio de 2015). *PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN MARCOS REGIONALES*. Recuperado el 22 de Agosto de 20109, de https://www.researchgate.net/publication/300115283_PLANNING_TOURISM_DEVELOPMENT_IN_REGIONAL_FRAMES

TERMATALIA. (s.f.). *Presentación*. Recuperado el 21 de agosto de 2019, de <https://www.termatalia.com/termatalia.php>



Incidencia del BPM (business process management) en la productividad de las pymes metalmecánicas en la ciudad de Bogotá, D.C. (Localidad de Fontibón)

Impact of the BPM (business process management) on the productivity of metalmechanical smes in the city of Bogotá, D.C. (Location of Fontibón)

Julio Alberto Rodríguez Pinzón¹
Ofelia Palencia Fajardo²

1 Administrador de Empresas, Especialista en Administración Financiera, Especialista en Docencia Universitaria, Magister en Administración de Organizaciones. Docente de TC. Área financiera Facultad de Administración de Empresas Universidad Santo Tomás de Bogotá D.C. ORCID:0000-0001-5121-9433- rp.julio@hotmail.com

2 Economista, especialista en Gestión del desarrollo regional, especialista en pedagogía para el desarrollo de aprendizaje autónomo, MBA Bussines Administration, Magister en Administración de organizaciones. Tutor Universidad Nacional Abierta y a Distancia, ECACEN ORCID: 000-0002-87137573- Ofelia.palencia@unad.edu.co

Resumen

la presente ponencia tiene como propósito aplicar la metodología BPM (Business Process Management), en las Pymes Metalmecánicas de la ciudad de Bogotá (Localidad de Fontibón), y proponer las buenas prácticas en el logro de la productividad a través del método **ITIL (Biblioteca de la Infraestructura de Tecnologías de Información)**, el cual está basado en la calidad del servicio, el desarrollo eficaz y eficiente de los procesos mediante la gestión de los sistemas de información y la mejora continua a partir del control y conocimiento de los productos manufacturados que se ofrecen.

Así mismo las estadísticas de la Encuesta Mensual Manufacturera del DANE-dic.2018. (DANE, 2018) muestran que las Pymes de la industria metalmecánica comparando el año 2018 con el 2017 disminuyeron sus ventas, su producción, el personal ocupado tanto del área de producción como de los niveles administrativo y de ventas en porcentajes muy significativos, los cuales evidencian una baja productividad y competitividad.

La implementación del BPM, buscará una visión integral de estas Pymes mediante una gestión compuesta de metodologías y tecnologías, cuyo objetivo es mejorar su desempeño con eficiencia y eficacia en la optimización de los procesos y recursos.

Se utilizó la metodología de Investigación Descriptiva ya que “reseña las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio” (J.Salkind, 1998).

Para la recopilación de la información se utilizó la técnica de la Encuesta aplicada en fuentes primarias a 35 Pymes según muestra representativa del DANE (2018), habiéndose seleccionado los Grupos CIIU2817/2819/2822, de la clasificación de las Naciones Unidas.

Como fuentes secundarias se utilizó información de bases de datos, libros, revistas, documentos, conceptos de entidades de gobierno y privadas tales como Dane, Cámara de Comercio de Bogotá, Acopi, Fedemetal, Andi, boletines Alcaldía de Bogotá, entre otros.

En las Pymes Metalmecánicas de la ciudad de Bogotá (Localidad de Fontibón) se pudo evidenciar la existencia de procesos retrógrados y obsoletos, falta de capacitación del personal, la no implementación de nuevos procesos, la falta de adopción de buenas prácticas, lográndose grandes mejoras y beneficios en su proceso productivo mediante la utilización del BPM y el método **ITIL (Biblioteca de la Infraestructura de Tecnologías de Información)** en sus diferentes procesos de gestión, lo cual llevaría a un cambio

en la cultura organizacional, haciéndose necesario la capacitación continua para el personal de la empresa en los diferentes niveles sobre los nuevos procesos y el uso de las herramientas TIC.

Así mismo con la implementación del BPM y la metodología **ITIL (Biblioteca de la Infraestructura de Tecnologías de Información) para la propuesta de** buenas prácticas de productividad, puede traer grandes en todos los procesos de la organización empresarial donde estas herramientas puedan ser aplicadas.

Palabras Claves

Pymes metalmecánicas; Productividad; BPM; ITIL; Competitividad; Eficiencia; Gestión de Procesos.

Abstract

The purpose of this paper is to apply the BPM methodology (Business Process Management), in the Metalworking SMEs of the city of Bogotá (Town of Fontibón), and propose good practices in achieving productivity through the ITIL method (Library of the Information Technology Infrastructure), which is based on the quality of the service, the effective and efficient development of the processes through the management of the information systems and the continuous improvement from the control and knowledge of the manufactured products that are offer.

Also the statistics of the Monthly Manufacturing Survey of DANE-Dec. 2018. (DANE, 2018) show that SMEs in the metalworking industry comparing the year 2018 with 2017 decreased their sales, their production, the staff employed in both the production area and the administrative and sales levels in very significant percentages, which They show low productivity and competitiveness.

The implementation of the BPM will seek an integral vision of these SMEs through a management composed of methodologies and technologies, whose objective is to improve their performance with efficiency and effectiveness in the optimization of processes and resources.

The Descriptive Research methodology was used as it "reviews the characteristics or features of the situation or phenomenon under study" (J. Salkind, 1998).

For the collection of the information, the Survey technique applied in primary sources to 35 SMEs was used according to a representative sample of the DANE (2018), having selected the ISIC2817 / 2819/2822 Groups, from the United Nations classification.

As secondary sources, information was taken from databases, books, magazines, documents, concepts of government and private entities such as Dane, Bogotá Chamber of Commerce, Acopi, Fedemetal, Andi, Bogotá City Hall newsletters, among others.

Likewise, the use and implementation of the BPM and the ITIL method (Library of Information Technology Infrastructure) will lead to great improvements and benefits in the different processes of the organization.

Keywords

SMEs metalworking; Productivity; BPM; ITIL; Competitiveness; Efficiency; Process management.

Desarrollo

Los resultados obtenidos en las Estadísticas de los cálculos DICE (Dirección Cartográfica y Estadística del D.C.) SDP (Secretaría Distrital de Planeación D.C), en las Pymes Metalmecánicas, muestran la falta de ejecución de factores tales como el desempeño económico, desempeño del mercado, infraestructura, implementación de las Tics, capacitación del recurso humano y una baja economía basada en el conocimiento, llevándolas a mostrar bajos indicadores de productividad y competitividad.

Se identifica la falta de productividad de las Pymes Metalmecánicas con una serie de procesos en su mayoría improvisados y obsoletos en el sistema de producción, de ensayo y error, los cuales son ejecutados por los trabajadores en su tareas diarias dentro del proceso productivo, dando como resultados cifras que evidencian una baja productividad y competitividad tales como sus niveles de ingresos, generación de empleo entre otros que buscan encontrar las variables centrales y dinámicas que ayuden a entender lo que está ocurriendo.

Estas Pymes Metalmecánicas requieren mejoras en las tareas de producción, capacitación, motivación a sus trabajadores, metas de fabricación, objetivos de producción, las cuales son prioridades fundamentales de carácter productivo y competitivo.

La presente investigación tiene como objetivo dar a conocer el impacto sobre la productividad de las Pymes Metalmecánicas mediante El Business Process Management o BPM, el cual permite la eficiencia y efectividad de los procesos de negocio, el servicio al cliente, el control y visibilidad de los procesos, la participación y capacitación del personal en los procesos y la automatización de los procesos críticos.

Así mismo se establecerán nuevas prácticas de gestión a los administradores a través del ITIL (Information Technology Infrastructure Library), determinando los procesos críticos e implementando mejores herramientas y documentos que les permitan mejorar la calidad de sus servicios, lo cual llevará a

mejorar la satisfacción del cliente y así poder lograr el alcance de los objetivos estratégicos de la organización.

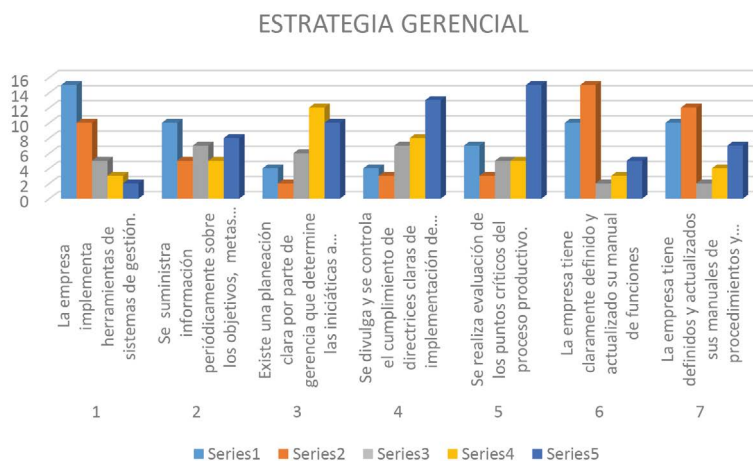
Se hace necesario evaluar la eficiencia en la industria metalmeccánica caracterizada por la cantidad de productividad, así como los gastos para el logro de las actividades necesarias y sus características físicas, la productividad de los bancos de trabajo, las posibilidades técnicas y la posible precisión de piezas en función de las instalaciones de banco de trabajo.

Así mismo es fundamental conocer que la competitividad y la rentabilidad de las empresas en la industria de la ingeniería mecánica metalúrgica dependen en gran medida de la eficiencia del proceso de producción,

Haciéndose necesario mejorar su calidad, capacidad productiva y competitividad a través de la mejora de sus procesos. (Verdins & Kanaska., 2011).

Diagnostico global

De conformidad con la encuesta aplicada a 35 pymes metalmeccánicas de la localidad de Fontibón.



La implementación del BPM (Business Process Management), mejora el desempeño, de la organización mediante el perfeccionamiento continuo, buscando su competitividad y flexibilidad para adaptarse a los frecuentes cambios de entorno y de mercado. (Garimella, Lees, & Williams., 2017).

Business Process Management (BPM) es un conjunto de métodos, herramientas y tecnologías utilizados para diseñar, representar, analizar y controlar procesos de negocio operacionales. BPM es un enfoque centrado en los procesos para mejorar el rendimiento que combina las tecnologías de la información con metodologías de proceso y administración. BPM es una colaboración entre personas de negocio y tecnólogos para fomentar procesos de negocio efectivos, ágiles y transparentes. (Garimella, Lees, & Williams., 2017).

Por la importancia de las Pymes se crea la necesidad de alcanzar altos niveles de calidad para lograr ciertos estados de productividad y competitividad que les permita aumentar su participación en el mercado nacional e internacional. Sin embargo, continúan presentando dificultades, entre otras, aquellas asociadas a aspectos técnicos y de calidad relacionadas con dichos mercados. (López-, 2016).

El uso de la metodología del ITIL (Information Technology Infrastructure Library), en las Pymes llevará a las propuestas de buenas prácticas muy operativas en materia de gestión en servicios informáticos.

Es un enfoque pragmático de la informática, lo que llamamos buenas prácticas en informática y particularmente en servicios informáticos. (Baud., 2016).

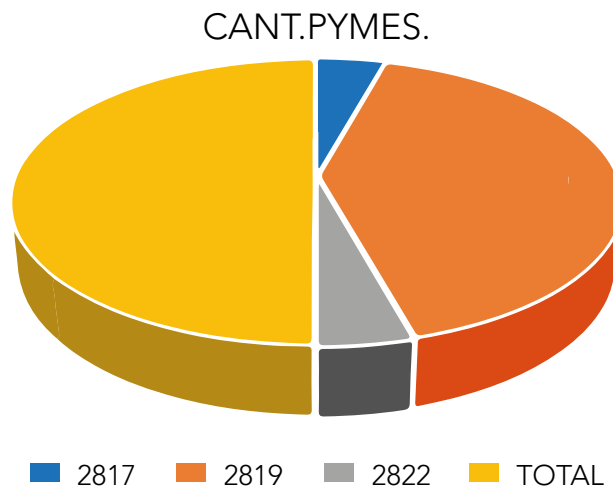
Metodología

La presente investigación se realizó mediante el método de investigación descriptiva considerando que esta " reseña las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio." (J.Salkind., 1998).

Para la recopilación de la información se consideraron fuentes de recolección de información primarias y secundarias, a través de la técnica de la encuesta donde se origina la información de desde el lugar donde desarrollan la actividad económica las Pymes Metalmecánicas de la localidad de Fontibón, de la ciudad de Bogotá, D.C.

La muestra representativa se ha determinado en forma selectiva de conformidad con la clasificación CIIU de las Naciones Unidas, acogida por el DANE, se ha seleccionado la División 28 y los Grupos 2817/2819/2822 de una muestra de 35 pymes.

https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU_Rev4ac.pdf



Fuente: Propia.

Como fuentes secundarias se utilizaron todas aquellas fuentes que ofrecen información sobre el tema como bases de datos, libros, revistas, documentos, conceptos de entidades de gobierno y privadas tales como Dane, Cámara de Comercio, Acopi, Fedemetal, Andi, Boletines Alcaldía de Bogotá, tesis universitarias, entre otros.

Esta investigación presenta una justificación metodológica teórica ya que genera reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente sobre la productividad de las Pymes Metalmecánicas, como es la Gestión de Procesos de Negocios (BPM), lo cual busca mostrar soluciones a esta problemática haciendo justificación teórica.

Es así como la Gestión de Procesos de Negocios (BPM), habla de Tecnologías de Información (TI), constituyendo un factor fundamental en mejorar la productividad de las Pymes Metalmecánicas siendo un paradigma que abarca un conjunto de conceptos, métodos, técnicas y herramientas de software que brindan soporte al ciclo de vida de los procesos de negocio en una organización denominado ciclo BPM, cuyo objetivo es lograr una gestión integral y horizontal que garantice el aumento de la agilidad y la eficiencia empresarial; así como la generación de ventajas competitivas, bajo la premisa de mejora continua. (Yulieth Espinosa Cruz., 2014).

El BPM permite a las empresas modelar, implementar y gestionar los procesos de negocio, los cuales abarcan múltiples aplicaciones empresariales, departamentos, y diferentes áreas involucradas.

El BPM es una nueva categoría de software y que permite abrir una nueva era en la infraestructura de las Tecnologías de Información TI.

El tema de los procesos es considerado en el contexto de la organización industrial como Organización de procesos u Organización de flujos de operaciones, concentrándose en la división y articulación de tareas, el cálculo y optimización de tiempos de operación, etc., los cuales son complementos de la Organización estructural, como definición de puestos, áreas, divisiones, departamentos, secciones, grupos. etc. (Mallar Miguel Ángel., 2010).

Referencias bibliográficas

- Cámara de Comercio de Bogotá, D.C. (2017). *Perfil Económico y Empresarial de la Localidad de Fontibón*. Bogotá, D.C.: CCB.
- DANE. (2018). *Encuesta Mensual Manufacturera*. Bogotá.
- Echeverría, J. C., Aguilar, M. E., & Buitrón, P. E. (2018). Competitiveness in small and medium sized businesses in the Metropolitan District of Quito. Vol 2 No.2.
- García, J. A., Castro, W. A., & Gómez, O. D. (2010). Integral methodology simulations support for the improvement of production systems job shop. *INGENIERIA E INVESTIGACIÓN*. VOL.30, 97-106.
- Garimella, K., Lees, M., & Williams, B. (2017). BPM-GERENCIA DE PROCESOS DE NEGOCIOS. Working paper (PDF).
- Gutiérrez, J. A. (2016). LA PRODUCTIVIDAD EN LA INDUSTRIA METALMECÁNICA.
- J. Salkind, N. (1998). *Métodos de Investigación*. México: Prentice Hall.
- López, D. C. (2016). FACTORES DE CALIDAD QUE AFECTAN LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE SECTOR INDUSTRIAL METALMECÁNICO. *Ciencia e Ingeniería*, 99-107.
- Mayoral, M. L., & Álvarez, S. (2016). La autogestión como única alternativa: aprendizaje emergentes de los procesos de recuperación de empresas en el sector metalmeccánico de Tandí (Argentina). *REVISTA GESTIÓN DE LAS PERSONAS Y TECNOLOGÍA- ISSN 0718-5693- EDICIÓN N° 25- UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE*.
- MinCIT. (2018). *Informe de Gestión-Sector Comercio, Industria y Turismo*. Bogotá.: MinCit.
- Verdins, G., & Kanaska, D. (2011). INVESTIGACIÓN EN LA EFICACIA DEL TRABAJO DEL METAL DE DEPENDENCIA EN SERVICIOS DE BANCO. *Universidad de Letonia*.

Herramientas de Orientación de Marketing Personal para Egresados Cesantes de ECACEN del CEAD Ibagué en Búsqueda de Empleo

Personal Marketing Orientation Tools for ECACEN unemployed graduates of CEAD Ibagué in Job Search

Heydy Yohana Tamayo Solórzano¹

Oscar Mauricio Tejada Durán²

Angela Ibeth Soto³

1 Maestrante en Administración de Negocios, Especialista en Gestión Empresarial y Economista UNAD. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4319-1279>

Email: heydy.tamayo@unad.edu.co

2 Magister en Dirección de Marketing UNAD

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1598-1385>

Email: oscar.tejada@unad.edu.co

3 Administradora de Empresas

UNAD

ORCID:

Email: anibso79@hotmail.com

Resumen

Este proyecto tiene como objetivo principal brindar herramientas tecnológicas y didácticas enfocadas al desarrollo de competencias blandas y mejoramiento del perfil profesional de los egresados de la escuela ECACEN del CEAD Ibagué, que actualmente se encuentran cesantes y en la búsqueda de empleo.

El diseño de las herramientas está contemplado principalmente en un manejo sencillo que les facilite a los egresados cesantes y en búsqueda de empleo, la contextualización, apropiación y transformación de conocimientos y contenidos en productos de marketing personal que afianzarán su capacidad de ofertar en el mercado laboral su perfil con un plus único, el cual ha sido identificado previamente por el egresado con el desarrollo de sus competencias en la implementación de la guía de estrategias de marketing personal .

Las herramientas a las que tendrán acceso los egresados son:

- Elaborar un diagnóstico de la situación actual y tendencias de las carreras profesionales de los programas que oferta ECACEN CEAD Ibagué de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Este diagnóstico se soportará en un estudio descriptivo utilizando el método descriptivo de encuesta on line aplicado con tipo de muestreo aleatorio simple a egresados de ECACEN CEAD Ibagué.
- Describir herramientas de marketing personal que utilicen los egresados, para el diseño de un recurso interactivo que les permitirá enlazar sus competencias con diferentes estrategias de fortalecimiento. Se realizará una identificación de las herramientas que permiten fortalecer las habilidades de los egresados cesantes de ECACEN CEAD Ibagué.

- Definir estrategias de Marketing personal plasmadas en una guía de orientación. Se diseñará una guía que brindará al egresado la posibilidad de adaptar las herramientas descritas para fortalecer el perfil no solo al momento de presentarse a las diferentes ofertas laborales , sino para su implementación en actividades laborales.

Palabras Claves

Marketing personal; egresados; cesantes; orientación; ocupación.

Abstract

This project's main objective is to provide technological and didactic tools focused on the development of soft skills and improvement of the professional profile of graduates of the ECACEN school of CEAD Ibagué, who are currently unemployed and in search of employment.

The design of the tools is mainly contemplated in a simple operation that facilitates the unemployed graduates and in search of employment, contextualization, appropriation and transformation of knowledge and content in personal marketing products that will strengthen their ability to offer in the labor market his profile with a unique plus, which has been previously identified by the graduate with the development of their skills in the implementation of the personal marketing strategies guide.

The tools to which graduates will have access are:

- Prepare a diagnosis of the current situation and trends of the professional careers of the programs offered by ECACEN CEAD Ibagué of the National Open and Distance University. This diagnosis will be supported in a descriptive study using the descriptive

method of online survey applied with simple random sampling type to ECACEN CEAD Ibagué g

- Describe personal marketing tools used by graduates, for the design of an interactive resource that will allow them to link their skills with different strengthening strategies. An identification of the tools that will strengthen the skills of unemployed graduates of ECACEN CEAD Ibagué will be carried out.
- Define personal Marketing strategies embodied in an orientation guide. A guide will be designed that will give the graduate the possibility of adapting the tools described to strengthen the profile not only at the time of presenting a job offer but of permanent implementation.

Keywords

Personal marketing; graduates; unemployed; orientation; occupation.

Desarrollo de la Ponencia

La consecución de empleo no es un proceso fácil así se tenga experiencia, pero es aún más difícil para los recién egresados. Es necesario fortalecer las competencias blandas de los egresados de pregrado de ECACEN del CEAD Ibagué, generando la identificación de su ventaja competitiva para mejorar su perfil y así participar en convocatorias de reclutamiento laboral donde el currículum que presente para la convocatoria sea llamativo e interesante de leer.

La guía de estrategias de marketing personal está enfocada directamente al fortalecimiento de las competencias blandas de los egresados de ECACEN del CEAD Ibagué a través de herramientas tecnológicas y didácticas, en las cuales podrán identificar sus debilidades, oportunidades de mejora y la implementación de estrategias que serán de gran utilidad al momento de buscar y permanecer en el empleo, teniendo en cuenta lo anterior, es necesario apoyarse en el marketing personal para brindar estrategias de venta de la propia imagen

orientadas a propender una mejor calidad de vida personal y laboral, esto le permitirá al egresado lograr no solo una mejor ubicación laboral si no también estrategias para su vida y desarrollo personal que le brindarán más seguridad y aumento de su autoestima para su fortalecimiento como profesional integral.

Esta investigación, se soporta dentro del enfoque hermenéutico; el cual se basa en el estudio y/o comprensión de fenómenos sociales (Creswell, 1998). Esta investigación, busca establecer una relación directa existente entre el fortalecimiento de las competencias blandas, la identificación de la ventaja competitiva y la búsqueda de empleo de los egresados de ECACEN del CEAD de Ibagué.

El proceso de la investigación se desarrollará de la siguiente forma:

- El diagnóstico se realizará de un estudio de mercado realizado a: los egresados de los programas de pregrado de ECACEN del CEAD de Ibagué de los años 2010 a 2018, teniendo en cuenta los datos suministrados por la líder de la Escuela. Este diagnóstico se presentará en un informe ejecutivo, el cual permitirá plasmar la situación laboral actual de los egresados de ECACEN del CEAD Ibagué, donde se podrá identificar las debilidades, expectativas y oportunidades que puede fortalecer la Escuela en los egresados para que se apropien de sus herramientas al momento de buscar empleo. (La investigación se encuentra en esta fase).
- Con base en el diagnóstico se diseñará un recurso interactivo el cual estará apoyado en la tecnología, el cual pueda enlazar información de acuerdo con la identificación de variables previas donde el egresado suministrará la información de acuerdo con sus competencias y encontrará estrategias que puede implementar para su fortalecimiento personal. La consolidación del recurso tecnológico será el medio donde los egresados de ECACEN del CEAD Ibagué puedan encontrar toda la información de estrategias de marketing personal.

- Finalmente, se presentará una guía de estrategias de marketing personal, que es la herramienta para que los egresados de ECACEN del CEAD Ibagué, de acuerdo con su decisión tomen la información e implementen las estrategias para fortalecer su currículo y perfil al momento de presentarse a procesos de reclutamiento laboral.

Bibliografía

DANE. (marzo - mayo de 2019). *Indicadores del Mercado Laboral*. Obtenido de 23 ciudades y áreas metropolitanas: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

Monferrer Tirado, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. España: Universitat Jaume.

Observatorio Laboral. (s.f.). *Seguimiento a Graduados - Encuesta un año después del grado*. Obtenido de https://www.graduadoscolombia.edu.co/html/1732/articles-345322_archivopdf_Formulario_Momento_1.pdf

Pontificia Universidad Javeriana. (Noviembre de 2010). *Seguimiento a Egresados de la Sede Central y de la Seccional de Cali*. Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/documents/15838/273636/EncuestaSeguimientoEgresados2010.pdf/8dc24f75-3a39-4ae2-9f6d-c7afe9ec87c7>

Rincon Rojas, E. E., & Valencia Delgado, P. L. (2018). *Contexto General sobre el Desempleo Universitario en Colombia, Caso: Egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de la Salle periodo 2016 - 2018*. Obtenido de http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/28998/11101100_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Romero, C. C., & Escarraga Zuluaga, A. C. (2018). *Los Nuevos Profesionales y su Reto de Inmersión al Mundo Laboral*. Obtenido de Repositorio Universidad Cooperativa de Colombia: <http://repository.ucc.edu.co/handle/ucc/6086>

Weller, J. (Diciembre de 2003). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*.
Obtenido de La problemática inserción laboral de los y las jóvenes: [https://
repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5391/1/S0312870_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5391/1/S0312870_es.pdf)





Prospecta Colombia XII Congreso Internacional de Prospectiva y III Congreso Internacional de Emprendimiento “Las Organizaciones 4.0: Una mirada desde el desarrollo sostenible

Modelo de emprendimiento género e inclusión social

Model of gender entrepreneurship and social inclusion

Ofelia Palencia Fajardo¹

¹ Economista Magister en Administración de organizaciones, Corporación Universitaria del Huila
orcid.org/0000-0002-8713-7573

Resumen

Considerando la mujer como un actor activo del emprendimiento rural y urbano, se genera un modelo para evaluar el emprendimiento femenino, acorde a la políticas públicas de Colombia (VEGA, 2018), en grupos organizados, es así como se pretende caracterizar las mujeres emprendedoras del departamento del Huila, considerando su exclusión, marginalidad, explotación, grado de dependencia, mediante el análisis de variables independientes, dependientes y de control, lo cual se logró mediante una investigación exploratoria explicativa, partiendo de los supuestos que las mujeres son más organizadas que los hombres en relación con estructuras de emprendimiento y tienen metas a corto plazo con visión de mercado a largo plazo y que para que las mipymes sea competitivas en los mercados nacionales e internacionales deben asumir como estrategia la asociatividad, aspecto evidenciado con el acercamiento con diferentes asociaciones de mujeres del departamento del Huila. La metodología utilizada en la investigación es la exploratoria y explicativa basada en literatura, antecedentes investigativos como Díaz, Hernández, Sánchez, & Postigo, 2010), con los aportes a la teoría del género; (Bonan & Guzmán, 2007), aportes de la teoría de género a la comprensión de las dinámicas sociales y los temas específicos de asociatividad, participación identidad y poder; (Cecilia et al., 2010), la creación de empresas en Colombia bajo las percepciones femenina y masculina; (Torrente Castro, 2016), estudio de caso en la asociación de mujeres cafeteras del occidente del Huila; ISO 26000 (2010), guía de responsabilidad social empresarial para evaluar la responsabilidad de las empresas en la 7 materias fundamentales.

Palabras claves

Model, gender, entrepreneurship, associativity, inclusión

Abstrac

Considering women as an active actor in rural and urban entrepreneurship, a model is generated to evaluate female entrepreneurship, according to Colombian public policies (VEGA, 2018), in organized groups, this is how it is intended to characterize women entrepreneurs Huila department, considering its exclusion, marginality, exploitation, degree of dependence, through the analysis of independent, dependent and control variables, which was achieved through an explanatory exploratory investigation, based on the assumptions that women are more organized than men in relation to entrepreneurship structures and have short-term goals with a long-term market vision and that for MSMEs to be competitive in national and international markets they must assume as a strategy the associativity, an aspect evidenced by the approach with different associations of women of the department of Huila. The methodology used is the exploratory and explanatory literature based, research background such as Díaz, Hernández, Sánchez, & Postigo, 2010), with contributions to gender theory; (Bonan & Guzmán, 2007), contributions from the gender theory to the understanding of social dynamics and the specific themes of associativity, identity and power participation; (Cecilia et al., 2010), the creation of companies in Colombia under the female and male perceptions; (Torrente Castro, 2016), a case study in the association of coffee women in western Huila; ISO 26000 (2010), corporate social responsibility agency to assess corporate responsibility in the 7 core subjects

Keywords:

model, gender, entrepreneurship, associativity, inclusión

Desarrollo de la ponencia

Colombia brinda oportunidades emprendimiento, con el fin de que la población vulnerable genere ingresos para la satisfacción de las necesidades básicas, dentro de este contexto las mujeres (MUJER, 2012) han ejercido un liderazgo alcanzando solidez en su propósito a través de estrategias como la

asociatividad. A través de la investigación se obtuvo las variables fundamentales para generar un modelo de emprendimiento, que permita la caracterización de una población femenina que se encuentre debidamente organizado y que sea autónomo (CEPAL, 2016); Es así como el objetivo logrado fue la creación del modelo para la aplicación piloto en mujeres asociadas. Lo anterior soportado en Castellanos M J.C (2010) (M, 2010), quien considera que la asociatividad representa una ventaja productiva y competitiva en los mercados globalizados y debe asumirse de una forma dinámica en diferentes etapas, a través de la realización de proyectos teniendo en cuenta la innovación como eje central de los procesos.

Para la construcción del modelo se hizo una revisión bibliográfica de antecedentes investigativos, que permitió obtener las variables que posibiliten la indagación suficiente para caracterizar la población y así se pueda conocer los aspectos que se deben fortalecer para la expansión del negocio, el crecimiento personal y profesional de las asociadas.

Para generar la estructura del modelo se tomó como referencia el grupo asociativo de mujeres cafeteras del noroccidente del Huila denominadas "Las Rosas" quienes vienen siendo apoyadas por el estado, la academia y la Cámara de Comercio de Neiva- Huila. El modelo tiene como referencias investigaciones como: (Díaz, Hernández, Sánchez, & Postigo, 2010) que concluye que el emprendimiento relaciona el género con las variables: Edad, nivel de estudios, ingresos, conocimiento de la competencia visualización de las oportunidades y temor al fracaso, (Bonan & Guzmán, 2007) que afirman que se debe considerar lo subjetivo y lo colectivo, ya que esto transforma los espacios de negociación política y la autoridad jerárquica, (Herrera, 1930) concluye en su investigación que todo emprendedor debe fortalecer la formación académica y la innovación requisitos indispensables para participar en cualquier convocatoria, (Belso, 2001). Quienes aseguran que a través conocieron que en el emprendimiento las mujeres tienen menos problemas por encontrar el personal indicado, las materias primas y obtener la tecnología que se requiere para iniciar el negocio. Esto desvirtúa lo que se señalaba en estudios anteriores, los cuales

arrojaron que las emprendedoras tenían dificultades en los aspectos mencionados anteriormente.

Es importante considerar que la muestra de emprendedoras en el estudio son jóvenes, activas, luchadoras y con modernas técnicas de gestión, (Torrente Castro, 2016), investigador que ha intervenido la asociación de “Mujeres cafeteras del occidente Huila”, mediante la metodología My.coop (Herramienta para mejorar la organización de las cooperativas agropecuarias), Lerner Miri, Brush Candida, Hisrich (1997). Analiza el comportamiento de 200 empresas de mujeres de países que no pertenecen a la “Organización para la cooperación y el desarrollo económico (OCDE) y se evidencia que la mujeres asumen un papel importante en el emprendimiento como consecuencia de los cambios políticos a nivel mundial, los autores toman como ejemplo las mujeres de Israel donde no hay equidad de género en relación con su remuneración salarial, (Herrera, 1930) concluye en su investigación que todo emprendedor debe fortalecer la formación académica y la innovación requisitos indispensables para participar en cualquier convocatoria, (Cecilia et al., 2010) en su estudio afirma que en Colombia los hombres visualizan más rápidamente las oportunidades de negocios que los hombres, además que la mujeres son más temerosas de no acertar en el negocio, ventaja que tiene el hombre al enfrentar de una forma decidida el riesgo como emprendedor y la ISO 26000 (2010), guía de responsabilidad social empresarial para evaluar la responsabilidad de las empresas en las 7 materias fundamentales.

Entre los elementos estructurales del modelo se consideró las siguientes variables Independientes y constructos:

- Antecedentes Demográficos y Familiares, con las variables dependientes: Desempeño del negocio y como variable de control el sector
- Teoría del aprendizaje social, con la variable dependiente, expectativas de crecimiento del negocio y variable de control, el sexo
- Capital humano: Educación y experiencia, ocupaciones previas y habilidades y como variable de control edad del negocio
- Motivos, metas y objetivos

- Redes
- Antecedentes del negocio
- Satisfacción y compromiso con el negocio
- Factores de entorno
- Crecimiento del negocio

Lo anterior partiendo de los supuestos que las mujeres son más organizadas que los hombres en relación con estructuras de emprendimiento y tienen metas a corto plazo con visión de mercado a largo plazo y de otra parte que para que la mipymes sea competitivas en los mercados nacionales e internacionales deben asumir como estrategia la asociatividad.

Finalmente se diseñó una herramienta para medir la fiabilidad del modelo con el coeficiente “Alfa de Cronbach” que contiene las siguientes variables:

- Número de personas que conforman su unidad familiar
- Si es mujer cabeza de hogar
- Lugar de procedencia
- Función que desempeña en la organización
- Fuentes de ingresos
- Permanencia en la asociación
- Características especiales del producto
- Desempeño del negocio
- Caracterización y distribución del producto
- Aspectos relacionados con el consumidor del producto
- Aspectos relacionados con la comunicación productor y consumidor
- Aspectos relacionados con el aprendizaje social.

Se ha iniciado el proceso de aplicación del modelo con el grupo asociativo de mujeres cafeteras del Noroccidente del Huila denominado “Las Rosas”, las cuales vienen siendo capacitadas y tienen la disposición para iniciar una investigación de acción participativa una vez caracterizadas, con el fin de ir midiendo su evolución personal y empresarial de acuerdo a la estructura del modelo.

Bibliografía

- CEPAL, N. U. (2016). Autonomía de las mujeres e igualdad en la agenda de desarrollo sostenible. *XIII Conferencia regional sobre la mujer de América Latina y el Caribe* (pág. 182). Naciones Unidas: Naciones Unidas Santiago.
- MUJER, A. C. (2012). *LINEAMIENTOS DE LA POLÍTICA*. Bogotá Colombia: Presidencia de la república.
- Belso, J. (2001). Discriminación de género y fomento de nuevas empresas: Conclusiones a partir de un análisis multivariante sobre las pymes valencianas de reciente creación. *Revista Del Ministerio De Trabajo Y Asuntos Sociales*, 15–38.
- Bonan, C., & Guzmán, V. (2007). Aportes de la teoría de género a la comprensión de las dinámicas sociales y los temas específicos de. *Centro de Estudios de La Mujer*, 7.
- Cecilia, M., Daza, H., Mosquera Sánchez, C. E., Sandoval, A. A., Daza, H., Eugenia, C., & Sanchez, M. (2010). La creación de empresas en Colombia desde las percepciones femenina y masculina. *Econ. Gest. Desarro. Cali (Colombia) Econ. Gest. Desarro. Cali (Colombia) N° 10*, 61–77. Retrieved from http://revistaeconomia.puj.edu.co/html/articulos/Numero_10/HENRIQUEZ.pdf
- Chamorro, E. T., Ceballos, H. O., & Villa, J. J. B. (2013). Política de emprendimiento en Colombia, 2002-2010. *Estudios Gerenciales*, 29(128), 274–283. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2013.09.001>
- Díaz, J., Hernández, R., Sánchez, M., & Postigo, M. (2010). Actividad Emprendedora y genero un estudio comparativo. *Revista Europea de Dirección y Economía de La Empresa*, 19(2), 83–98.
- Herrera, C. E. (1930). Una investigación en emprendimiento: Caracterización del emprendedor. *Revista Económicas Cuc*, 33(1), 191–204.

Análisis del perfil y capacidades emprendedoras de los estudiantes de pregrado de la escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios de la UNAD CCAV Corozal

Analysis of the profile and entrepreneurial capacities of the undergraduate students of the school of administrative, accounting, economic and business sciences of the UNAD CCAV Corozal

Rene Carlos Paredes Stave¹

Marilyn Ibeth Oviedo Contreras²

1 Contador Público, Universidad Nacional Abierta y a Distancia
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1250-149X>
email: rene.paredes@unad.edu.co

2 Administradora Industrial
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6538-811X>
email: marilin.oviedo@unad.edu.co

Resumen

En la actualidad el panorama del mercado laboral colombiano no es muy alentador, ya que en las últimas décadas se ha caracterizado por elevadas tasas de desempleo e informalismo, el desempleo en Colombia es un problema de demanda y de oferta, entendiéndose la demanda como la necesidad de las organizaciones productivas de requerir mano de obra y la oferta como la cantidad de población (Trabajadores) con disponibilidad para trabajar, dentro de esa oferta laboral disponible se encuentran los egresados y estudiantes de la escuela ECACEN de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia del CCAV Corozal y en donde el emprendimiento se constituye como una alternativa real y viable para el logro de su independencia y estabilidad económica.

El objetivo general de la investigación es el de realizar un análisis del perfil y las capacidades emprendedoras de los estudiantes de pregrado de la escuela ECACEN de la UNAD CCAV Corozal, que permitan la formulación de estrategias encaminadas al desarrollo y fortalecimiento de la mentalidad y competencias emprendedoras y de esta manera fortalecer la práctica del emprendimiento mediante el diseño de ideas y planes de negocio sostenibles.

La investigación es de carácter exploratorio descriptivo, donde se miden los datos recolectados a través de encuestas, que permitan describir, analizar e interpretar las cualidades y características del perfil emprendedoras de la población objeto de estudio y esta corresponde a los estudiantes activos de pregrado de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la UNAD CCAV Corozal, que en promedio son 190.

Palabras Clave

Emprendimiento; Perfil; Capacidades; Educación; Estrategias.

Abstract

At present, the Colombian labor market landscape is not very encouraging, since in recent decades it has been characterized by high unemployment and informality rates, unemployment in Colombia is a demand and supply problem, with demand being understood as the need of the productive organizations requiring labor and supply as the amount of population (Workers) with availability to work, within that available job offer are graduates and students of the ECACEN school of the National Open and Distance University CCAV Corozal and where entrepreneurship is constituted as a real and viable alternative to achieve their independence and economic stability.

The general objective of the research is to conduct an analysis of the profile and entrepreneurial abilities of the undergraduate students of the ECACEN school of the UNAD CCAV Corozal, which allow the formulation of strategies aimed at developing and strengthening the mentality and entrepreneurial competences and in this way strengthen the practice of entrepreneurship through the design of ideas and sustainable business plans.

The research is of a descriptive exploratory nature, where the data collected through surveys is measured, which allow to describe, analyze and interpret the qualities and characteristics of the entrepreneurial profile of the population under study and this corresponds to the undergraduate active students of the School of Administrative, Accounting, Economic and Business Sciences of the UNAD CCAV Corozal, which on average is 190.

Keywords

Entrepreneurship; Profile; Capacity is; Education; Strategies.

Desarrollo de la Ponencia

El desarrollo de la investigación se fundamenta en la obtención de la información de fuentes primarias por medio de encuestas realizada a estudiantes y la revisión de información que sobre temas de emprendimiento disponga la UNAD.

Para lograr el objetivo propuesto, se analiza la relación del emprendimiento con la universidad y el estudiante, revisando como ha sido proceso que ha adelantado la Universidad Nacional Abierta y a Distancia para fomentar y fortalecer los temas de emprendimiento para la comunidad académica.

Por medio de la investigación se pretende realizar un análisis del perfil y capacidades emprendedoras de los estudiantes de pregrado de la escuela ECACEN de la UNAD CCAV Corozal, de los resultados obtenidos se formularán estrategias que posibiliten el desarrollo y fortalecimiento de la mentalidad y competencias emprendedoras de los estudiantes. Estas acciones buscan que los estudiantes desarrollen la práctica del emprendimiento como una opción viable de generar ingresos de forma sostenible y posibilite mejorar la calidad su calidad de vida.

El presente estudio corresponde a una investigación de carácter exploratorio descriptivo en la que se miden los datos recolectados para luego describir, analizar e interpretar sistemáticamente las cualidades y características del perfil emprendedor de los estudiantes de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia del CCAV Corozal, con base en la Información obtenida a partir de la revisión literaria. Es de carácter transversal ya que el instrumento se aplica durante un solo momento.

La población objetivo de la investigación corresponde a 190 estudiantes activos aproximadamente de programas de pregrado de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la UNAD sede Corozal.

Los resultados de la investigación arrojaron que en promedio el 75% (género masculino 74%, mientras que para el género femenino resultó ser de un 75%) de los estudiantes de pregrado de la Escuela de Ciencias Administrativas,

Contables, Económicas y Negocios de la UNAD sede Corozal, tienen capacidades emprendedoras potenciales, esto significa que poseen las capacidades emprendedoras para ser un buen emprendedor.

Para un 76% de los estudiantes, la autoconfianza es una cualidad importante para ser emprendedor, ya que alguien seguro de sí mismo, toma decisiones y asume riesgos a partir de la evaluación de la situación. La autoconfianza en una persona, lo hace capaz de lograr lo que se proponga, con iniciativa y determinación, cualidades fundamentales para alcanzar el éxito en el emprendimiento.

Mientras que el 76% de los estudiantes posee la autoconfianza, el 74% tiene creatividad % cuya característica la poseen las personas ingeniosas, innovadoras y generadoras de cambios, haciendo posible la transformación de la realidad en algo nuevo y original. Una condición importante, porque requiere de la persona un pensamiento flexible, orientado hacia la pluralidad de ideas, por lo que se reconoce que no hay una única respuesta.

La iniciativa es otra de las características de un buen emprendedor, el 75% de los estudiantes lo posee, ya sé que caracterizan por ser personas que proponen, participan y están motivadas, la autoestimada puede considerarse como la base de las otras capacidades emprendedoras.

El estudio determinó que una de las principales motivaciones de los estudiantes de pregrado de la escuela ECACEN de la UNAD sede Corozal, es el deseo de mejorar su calidad de vida y el de su núcleo familiar, mejorando sus condiciones socio económicas.

Como el estudio permitió determinar los índices de capacidades emprendedoras que poseen los estudiantes de pregrado de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la UNAD en el CCAV Corozal.

Los índices de capacidades emprendedoras son positivos, ya que el 75% de los estudiantes poseen las cualidades esenciales para ser emprendedores como son; La autoconfianza, la creatividad, iniciativa, perseverancia, trabajo en

equipo y tienen un alto sentido de responsabilidad social. Estos resultados positivos, establecen que estos estudiantes con diversas potencialidades requieren de programas de formación emprendedora sustentables y que posibiliten la creación de estrategias que potencialicen el fortalecimiento de la mentalidad y competencias emprendedoras de los estudiantes, como es la creación de un programa de competencias emprendedoras, que permita al docente facilitador el aumento de iniciativas de emprendimiento y por ende nuevos modelos de negocio. Acciones que pretenden en los estudiantes el desarrollo de la práctica del emprendimiento como una opción viable de generar ingresos de forma sostenible y posibilite mejorar la calidad su calidad de vida.

Bibliografía

Congreso de Colombia. (2006). Ley 1014: De Fomento a la Cultura del Emprendimiento, Recuperado de <https://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

Cámara de Comercio de Sincelejo. (2018). Informe Económico Sucre 2017, Recuperado de <http://ccsincelejo.org/wp-content/uploads/2018/02/Informe-Econ%C3%B3mico-Sucre-2017.pdf>

UNAD. (2011). Proyecto Académico Pedagógico Solidario (Versión 3.0), Recuperado de <https://academia.unad.edu.co/images/pap-solidario/PAP%20solidario%20v3.pdf>

Nuncira, M., & Puerto, E. (2014). Identificación de perfil, características y procesos de información y formación emprendedora de los estudiantes de pregrado del cead Duitama, Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/47278718.pdf>

Cabana, R., Cortes, I., Plaza, D., Castillo, M., & Álvarez, A. (2013). Análisis de las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior. *Journal of technology management & innovation*, 8(1), 65-75, Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/jotmi/v8n1/art07.pdf>

Formación para el emprendimiento. Caso de estudio Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología

*Entrepreneurship training. Case study: Instituto Superior
Tecnológico Bolivariano de Tecnología (ITB)*

Ph.D Roxana Chiquito Chilan¹

Ph.D Mireya zuñiga Delgado²

Mg. Karen Ruiz Navarrete³

1 Perfil e Institución: Instituto Superior Tecnológico Bolivariano De Tecnología.

ORCID: 0000-0002-1650-8453

Email: rchiquito@bolivariano.edu.ec

2 Perfil e Institución: Instituto Superior Tecnológico Bolivariano De Tecnología.

ORCID: 0000-0002-4458-5771

Email: szuniga@bolivariano.edu.ec

3 Perfil e Institución: Instituto Superior Tecnológico Bolivariano De Tecnología.

ORCID: 0000-0003-0728-722X

Email: kruiz.navarrete@gmail.com

Resumen.

La presente investigación está relacionada con la formación para el emprendimiento en el Ecuador, tomando como referencia un caso de estudio del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología este toma como base el modelo pedagógico de gestión educativa para el ITB en el que el emprendimiento se considera un valor compartido de la institución y se define como social y solidario. (Tolozano, Maribel, & Jorge, 2016).

En el marco del modelo pedagógico antes mencionado se desarrolla una estrategia pedagógica de formación para el emprendimiento en ITB, esta constituye una vía para la concreción en la práctica pedagógica de la concepción en que se sustenta, la misma permite orientar el proceso de formación de este profesional desde la educación en valores sobre la base de una concepción ética del emprendimiento como emprendimiento humanista y sostenible, contribuyendo al logro de un desempeño profesional emprendedor en las condiciones de la sociedad ecuatoriana. (Chiquito & Corton, 2016).

Se plantea cuatro relaciones necesarias para la formación del emprendedor en el proceso enseñanza aprendizaje, que consideran aspectos como proyectos de vida, creatividad, motivación y orientación profesional estas pretenden potenciar en el individuo la capacidad de elección y toma de decisiones lo que depende directamente del deseo, la intención de realizar un acto determinado además el desarrollo de la personalidad y creatividad del estudiante.

El desarrollo de la formación para el emprendimiento en sus tres etapas se despliegan tres dimensiones: dimensión curricular, dimensión extracurricular y la dimensión socio-comunitaria. Estas dimensiones recorren un camino que va desde la formación académica, hasta la modelación de la gestión de empresas. Así la interrelación de las etapas y dimensiones del proceso de formación para el emprendimiento permite la formación de los futuros tecnólogos.

Palabras Clave

Formación; Competencias; Emprendimiento

Abstract

This research is related to the formation of entrepreneurship in Ecuador, taking as a reference a case study of the Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología this is based on the educational management model for ITB in which entrepreneurship is considered a shared value of the institution and is defined as social and solidarity.

Within the framework of the aforementioned pedagogical model, a pedagogical training strategy for entrepreneurship in ITB is developed, this constitutes a path for the concretion in the pedagogical practice of the conception on which it is based, it allows to guide the formation process of this professional from values education based on an ethical conception of entrepreneurship as a humanistic and sustainable enterprise, contributing to the achievement of an entrepreneurial professional performance in the conditions of Ecuadorian society.

There are four necessary relationships for the training of the entrepreneur in the teaching-learning process, which consider aspects such as life projects, creativity, motivation and professional guidance. These are intended to strengthen the individual's ability to choose and make decisions, which depends directly on desire. , the intention to perform a specific act in addition to the development of the personality and creativity of the student.

The development of training for entrepreneurship in its three stages unfolds three dimensions: curricular dimension, extracurricular dimension and the socio-community dimension. These dimensions cover a path that goes from academic training, to business management modeling. Thus the interrelation of the stages and dimensions of the training process for entrepreneurship allows the training of future technologists.

Keywords

Training; Skills; Entrepreneurship

Desarrollo de la Ponencia

Relaciones para la formación de emprendedores en el proceso enseñanza aprendizaje del ITB, con bases en el enfoque ético y desde la formación por competencias de la formación para el emprendimiento se connota como una perspectiva teórica para el análisis de este proceso y las relaciones necesarias para la formación de profesionales emprendedores, son las siguientes:

- a). Formación para el emprendimiento-motivación profesional.
- b). Formación para el emprendimiento-orientación educativa (profesional).
- c). Formación para el emprendimiento-proyectos de vida/profesionales.
- d). Formación para el emprendimiento-educación de la creatividad.

La formación para el emprendimiento en las condiciones de Ecuador constituye una vía para articular la formación profesional con el desempeño ciudadano responsable y en consonancia con el progreso individual y colectivo, que constituyen objetivos estratégicos del desarrollo económico. Este proceso posibilita una interacción constructiva con la realidad, específicamente con la realidad socio productiva.

Estas relaciones a los efectos del proceso de formación discurren transversalmente en tres etapas del núcleo de la concepción pedagógica de formación para el emprendimiento:

- 5). Planeación de la formación para el emprendimiento: incluye tres momentos el diagnóstico de preparación de docentes, directivos y empresarios para desarrollar el proceso de formación para el emprendimiento, la proyección contextualizada del mismo y la gestión de los recursos materiales y humanos necesarios para su desarrollo.
- 6). Intervención formativa del emprendimiento: el diagnóstico integral de estudiantes con énfasis en las cualidades y jerarquía de valores asociados al emprendimiento, la sensibilización y la participación emprendedora formativa.

7). Evaluación de la formación para el emprendimiento: se evalúa contenidos, modos de actuación emprendedores y desempeño profesional emprendedor.

El desarrollo de la formación para el emprendimiento en sus tres etapas se despliega en las tres dimensiones, todas las etapas del proceso de formación se desarrollan en estas dimensiones, al mismo tiempo al interior de las etapas y las dimensiones existen relaciones de coordinación y complementación, las dimensiones son:

- Dimensión curricular
- Dimensión extracurricular
- Dimensión socio- comunitaria

Las etapas del proceso la planeación de la formación para el emprendimiento permite crear las condiciones para la intervención formativa del emprendimiento, etapa durante la cual se pueden introducir ajustes en la planeación, la evaluación de la formación para el emprendimiento se desarrolla durante todo el proceso pero adquiere peculiaridades en sus diferentes momentos y dimensiones, por ende es indispensable establecer alguna aclaraciones en las dimensiones cuando transcurren por la etapa de evaluación de la formación para el emprendimiento.

La **dimensión curricular** incluye, formación académica emprendedora: parte de la concepción del pensum de la carrera Tecnología en Administración de Empresas, en el que se planifican y organizan los contenidos académicos que brindan los conocimientos, habilidades y valores necesarios para el emprendimiento los cuales se contextualizan en los syllabus de cada asignatura y en su correspondiente proceso de enseñanza aprendizaje.

La **dimensión extracurricular** incluye actividades no contempladas en la malla curricular pero que contribuyen al logro de los objetivos propuestos en el pensum y los syllabus de las diferentes asignaturas, desde las cuales se orienta y organiza el desarrollo de dichas actividades. Incluye investigaciones, proyectos, ferias de innovación y/o de emprendimiento que refuerzan la

formación. Su contexto de desarrollo puede ser la institución educativa, las empresas con las que se vincula la institución o las comunidades.

La dimensión extracurricular, corresponde a la identificación de experiencias empresariales emprendedoras: este proceso orientado por los docentes le permitirá a los estudiantes sobre la base de determinados criterios en el contexto nacional, local y/o comunitario identificar empresas exitosas y no exitosas, y analizar críticamente los factores que inciden en los resultados, enfatizando en el papel y el lugar del emprendimiento en el logro de los mismos; como base para desarrollar debates, presentaciones y otras actividades que les permitan incorporar buenas prácticas empresariales en su formación.

La **dimensión socio comunitaria**, por su esencia es extracurricular pero se connota de manera particular por la significación que tiene para incorporar a los estudiantes a la solución de problemas reales por tanto se vincula al contexto real donde se generan y se busca solución a dichos problemas interactuando no solo con los docentes, sino además con empresarios, líderes comunitarios y pobladores que serán beneficiados con los resultados obtenidos.

Participación en la implementación de los modelos elaborados, una vez elaborados los proyectos los estudiantes bajo la dirección de los docentes involucrados podrán participar en la implementación total o parcial de los proyectos desempeñando funciones de asesores o ejecutores directos.

En suma, el desarrollo de la formación para el emprendimiento en sus tres etapas se despliega en las tres dimensiones señaladas. La interrelación dialéctica al interior de las etapas y dimensiones del proceso de formación para el emprendimiento y entre estas permite la formación del futuro tecnólogo en administración de empresas para el emprendimiento a partir de la apropiación de la competencia emprendimiento. Entre las etapas y dimensiones existen, relaciones dialécticas, todas las etapas del proceso de formación para el emprendimiento se desarrollan en las tres dimensiones, al mismo tiempo

al interior de las etapas y las dimensiones existen relaciones de coordinación y complementación. En las dimensiones extracurricular y socio comunitaria el estudiante tiene la posibilidad de poner en práctica los conocimientos, habilidades y valores adquiridos para resolver problemas profesionales reales o modelados que requieren el desarrollo de investigaciones y la planeación e instrumentación de proyectos innovadores.

Ecuador es un país donde existen jóvenes emprendedores, sin embargo la educación académica no constituye un eje orientado al mismo, esto hace que gran parte de estos emprendimientos sean desarrollados de forma empírica y con poca probabilidad de éxito. Se plantean estrategias de trabajo conjunto entre el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología y los estudiantes a fin de aportar a ellos el conocimiento y el apoyo adecuado para el desarrollo de los diferentes emprendimientos.

Bibliografía

- ALBA, O. (2012). *La formación de las competencias profesionales específicas para la Explotación tecnológica en la educación técnica y profesional*. BARCELONA : Editorial Académica Española.
- Bucardo, A., Saavedra, M. L., & Camarena, M. E. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores. *SUMA DE NEGOCIOS*, 98-107.
- Chiquito, R., & Corton, B. (2016). Apuntes para una concepción pedagógica para la formación de la competencia para el emprendimiento en los institutos técnicos y tecnológicos de Ecuador. *Maestro y Sociedad*, 134-146.
- LASIO, V., ORDEÑANA, X., CAICEDO, G., SARMIENTO, A., & IZQUIERDO, E. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2017*. Obtenido de ESPAE-ESPOL: <http://espaee.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>

TOBON, S. (2013). *Formación integral y competencias: Pensamiento Complejo, Currículo, Didáctica Y Evaluación*. SAN DIEGO: Ecoe Ediciones.

Tolozano, R., Maribel, F., & Jorge, F. (2016). El proyecto de gestión educativa institucional. Un modelo pedagógico para la formación de técnicos y tecnólogos competentes. *SANTIAGO*, 625-640.

Motivación que genera la creación de empresas desde las unidades de emprendimiento de las Instituciones educativas

Motivation generated by the creation of companies from the entrepreneurship units of the educational institutions

José Alfonso Mendoza Gallego¹
Wilmington Ferney Rojas González²
Yuli Ximena Villanueva Garcia³

1 Administrador Bancario y Financiero, Tecnólogo en Gestión Comercial y Negocios y Magíster en Educación de la Diversidad, Docente Investigador Grupo YUMA. Facultad de Ciencias Empresariales, Corporación Universitaria Minuto de Dios.

2 Ingeniero Industrial, especialista en Gerencia de mercadeo estratégico y Magíster en Educación, Institución y grupo de investigación CANANGUCHALES.

3 Administradora de Empresas, Especialista en Pedagogía para el Desarrollo del Aprendizaje Autónomo, Docente Investigadora. Facultad de Ciencias Empresariales, Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Resumen

El acelerado cambio en la adquisición y obtención de información y el giro hacia una economía globalizada, permite que los estudiantes en su afán por sostenerse en el mercado, motivándose en modificar sus formas de pensar de tecnificar e implementar procesos acordes con el momento, generando ideas para su bienestar por lo que las universidades e instituciones de apoyo a la pequeña, mediana y gran empresa no difunden el trabajo desarrollado por las unidades de emprendimiento y su papel queda rezagado al rincón de la biblioteca, que decepciona y acumula documentos con ideas sin llevarlas a cabo y en otros casos ni siquiera se plasman en el papel. El propósito del presente trabajo se centra en analizar la manera como las instituciones de educación superior a través de las unidades de emprendimiento acompañan y asesoran los emprendedores a fin de fortalecer procesos en la economía de las regiones.

Ante estos planteamientos el interrogante de investigación es el siguiente: ¿Cuál la efectividad de las unidades de emprendimiento en el departamento del Huila? Por lo tanto, se considera necesario analizar el acompañamiento y seguimiento que desarrollan estas unidades en el proceso de generación de empresas que conlleven al crecimiento económico de la región.

Desde estos escenarios la teoría se fundamenta en emprendimiento, escuela científica, dimensiones intelectuales, enfoques paradigmáticos en el proceso de construcción de conocimiento, siendo la metodología es de tipo cualitativa y cuantitativa, con enfoque analítico – descriptivo, con una población de la totalidad de las unidades de emprendimiento del departamento. Se espera obtener resultados que sirvan como plataforma para el diseño de estrategias de estudio en un formato sencillo y fácil de manejar, que genere satisfacción del emprendedor.

Palabras claves

Emprendimiento; Idea de negocio; motivación; Unidad de emprendimiento; instituciones de educación superior.

Abstract

The hurried on change in the acquisition and the process of getting information and the turn towards a globalist economy, allows students in their desire to sustain themselves in the market, motivating to see the need to modify their ways of thinking of technifying and implementing processes according to the moment, generating ideas for your well-being so that universities and institutions supporting small, medium and large companies do not disseminate the work developed by the entrepreneurship units and their role lags behind the corner of the library, which disappoints and accumulates documents with ideas without carrying them out and in other cases they are not even reflected in the paper. The purpose of this paper is to analyze the way in which higher education institutions through entrepreneurship units support and advise entrepreneurs in order to strengthen processes in the economy of the region.

Given these approaches, the research question is the following: What is the effectiveness of the entrepreneurship units in the department of Huila?

Therefore, it is considered necessary to analyze the accompaniment and follow-up that these units develop in the process of generating companies that lead to economic growth in the region.

From these scenarios the theory is based on entrepreneurship, scientific school, intellectual dimensions, paradigmatic approaches in the process of knowledge construction, being the methodology is qualitative and quantitative, with an analytical - descriptive approach, with a population of all entrepreneurship units of the department. It is expected to obtain results that serve as a platform for the design of study strategies in a simple and easy-to-handle format that generates entrepreneur satisfaction.

Key Words

Entrepreneurship; motivation; Business idea; Entrepreneurship unit; higher education institutions;

Introducción

Es importante resaltar que el papel de las instituciones de educación superior con sus unidades de emprendimiento busca el mejoramiento de la calidad de vida de su entorno con la creación de empresas que satisfagan las necesidades y oferten productos bienes y servicios de los consumidores locales, nacionales e internacionales.

Se debe querer, tener voluntad, actuar, no solo dejaren la mente los planes, hacer realidad esos pensamientos que muchos pueden tomar como insignificantes, pero que, si se sabe vender, se hace con calidad, buen servicio e innovación, si se planea, organiza, ejecuta y controla cada proceso y procedimiento esta empresa tendrá un porcentaje mínimo de fracaso.

Sastre, R. (2013) indica que la motivación emprendedora es un factor importante para contribuir con el desarrollo de una sociedad. También es importante canalizar las acciones de los emprendedores/as potenciales para obtener el éxito.

Se pretende realizar un análisis del papel de las unidades de emprendimiento del Huila en el seguimiento y prestando asesoría a la formulación y desarrollo de proyectos de emprendimiento y planes de negocio a fin de medir el aporte al crecimiento económico de la región.

Objetivos

General

Evaluar las unidades de emprendimiento y su contribución al crecimiento económico del departamento del Huila.

Específicos

- Cuantificar las Unidades de emprendimiento de las instituciones de educación superior en el departamento del Huila.
- Medir la eficacia de las unidades de emprendimiento de las instituciones de educación superior.
- Identificar las empresas legalmente constituidas originadas por las unidades de emprendimiento.
- Medición e interpretación de indicadores de crecimiento económico generados por las empresas legalmente constituidas originadas por las unidades de emprendimiento.

Contenido

En el contexto nacional, se indagó en el estudio “Estado del emprendimiento en las universidades de Colombia y del mejoramiento de fondo de desarrollo empresarial y semilleros de emprendimiento existente” (Serrano & Mejía, 2018), cuyo objetivo es Realizar un análisis sobre la forma en que las universidades de Colombia están haciendo seguimiento y prestando asesoría a la formulación y desarrollo de proyectos de emprendimiento y planes de negocio a fin de establecer parámetros de funcionalidad y operatividad de los mismos.

Como referente mundial se toma el GEM, quienes hacen investigaciones como el creciente histórico de datos de alta calidad y una red de expertos en actividad empresarial, GEM ha tenido un impacto significativo en el campo de la investigación sobre entrepreneurship, además es una fuente de información muy importante para los investigadores que tienen como interés los tres focos de GEM. Los factores que afectan la actividad empresarial, la relación entre la actividad empresarial y el desarrollo económico de los países, y los relación entre la actividad empresarial y el desarrollo económico de los países. En el año 2006, Colombia se vinculó al proceso investigativo GEM, la U. de los Andes, U del Norte, U. ICESI y U Potifcia Javeriana de Cali. Ya a partir del 2015 UCC, U Cesar y

EAN cada año se ejecuta el proceso de medición en Colombia y se han producido los respectivos informes nacionales GEM Colombia. Gemcolombia.org (s.f.)

La problemática se enmarca en aspectos de acelerado cambio en la adquisición y obtención de información y el giro hacia una economía globalizada, permite que los emprendedores en su afán por sostenerse en el mercado, se vean motivados a modificar sus formas de pensar de tecnificar e implementar procesos acordes con el momento, generando ideas para su bienestar por lo que las universidades e instituciones de apoyo a la pequeña, mediana y gran empresa no difunden el trabajo desarrollado por las unidades de emprendimiento y su papel queda rezagado al rincón de la biblioteca, que decepciona y acumula documentos con ideas sin llevarlas a cabo.

Otro estudio de importante análisis es “entorno y motivaciones para emprender” (Marulanda & Morales, 2016, p. 12 -28) realizado en la universidad EAN, Bogotá y cuyo objetivo se enmarca en el análisis de las motivaciones en un grupo de emprendedores de Medellín; por lo tanto, recurren a las teorías de la motivación y la percepción en un contexto local en el cual los factores culturales, educativos, económicos, son condiciones de fomento así como las capacidades y los conocimientos.

Para tal fin, adoptaron ideas de Schumpeter (1934), Von Mises (1949) entre otros que permiten identificar las oportunidades en el entorno donde se encuentren los emprendedores, aprovechando y generando acciones que permitan alcanzar diversidad de logros.

Desde estos referentes, la fundamentación teórica se establece en autores como Schumpeter quien asume el emprendimiento como una teoría del área económica, planeando la existencia del desequilibrio dinámico, causado por el empresario innovador; además desarrolla ideas entorno al estímulo para la inversión y la innovación y con ellas desarrollo “la teoría del espíritu emprendedor” favorables para los empresarios que pretenden causar desequilibrio cada vez que imponen una idea que revolucione el mercado (Velásquez, 2011, p, 1 – 23).

Metodología

Esta investigación es Mixta, se enmarca en el tipo cuantitativo, cualitativo y tiene un alcance descriptivo. Por lo tanto, la finalidad del presente estudio es describir las situaciones, eventos que se relacionan con el comportamiento de las variables e indicadores que determinan el objeto del mismo; es por esto que se maneja un tipo de investigación no experimental, de carácter exploratorio con corte transversal en lo que compete a recolección de información en su mayoría de tipo cuantitativo (Hernández, Fernández y Baptista, 2015, p. 365).

Resultados esperados

Respecto a la problemática que presentan los estudiantes para la realización de proyectos de innovación, se aplicó una encuesta con el fin de dar respuesta al primer objetivo del presente estudio, obteniendo las siguientes respuestas que sirvieron como preguntas filtro para el estudio, mediando con las Fuentes secundarias relacionadas con variables socioeconómicas de los países (Secondary Variable – SV) de GEM Colombia, el aporte de las Unidades de emprendimientos de las instituciones de educación superior al crecimiento económico de la ciudad de Neiva.

Recorre a datos de los países participantes, en las variables: tamaño de la población, nivel de ingresos, tasa de empleo/desempleo, rango educativo, gastos e inversión en investigación y desarrollo, infraestructura vial, nivel de competitividad, facilidad para hacer negocios; producto interno bruto, entre otros, y complementa dicha información con datos publicados por organismos internacionales como: Banco Mundial, FMI, World Economic Forum, OCDE, ONU, USA Census, UE, Unesco, Doing Business Report, y muchas otras fuentes secundarias de información.

OBJETIVO	INSTRUMENTO UTILIZADO	RESULTADOA
Indagar acerca de la eficacia de las unidades de emprendimiento de las instituciones de educación superior	Entrevista	Evidencia del efecto que ha tenido el acompañamiento y asesoría a los emprendedores
Cuantificar las empresas legalmente constituidas originadas por las unidades de emprendimiento.	Consulta bases de datos cámara de comercio Huila.	Datos estadísticos de las empresas legalmente constituidas.
Medición e interpretación de indicadores de crecimiento económico generados por las empresas legalmente constituidasd originadas por las unidades de emprendimiento.	Modelo econométrico	<ul style="list-style-type: none"> • Número de empleos generados. • Aportes tributarios a la región.

Fuente: Elaboración propia

Referencias bibliográficas

Gemcolombia.org (s.f.) ¿Quiénes somos? GEM Colombia. Recuperado de https://gemcolombia.org/sobre_gem_colombia/

SCHUMPETER, Joseph. Teoría del desenvolvimiento económico. Quinta Reimpresión, Fondo de Cultura Económica, México 1978.

Sastre, R. (2013) Artículo "La motivación emprendedora y los factores que contribuyen con el éxito del emprendimiento" Recuperado de <https://revistas.unlp.edu.ar>

Marulanda, VF & Morales, G.S (2016) Entorno y motivaciones para emprender. Revista Escuela de Administración de Negocios. No 81. Bogotá, p. 12 - 28

Tendencias para la educación profesional en contaduría pública: caso Colombia

Trends for professional education in public accounting: case Colombia

Martha Lucía Fuertes Días¹
Marilú Avendaño²

1 Doctor@Administración Gerencial, Universidad Benito Juárez, México. Magíster en Administración con énfasis en Finanzas Corporativas, Universidad ICESI, Colombia. Especialista en Finanzas con Concentración en Finanzas Avanzadas, Universidad ICESI, Colombia. Contadora Pública, Universidad Santiago de Cali, Colombia. Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, Colombia. Investigadora Grupo de Investigación ilama. <https://orcid.org/0000-0001-8468-1867> martha.fuertes@unad.edu.co marthalfd@yahoo.com

2 Magíster en Educación, Instituto Tecnológico de Monterrey, México. Especialista en Gestión de Proyectos, UNAD, Colombia. Especialista en Educación Superior a Distancia, UNAD, Colombia. Administradora de Empresas, UNAD, Colombia. Docente e investigadora Grupo de Investigación GIEPE. Correo electrónico: marilu.avendano@unad.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7578-5816>
Google Scholar: https://scholar.google.es/citations?user=_anOzf4AAAAJ&hl=es

Resumen

Este proyecto de investigación pretende aportar al establecimiento de las tendencias para los programas profesionales de contaduría pública en Colombia, disciplina que enfrenta grandes retos por el actual contexto de elevada innovación tecnológica, desarrollo mercantil altamente competitivo, globalizado y de cambios desde las políticas públicas que orientan esfuerzos al logro de mayores niveles de competitividad para el país y sus organizaciones; factores todos que exigen al sistema educativo un cambio estructural, que hace necesario la armonización de sus propuestas para responder pertinentemente a la formación de profesionales competentes para desempeñarse en el contexto globalizado, un contador público internacional.

Palabras Clave

Contabilidad; Educación Contable; Contaduría Pública.

Abstract

This research project aims to contribute to the establishment of trends for professional public accounting programs in Colombia, a discipline that faces great challenges due to the current context of high technological innovation, highly competitive, globalized commercial development and changes from the public policies that guide efforts to achieve greater levels of competitiveness for the country and its organizations; all factors that require a structural change in the education system, which makes it necessary to harmonize their proposals to respond appropriately to the training of competent professionals to perform in the globalized context, an international public accountant.

Keywords:

Accounting; Accounting Education; Public Accounting.

Desarrollo de la ponencia

En la historia de la humanidad se ha requerido del conocimiento contable desde tiempos remotos, tal como lo señala Túa-Pereda (2015), por lo que se considera que la evolución del pensamiento contable ha estado estrechamente ligada a procesos sociales, de manera sensible por las relaciones económicas, las que a su vez reconfiguran la vida política y cultural.

Montesinos (1997) propone cuatro períodos para el proceso de evolución del conocimiento contable: empírico, génesis, expansión y consolidación; y finalmente el período científico.

Por su parte, el surgimiento de la educación contable en Colombia se remonta al año 1886, con las primeras escuelas no formales con las escuelas normales en educación contable como el Instituto Aponte de Comercio, el Instituto Humbolt de Comercio y la Escuela de Comercio de Bogotá; y en el año 1897 la Escuela de Comercio de Barranquilla fue la primera en expedir título profesional en el campo del conocimiento contable denominado profesor en comercio, con programas estructurados para diez semestres, que además del aprendizaje en contabilidad abarcaban matemática financiera, economía, estadística, moneda, banca y comercio internacional (Gómez, 2013).

A partir del año 1962 se inicia el período de desarrollo en la educación formal contable en Colombia, con la oferta de programas profesionales de contaduría pública que han otorgado la titulación de contador público hasta la fecha, tradicionalmente en metodología presencial (Gómez, 2013). Desde la década de los 90's, el desarrollo de la educación profesional contable en Colombia ha sido exigido por los retos que demanda el auge y desarrollo tecnológico y la globalización de las economías, los negocios y los movimientos de capitales; sin embargo, el marco normativo contable estaba propuesto desde principios de contabilidad locales según el Decreto 2649 de 1993 (Fuertes y Curveo, 2019).

Es hasta el año 2009 con la Ley 1314 que se acogen los marcos conceptuales en materia contable a partir de las normas internacionales de información financiera (NIIF) o International Financial Reporting Standards (IFRS) propues-

tas por la Junta de Normas Internacionales de Contabilidad o International Accounting Standards Board (IASB); cuya aplicación se inicia a partir del año 2014, dejando atrás el anterior marco normativo contable.

Actualmente, los planes de estudios de los programas de contaduría pública están propuestos por créditos académicos posibilitando el mejoramiento de las condiciones personales, institucionales, sociales y económicas para los futuros profesionales y la formación en varios escenarios institucionales, en el orden nacional e internacional (MEN, 2019).

Bajo las afectaciones expuestas, se constituye el actual momento de cambio estructural para la profesión contable en Colombia, los profesionales que la ejercen; y por supuesto, el sistema educativo responsable de la formación profesional pertinente para enfrentar el actual contexto de desarrollo mercantil de orden mundial y las tendencias de la profesión. Factores y escenario que invita al sector educativo del país a reflexionar sobre las competencias que están desarrollando actualmente en la formación de los profesionales de la contaduría pública, verificar si responden a las actuales exigencias de la comunidad, del sector empresarial y las dinámicas de desarrollo mercantil de orden mundial y sus tendencias; aspectos anteriores que invitan a cuestionarse sobre ¿Cuáles son las tendencias que deben considerarse en la propuesta de programas profesionales de contaduría pública en Colombia?

La investigación realizada se estableció para mediados del año 2018 la existencia en el país de 242 programas activos y con registro calificado vigente, de los cuales 180 programas equivalente al 74% son propuestos por instituciones privadas y 62 programas equivalente al 26% por instituciones públicas. Donde el 89% se desarrollan en metodología presencial con 215 programas, el 4% en modalidad a distancia tradicional con 9 programas y el 7% en modalidad virtual con 18 programas. También se estableció la duración entre tres a cinco años de estos programas y entre 130 y 177 créditos académicos. Se apreció flexibilidad en los planes de estudio a partir de una amplia oferta de con cursos optativos o electivos disciplinares.

Respecto de la competencia de los profesionales de esta disciplina, se identificaron falencias y falta de idoneidad de revisores fiscales, faltas contra la ética que determinan suspensión, amonestación y cancelación de las tarjetas profesionales (Junta Central de Contadores, 2017)

Se identificó la preferencia de la comunidad por los programas de contaduría pública en metodología virtual con crecimiento del 800%, lo que implicó al sector educativo público 56 años para armonizarse a estas necesidades y considerar que además de la educación presencial es posible la educación profesional en contaduría pública en metodología virtual. Los planes de estudio deben lograr eficiencia en cuanto al número de créditos y disminución de los tiempos de formación del futuro profesional, tendiente a la formación integral del contador público sin descuidar el desarrollo de competencias disciplinares en contabilidad financiera, contabilidad de gestión, costos, auditoría, presupuestos, finanzas, aplicación de la legislación laboral, comercial y fiscal, matemáticas financieras. Además, se debe considerar la ética y responsabilidad social y la internacionalización del currículo, especialmente en lo relacionado con los movimiento de capitales, el aseguramiento de la información, la gestión del riesgo y dominio de segundo y tercer idioma; para lograr la formación de un contador público internacional, que responda competentemente a las dinámicas de desarrollo empresarial, desarrollo económico y mercantil de los actuales contextos globalizados.

Referencias

Castillo Muñoz, C, Cordoba Martinez, J. Y Villarreal, J. (2014). Estándares internacionales de educación (IES) en contabilidad y aseguramiento: nuevos retos de la profesión contable. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.22267/rtend.141502.45>

Confecámaras. (2016). Nacimiento y supervivencia de las empresas en Colombia, Recuperado de http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/Cuadernos_de_analisis_economico/Cuaderno_de_An_lisis_Economico_N_11.pdf

Congreso de la República de Colombia (2008). Ley 1188 del 25 de abril de 2008 por la cual se reglamenta el registro calificado de programas de educación superior y se dictan otras disposiciones. Bogotá D.C.: Congreso de la República de Colombia.

Congreso de la República de Colombia (2009). Ley 1314 del 13 de julio de 2009, por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de la información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las autoridades responsables de vigilar su cumplimiento. Bogotá D.C.: Congreso de la República de Colombia.

De La Hoz, A. M. F. (2013). Análisis del proceso de convergencia a Normas Internacionales de Contabilidad e Información Financiera desde los factores intrínsecos al sistema contable en Colombia. Cuadernos de contabilidad, 14(36), 971-1007.

Delgado, G. R., & Bohórquez, M. V. U. (2011). Aportes de la información contable a una responsabilidad empresarial acorde con las necesidades de la sociedad. Una mirada crítica. Cuadernos de Administración, 24(43), 241-260.

Fuertes, M., Curvelo, J. (2019). Contexto de desarrollo de la educación superior contable en Colombia. En Fuertes, M. (Ed.), Oportunidades necesidades y tendencia de la educación contable en Colombia (pp. 22-47). Bogotá, Colombia: Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

Fundación IFRS. (2019). Estándares IFRS. Recuperado de <https://www.ifrs.org/>

Gómez, L. (2013). Educación contable en Colombia. Recuperado de http://ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/6789/1717/Gomez_Aristizabal_Laura_2014.pdf?sequence=1

Ministerio de Educación Nacional. (2010). Decreto 1295 del 20 de abril de 2010 por el cual se reglamenta el registro calificado de que trata la Ley 1188 de 2008 y la oferta y desarrollo de programas académicos de educación superior. Bogotá D.C.: Ministerio de Educación Nacional.

Ministerio de Educación Nacional. (2015). Decreto 1075 del 26 de mayo de 2015 por el cual se expide el decreto único reglamentario del sector educación. Bogotá D.C.: Ministerio de Educación Nacional.

Ministerio de Educación Nacional. (2019). Información institucional. Recuperado de <https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-85243.html>

Ministerio de Educación Nacional. (2019). Información institucional. Recuperado de <https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-87727.html>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2019). Acuerdos vigentes. Recuperado de http://www.tlc.gov.co/publicaciones/5398/acuerdos_vigentes

Montesinos, J. (1997). Evolución de la contabilidad a lo largo de la Vida. Revista Técnica Contable.

Presidencia de la República de Colombia. (1993) Decreto 2649 de diciembre 29 de 1993, por el cual se reglamenta la contabilidad en general y se expiden los principios o normas de contabilidad generalmente aceptados en Colombia. Bogotá D.C.: Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Rico, C. P., Rojas, V. M., García, C. F., Riquelme, M. A., & Rojas, P. M. (2015). Comunidad Andina de Naciones (CAN), Perú, Colombia, Bolivia y Ecuador: proceso de convergencia y adopción de las NIIF. Revista Economía y Política, 65-74.

Rueda Delgado, G. (2010). El papel de la contabilidad ante la actual realidad económica, social y política del país. Más allá de la convergencia de prácticas mundiales. Cuadernos De Contabilidad, 11(28). Recuperado a partir de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuacont/article/view/3202>

Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES) (2018). Módulo: Búsqueda de programas de instituciones de educación superior. Recuperado de <https://snies.mineducacion.gov.co/consultasnies/programa>

Túa-Pereda, J. (2015). Evolución del concepto de contabilidad a través de sus definiciones. *Contaduría Universidad de Antioquia*, (13), 9-74.

Universidad de los Andes. (2019). Registros calificados. Recuperado de <https://planeacion.uniandes.edu.co/pdi/registros-calificados/registros-calificados>



Caracteriacion de la imagen comercial de los empresarios ubicados en el centro historico de Tunja

Characteriation of the commercial image of the entrepreneurs located in Tunja historical center

Hugoberto Sánchez Sánchez¹

Juan Carlos Pérez Tovar²

1 Administrador de Empresas, Especialista en Gerencia de Mercadeo, Magister en Dirección Estratégica- Docente UPTC, Hugoberto.sanchez@unad.edu.co- UNAD, <https://orcid.org/0000-0002-2439-4476>

2 Administrador de Empresas, Especialista en Alta Gerencia en Mercadotecnia, Magister en Administración de Las Organizaciones, docente UNAD Tunja, email: juanc.perez@unad.edu.co. <https://orcid.org/0000-0002-6719-7069>

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivos, caracterizar la actividad comercial de los empresarios ubicados en el centro histórico de Tunja, en especial la imagen comercial y su importancia como sector económico de la ciudad; para el efecto se realizó una investigación descriptiva en la que participaron 1232 empresarios que representan el 100% de la población; se tomó información a través de la aplicación de una encuesta y observación estructurada por parte de los investigadores.

Los resultados permiten observar como el sector es altamente heterogéneo en cuanto a las actividades realizadas, el tamaño de las mismas, las prácticas orientadas a definir y promover la imagen comercial que les permita fortalecer la comunicación visual con el consumidor. Se destaca la concentración empresarial en la carrera once y doce, entre las calles dieciocho y veintiuno, donde prima como actividad económica la venta de ropa y calzado.

El sector empresarial del centro histórico se caracteriza por su tradicionalidad y en algunos casos por su deterioro como actividad económica, aspectos que desde la tradición histórica de la ciudad no aporta un factor diferencial como atractivo turístico que dé cuenta de su aporte a la conservación del patrimonio o a ser parte especial por su ubicación, que lo diferencia del resto del tejido empresarial de la ciudad.

La investigación permitió concluir que el sector empresarial ubicado en el centro histórico de Tunja es heterogéneo, tradicional, poco atractivo, altamente informal y sin identidad asociada a la tradición histórica

Palabras claves

Identidad; transformación; comunicación; informalidad; marketing; atraktividad

Abstract

The objective of this research was to characterize the commercial activity of the entrepreneurs located in the historic center of Tunja, especially the commercial image and its importance as an economic sector of the city; for this purpose, a descriptive investigation was carried out in which 1232 entrepreneurs participated, representing 100% of the population. Information was taken through the application of a survey and structured observation by the researchers.

The results allow us to observe how the sector is highly heterogeneous in terms of the activities carried out, their size, practices aimed at defining and promoting the commercial image that allows to strengthen visual communication with the consumer. It is remarkable the concentration of business on "carreras" eleventh and twelfth, between eighteenth and twenty-first streets, where the sale of clothing and footwear is the main economic activity.

The business sector of the historic center is characterized by its traditionality and in some cases by its deterioration as an economic asset, aspect that from the historical tradition of the city does not provide a differential factor as a tourist attraction that accounts for its contribution to the conservation of heritage or to be a special spot because of its location, which differentiates it from the rest of the city's business tissue. On the other hand, it is a sector with problems of informality, atomized and without control, whose objective is limited to carry out in an elementary way buying and selling activities.

The investigation allowed to conclude that the business sector located in the historic center of Tunja is heterogeneous, traditional, unattractive, highly informal and without identity associated with the historical tradition

Keywords

Identity; transformation; communication; informality; marketing; attractiveness

Desarrollo de la ponencia

La dinámica propia de las ciudades coloniales en las que su desarrollo habitacional, histórico, cultural, turístico y comercial parte del centro a la periferia, como resultado de los cambios del contexto entre otros la presión demográfica y la influencia de nuevos modelos de distribución del espacio público, motivan a que las autoridades y la propia ciudadanía tomen decisiones de ordenamiento territorial en función de objetivos que puede estar destinados a facilitar la vida de los peatones, a incentivar el turismo , a crear espacios comerciales con cierta identidad, a preservar el patrimonio como elemento que identifique la población, a motivar el desarrollo urbano a hacia la periferia o a generar un cambio en las costumbres de sus habitantes.

Se asumió como problema de investigación, el reconocer como el sector empresarial no cuenta con una imagen comercial desde la gestión de marketing que permita ser reconcomido como sector comercial asociado al centro histórico de la ciudad , dado que no cuenta con un factor diferenciador en materia comunicacional que lo diferencie de los restantes sectores comerciales de la ciudad.

El objetivo general de la investigación consistió en: caracterizar la actividad comercial de los empresarios ubicados en el centro histórico de Tunja, en especial la imagen comercial y su importancia como sector económico de la ciudad . Como objetivos específicos : identificar la actividad comercial de cada una de las unidades productivas del sector, establecer la calidad de la imagen comercial, identificar la imagen de cada una de las empresas frente al consumidor, establecer zonas de concentración empresarial, identificar el estado de formalidad de las empresa s frente a las disposiciones legales y analizar si el sector empresarial tiene alguna particularidad que lo identifique como perteneciente al centro histórico de la ciudad.

Se utilizó la investigación descriptiva, dada la necesidad de caracterizar las practicas relacionadas con la imagen comercial y el estado general de las empresas ubicadas en el sector, al igual que el tamaño y el desarrollo de cada una de las actividades en el sector.

Se tomó como población al 100% de las unidades productivas del sector que tuvieran un carácter comercial, para el levantamiento de la información se tomó como método de trabajo el recorrer a pie cada carrera y cada calle hacia el occidente hasta la respectiva esquina, de tal manera que no se evitara el duplicar el registro de información por parte de los encuestadores; se realizó además registro fotográfico de cada una de las empresas a fin de contar con un archivo real de la imagen comercial y como fuente de auditoría y verificación del trabajo de campo.

Como instrumentos de investigación se utilizaron la encuesta estructurada y la observación por parte de los encuestadores, quienes suministraron la información para realizar las tablas de frecuencia y los análisis que forman parte integral de la presente investigación.

Los resultados de la investigación permiten establecer que el sector comercial ubicado en el centro histórico de Tunja, presenta una serie de falencias en la gestión comercial, que afectan su imagen corporativa, aspecto que no es coherente con los cambios que se están dando en el equipamiento urbano producto del desarrollo de proyectos del plan bicentenario. Carrión, F. (2000) refiere a los cambios que se generan en los centros históricos de las ciudades y su impacto en el desarrollo cultural, económico y social, los cuales llevan a que el centro histórico tenga una nueva presentación ante la sociedad; dichos cambios están encaminados a modernizar la zona en mención de manera integral, así como lo están haciendo otras ciudades coloniales quienes sin perder su esencia histórica, presentan al turista y al habitante una propuesta de ciudad donde el peatón sea el eje principal y no el vehículo; donde el turista encuentre armonía entre la infraestructura y el desarrollo comercial, que permita fortalecer la identidad como sector.

Para el caso de Tunja, el sector comercial en mención tiene la necesidad de modificar su estrategia corporativa con miras a insertarse en el cambio de imagen como lo refiere Chavez, M. (2000) en su escrito de la catedra de Comunicación Mediática y Organizaciones donde destaca la importancia de fortalecer la imagen corporativa para posicionar un producto, marca o establecimiento.

En este sentido se considera que se requiere apalancar el cambio de manera armónica, para poder aprovechar la ventaja comparativa de contar con un legado histórico, que no ha sido suficientemente explotado como recursos estratégicos de identidad e interés turístico.

El sector empresarial ubicado en el centro histórico esta dedicado a múltiples actividades económicas que no permiten identificar una vocación económica como sector , se destaca como actividad principal la venta de ropa y calzado, al igual que la venta de alimentos, sin embargo se caracteriza por su heterogeneidad de actividad , tamaño y prácticas de manejo de imagen comercial.

En cuanto hace referencia a las practicas relacionadas con el manejo de la imagen comercial, el sector no desarrolla estrategias técnicas de marketing que le permita contar con identidad propia como sector que lo relacionen como perteneciente al centro histórico de la ciudad.

El sector empresarial ubicado en el centro histórico presenta una imagen tradicional, poco innovadora y atractiva frente al consumidor y al turista; por el contrario presenta desorden heterogeneidad, contaminación visual y auditiva y deterioro en razón a que el interés del consumidor se ha desplazado hacia otros sectores de la ciudad donde la presencia de centros comerciales ha jalado nuevos polos de desarrollo.

Referencias Bibliográficas

ALCAIDE, J, C. (2013). Marketing y pymes. Las principales claves del marketing en la pequeña y mediana empresa. Madrid: Alianza Editorial

CHAVEZ, Norberto, la Imagen Corporativa.Disponible en dircomunlp.com.ar/sites/default/files/bibliografia/La-imagen-corporativa.pdf

Correa, R. (1948). Historias de Tunja, Publicaciones de la Academia Boyacense de Historia, Imprenta Departamental-Tunja

Medina, Juan (2017). 100 años de la Cámara de Comercio de Tunja, Buhos editores Ltda, ISBN978-958-56631-0-7

MERITXELL, Simón López¹ ; Antònia Casellas ; Pau Avellaneda. Comercio minorista y peatonalización: evolución y adaptación en la ciudad costera de Malgrat de Mar (Barcelona). Anales de Geografía de la Universidad Complutense ISSN: 0211-9803 <http://dx.doi.org/10.5209/AGUC.60476>

MUÑOZ, P. (2008): Engagement marketing: Una nueva publicidad para un marketing de compromiso. Madrid: Prentice Hall.

KOTLER, P; ARMSTRONG, G. (2003). Fundamentos de marketing. Sexta edición. Bogotá: Pearson Educación

KOTLER, P. (2017). Marketing 4.0. Bogotá: Pearson Educación

SANTOS , Ronald. Comunicación Comercial. https://www.academia.edu/8031406/Comunicacion_Comercial



Estilos de liderazgo, perspectivas y retos en la educación media

Leadership, perspective and challenges in middle education

Sandra Migdonia Tovar Trujillo¹

Shyrley Rocio Vargas Paredes²

Gloria Liliana González González³

Manuel Ignacio Martínez Arce⁴

Paola Andrea Góngora⁵

1 Administrador Educativa, Esp. En Administración de Empresas, Esp. En Informática para la Docencia. Esp. En Pedagógica para el desarrollo del aprendizaje autónomo. Magister en Administración de Organizaciones. MBA. Administración de Negocios. sandra.tovar@unad.edu.co

2 Administrador de Empresas, Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo, Especialista en Educación Superior a Distancia y Magister en Administración de Organizaciones. Líder Zonal de Investigación UNAD. shyrley.vargas@unad.edu.co

3 Contador Público, Esp. En Gerencia Estratégico de Mercadeo y Magister en Mercados financieros y finanzas internacionales. gloligongon@gmail.com

4 Estudiante de Administración de empresas. UNAD. manmar777@hotmail.com

5 Estudiante de Ingeniería Ambiental. UNAD. pagongoram@unadvirtual.edu.co

Resumen

La presente ponencia muestra una investigación en curso que aborda los estilos de liderazgo desde el modelo de los 4 marcos en instituciones de educación media de la ciudad de Neiva. El objetivo determinar los estilos de liderazgo en instituciones de educación media: una mirada desde el modelo de los 4 marcos, aplicado a los rectores de las instituciones en Neiva. La investigación se desarrolla mediante el enfoque cuantitativo, de tipo exploratorio y descriptivo que permitirá identificar los estilos de liderazgos que tienen los rectores de las instituciones de educación media en la Ciudad de Neiva.

El liderazgo en su accionar está presente desde tiempo atrás pero con la evolución y los cambios vertiginosos del mundo globalizado, hoy en día se da mayor atención sobre esta habilidad que no solo se presenta en el sector empresarial, sino en diferentes ámbitos y factores, así como, a nivel individual y personal, que está sustentado desde diferentes teorías y tipologías que tiene como base el desarrollo de esta habilidad para dinamizar con estrategias las diferentes acciones que lleven a la empresa al éxito donde su capacidad de influir en el otro, en sus colaboradores, permita el logro las metas y objetivos institucionales.

Palabras claves

Liderazgo; educación; instituciones; educación; organizaciones; estilos

Abstract

This paper shows an ongoing investigation that addresses leadership styles from the model of the 4 frameworks in institutions of secondary education in the city of Neiva. The objective is to determine the leadership styles in secondary education institutions: a look from the 4 framework model, applied to the rectors of the institutions in Neiva. The research is carried out through the quantitative, exploratory and descriptive approach that will identify the leadership styles that the rectors of middle school institutions have in the City of Neiva.

Leadership in their actions has been present for some time but with the evolution and vertiginous changes of the globalized world, today more attention is given to this ability that not only occurs in the business sector, but in different areas and factors, as well as, at the individual and personal level, which is based on different theories and typologies that is based on the development of this ability to dynamize with strategies the different actions that lead the company to success where its ability to influence the other, in its collaborators, allow the achievement of institutional goals and objectives

Keywords

Leadership; education; institutions; education; organizations; styles

Desarrollo de la ponencia

Actualmente, encontramos que no hay claridad en el papel de los administradores y/o gerentes de las instituciones educativas para el fortalecimiento del desarrollo organizacional a través de su liderazgo. Teniendo en cuenta que para ser líder se requiere de capacidades que generen cambios positivos y de esta forma encaminar todos los recursos organizacionales de manera efectiva. Planteado de esta forma, es esencial proyectar a las instituciones educativas como empresas que necesitan de gerentes líderes, con ciertas cualidades, habilidades y competencias para ejercer su rol a nivel organizacional.

A nivel internacional, se hizo profundización en un escrito publicado el Ministerio de Educación Nacional sobre el liderazgo y participación, donde se resalta un caso en Inglaterra., donde el liderazgo que juega el mando principal en los colegios ha cambiado considerablemente en los últimos 20 años. Muchas de las funciones asumidas por las autoridades locales ahora son responsabilidad directa de los colegios, los cuales reciben un presupuesto y deciden su distribución. El cuerpo administrativo escolar tiene la responsabilidad de establecer un presupuesto y el director del colegio la de administrarlo. ((Ministeria de Educación Nacional, 2007)

De esta manera, la mentalidad gerencial cambia para inculcar la noción de directores líderes, cuyo propósito fundamental no es controlar sino estimular a las personas para asumir iniciativas y riesgos y respaldarlos cuando fallan (Adair, 1990). Según Luthe (2006:5) "la tarea de guiar a otros hombres, de señalarles el camino, no es una empresa fácil. No se trata únicamente de emitir órdenes bajo las cuales los subordinados se tienen que regir, sino de desarrollar el arte de delegar en los demás la tarea de hacerse a sí mismos"

Por ejemplo, una de las dificultades es pensar que ser líder es solo dar órdenes, o solo aplicar el proceso administrativo, sin tener la visión de nuevas oportunidades y estrategias, incorporando en los administradores estilos de dirección y liderazgos para responder a los retos empresariales. Hoy en día, se les exige a sus líderes desempeño, no solo en lo educativo, sino en lo económico, el recurso humano y el desarrollo organizacional, además el impacto social y la trazabilidad de los procesos.

Consecuente con lo anterior, el (Ministerio de Educación Nacional, 2007), la visión y valores claros ayudan a que el liderazgo sea distribuido y a tomar decisiones en el colegio. Si todos conocen los valores del colegio, así como la dirección hacia donde van, las decisiones se pueden tomar de acuerdo con ese contexto, lo que permite repartir el liderazgo.

De esta manera, repartir el liderazgo y permitir que los colaboradores también participen en la toma de decisiones, potencia el comportamiento humano a

nivel personal y laboral de los colaboradores de las instituciones educativas, donde todos conforman el recurso humano y son esenciales para lograr los objetivos y promover el desarrollo organizacional. Para las instituciones educativas, hoy es importante la marca empresarial para esto se debe partir por fortalecer la marca personal de cada uno de los miembros del equipo, es así que una institución educativa con marca empresarial tiene características diferenciadoras para contribuir al tejido social

Son muchos quienes se atreven a hablar de liderazgo, pero pocos los que realmente lo llevan a la práctica, ya que es una temática bastante amplia que requiere un estudio minucioso, por ello Bennis afirma que:

“De entre todas las áreas oscuras y confusas en psicología social, la del liderazgo lucha indudablemente por alcanzar el primer puesto. [...] probablemente sea el Liderazgo más que cualquier otro tópico en ciencias sociales, el tema del que más se ha escrito, pero sobre el que menos se conoce” (Bennis, 1989).

Y aún sigue siendo una idea muy válida en estos días, teniendo en cuenta que el liderazgo al igual que muchas cosas de nuestro alrededor evolucionan de acuerdo con las necesidades actuales del entorno, puesto que “el liderazgo es siempre dependiente del contexto, pero el contexto es establecido por las relaciones” (Wheatley, 1994) que se establecen en los diferentes campos donde se da aplicabilidad a dicho concepto.

De una forma simple Sánchez nos afirma que el Liderazgo “es la capacidad de hacer que otros te sigan con el convencimiento que tus ideas permitirán el avance de la organización y sus miembros” (2012. p. 8), siendo entonces un conjunto de habilidades gerenciales y cualidades directivas para actuar en un grupo de personas en la búsqueda y el alcance de objetivos comunes que benefician a todas las partes, teniendo una influencia positiva que conlleve a la realización de tareas que tienen un fin específico.

Dentro del liderazgo, se encuentran diferentes tipos, uno de ellos es el liderazgo estratégico, que según (Blanchard, 2007), “es el que asegura que todos vayan

en la misma dirección, por lo tanto contempla el establecimiento de una visión clara, el desarrollo de una cultura de valores, y la formulación de estrategias para la ejecución de sus actividades". Para esto, se requieren ciertas habilidades que potencian la implementación de las estrategias.

Las habilidades para planificar, prever, organizar, dirigir y controlar, se complementan de forma excelente con los rasgos de liderazgo, por medio del carisma, la creatividad y la motivación. *"Es aquí donde el liderazgo efectivo emerge como una necesidad para poder operar el cambio"* (Manz, Bastien y Hostager, 1991, Citado por Aguirre & Villarreal, 2012).

Consecuente con lo anterior, ser un líder implica una gran variedad de virtudes que permitan guiar su grupo de trabajo, la persona debe ser un visionario, con capacidad de comunicación, de establecer ideas y saberlas llevar a cabo, de conducir y reconducir cada uno de los pasos que se desarrollan dentro de una agrupación de personas que "centra sus esfuerzos en alcanzar los objetivos establecidos en la organización" (Sánchez M., 2009).

Ser líder se requiere de capacidades que generen cambios positivos y de esta forma encaminar todos los recursos organizacionales de manera efectiva. En la observación a las instituciones se demuestra que no hay claridad en el papel de los administradores y/o gerentes de las instituciones educativas para el fortalecimiento del desarrollo organizacional a través de su liderazgo. Planteado de esta forma se busca analizar a los establecimientos educativos desde lo organizacional para conocer sobre el desarrollo de la función del rector, de acuerdo con su estilo de liderazgo, pero confrontado con lo que debe también aplicar según las normas.

De esta manera, la pregunta de investigación fue ¿Cuáles son los estilos de liderazgo en instituciones de educación media de la ciudad de Neiva desde el modelo de los 4 marcos? Para responder a esto se ha utilizado la siguiente metodología:

La investigación se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, el cual permite analizar información que puede ser medida en términos numéricos (cifras) y explicada en términos estadísticos, o como lo define Hernández, Fernández y Baptista:

Se cumple un proceso donde el investigador plantea un problema delimitado y específico, hace una revisión sistemática de la literatura que permita construir el marco teórico, plantear hipótesis, así mismo, mediante el diseño de la investigación, aplicar las técnicas e instrumentos propuestos para la recolección de datos y medición por medio de procedimientos estandarizados (p. 23)

La investigación es de tipo exploratorio y descriptivo porque se hace un análisis de los diferentes estilos de liderazgo y se identifican los estilos que tienen los rectores de las instituciones de educación media en la Ciudad de Neiva.

La investigación tuvo como objetivo general determinar los estilos de liderazgo en instituciones de educación media: una mirada desde el modelo de los 4 marcos, aplicado a los rectores de las instituciones definidas como objeto de estudio.

Resultados

La investigación está en curso, se ha desarrollado la revisión documental y el grupo focal con los rectores frente a los estilos de liderazgo, donde se ha analizado las variables del modelo en el desarrollo del rol como rectores de las instituciones de educación media.

Discusión o propuesta

El modelo de los 4 marcos, tiene propósitos y características particulares que consolidan los estilos de liderazgo, de los cuales, se propone lo que debe propender un rector de institución de educación media.

El primer marco o estilo de liderazgo denominado estructural define a los líderes como planeadores y atentos en los detalles. Adicionalmente, el líder se caracteriza por tener habilidades analíticas. Específicamente esta perspectiva ve a los líderes como quienes definen objetivos, procedimientos, políticas y normas claras, sistemas de gestión bien desarrollados, prestan atención a la instrucción, dirigen a través del análisis y el diseño de planes ampliamente aceptados y relacionados a la estructura de la empresa, enfatizan en las metas, delimitan roles específicos para las personas, definen la organización como un sistema racional y jerárquico. Bolman & Deal, 1991; Bolman & Deal, 2010; Cummings et al. 2010; Thompson, 2000)

El segundo estilo de liderazgo ve al líder como un humanista. En este sentido son aquellos orientados en las relaciones interpersonales, es decir, líderes enfatizados en la importancia de las personas, la participación, la motivación y el trabajo en equipo. Se basa en la idea de desarrollar un buen ajuste entre las personas y las organizaciones. Bolman & Deal, 1991; Bolman & Deal, 2010; Cummings et al. 2010; Thompson, 2000)

El tercero de los estilos ve al líder como un visionario, aquel que a través de la inspiración encuentra la herramienta para mover a sus seguidores. Se basa en el carisma personal y en la motivación de la gente a través del entusiasmo con el fin de que se comprometan con la organización, utilizando símbolos y experiencias de manera que logre comunicar una visión. Bolman & Deal, 1991; Bolman & Deal, 2010; Cummings et al. 2010; Thompson, 2000)

El cuarto estilo de liderazgo político En este caso, los líderes se suponen en un escenario de continuo conflicto y escasez de recursos, un ambiente de constante conflicto y solución de diferencias. Por lo tanto, son líderes que enfatizan en la negociación de compromisos y construcción de una base de poder: Aliados, redes y coaliciones (con grupos destacados); poseen habilidades de negociación y resolución de conflictos. Valoran lo práctico y no lo ideal. Mueven sus influencias para impactar sobre la organización. Adicionalmente, son sensibles a factores externos que puedan influir las políticas y decisiones

internas. Bolman & Deal, 1991; Bolman & Deal, 2010; Cummings et al. 2010; Thompson, 2000)

Los Rectores, como líderes de las instituciones educativas deben propiciar escenarios de dialogo, actividades que permitan el buen clima laboral y organizacional, donde se logre el desarrollo del ser, de lo real y lo práctico.

Conclusiones

Es así como, el liderazgo implica una gran variedad de virtudes que permitan guiar su grupo de trabajo, la persona debe ser un visionario, con capacidad de comunicación, de establecer ideas y saberlas llevar a cabo, de conducir y reconducir cada uno de los pasos que se desarrollan dentro de una agrupación de personas que “centra sus esfuerzos en alcanzar los objetivos establecidos en la organización” (Sánchez M., 2009).

Referencias bibliográficas

Blanchard, K. (2007). Liderazgo al más alto nivel. Bogotá: Norma.

Bolman, L., & Deal, T. (1991). Leadership and management effectiveness: a multi-frame, multi-sector análisis. Human Resource Management. Recuperado de: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/hrm.3930300406/>

BENNIS, Warren. (1989). On becoming a leader. Reading, MA: Adisson-Wesley Publishing Company Inc. <http://forleadership.org/wp-content/uploads/On-Becoming-a-Leader.pdf>

Casillas S. J. C. (2006). Aportaciones de la teoría de la autopoiesis al análisis de las instituciones de educación superior. Perfiles educativos. Recuperado el agosto de 1 de 2012, de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/132/13211405.pdf>

Sánchez Manchola, I. D. (2009). Estilos de dirección y liderazgos en las organizaciones. Propuesta de uno modelo para su caracterización y análisis. Editorial Universidad del Valle. Cali, Colombia. Recuperado de: <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/10312/3/Estilos%20de%20direccion%20y%20liderazgo.pdf>

Thomson, M. D. (2000). Gender, leadership orientation, and effectiveness: Testing the theoretical models of Bolman & Deal and Quinn. *Sex Roles*, 42(11/12).

Wheatley, M. (1994). *El liderazgo y la nueva ciencia*. Granica, Barcelona. Recuperado de: www.academia.edu/download/31672790/El_liderazgo_y_la_Nueva_Ciencia_RESUMEN.doc



Spin-Off Universitarias en la industria 4.0 de la Región Caribe de Colombia

University Spin-Off in the Industry 4.0 of Colombia's Caribbean Area

Jesús Rafael Fandiño Isaza¹

Alejandro Quiñonez Mosquera²

1 Magister en Administración de Organizaciones, Master of Business Administration, Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo, Administrador de Empresas, Docente ocasional con funciones de docencia e investigación, líder del grupo de investigación INCACEN y Semillero SIGMA, se ha desempeñado como líder misional de Desarrollo Regional y Proyección Comunitaria y Relaciones Interinstitucionales.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8232-0790> Email: jesus.fandino@unad.edu.co

2 Estudiante de Doctorado en Economía y Empresa, Universidad de Santiago de Compostela. Magister en Dirección y Administración de Empresas, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Especialista en Docencia Universitaria. Administrador de Empresas. Universidad de los Llanos.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3996-657X> Email: gquinonez@unillanos.edu.co

Resumen

La presente ponencia presenta resultados parciales de la primera fase de la investigación factores determinantes para la creación de Spin-off Universitarias en la región caribe de Colombia, que hace parte de una investigación sobre el mismo particular en Colombia, liderada por la universidad de los Llanos y vinculada al Observatorio de Emprendimiento Universitario de la Red Universitaria de Emprendimiento (REUNE), enmarcado en la Ley 1838 de 2017 que dicta las normas de fomento a la ciencia, tecnología e innovación mediante la creación de empresas de base tecnológica (SPIN OFFS).

Las spin-off académica o universitaria es un concepto usado para denominar las nuevas empresas creadas a partir de investigaciones de profesionales de una Instituciones de Educación Superior (IES) o un centro de investigación, con el propósito de desarrollar un nuevo producto o servicio de base tecnológica (COLCIENCIAS, 2016). “Las empresas de base tecnológica se generan principalmente en los sectores de informática, biotecnología, robótica, mecánica fina, aeroespacial, semiconductores, entre otras” (Almario y Vasconcellos (2001) citado por Castellano, 2007). Además, Castellanos (2007) señala que tienden a relacionarse con las universidades, institutos o centros de investigación, donde se desarrollan tecnologías en áreas de conocimiento similares a las que requieren para su desarrollo y actualización tecnológica.

Por lo anterior, el interés del trabajo es reconocer el papel de las Spin-off universitarias en las industrias 4.0 apoyados en los resultados de la investigación, por la importancia que las nuevas tendencias de emprendimiento vienen irrumpiendo con la inclusión de herramientas tecnológicas y digitales que permiten el fortalecimiento y desarrollo de organizaciones más innovadoras comprometidas con el desarrollo sostenible del país y la región.

Palabras Clave

Desarrollo industrial; cambio tecnológico; innovación científica; transferencia de tecnología; Tecnología avanzada.

Abstract

This paper presents partial results of phase 1 of the research related to the determining factors for the creation of University Spin-offs in the Caribbean region of Colombia, which is part of a research on the same particular in Colombia linked to the Observatory of University Entrepreneurship of the University Entrepreneurship Network (REUNE), framed in Law 1838 of July 6, 2017 that dictates the rules for promoting science, technology and innovation through the creation of technology-based companies (SPIN OFFS) and the creation of the first Center for the Fourth Industrial Revolution (C4IR) in Colombia for the creation of studies and formulation of policies associated with technologies 4.0 in Latin America.

The academic or university spin-off is a very broad concept, to name the new companies created from research by professionals from a Higher Education Institution (IES) or a research center, with the purpose of developing a new product or technology-based service (COLCIENCIAS, 2016). "Technology-based companies are generated mainly in the sectors of information technology, biotechnology, robotics, fine mechanics, aerospace, semiconductors, among others" (Almario and Vasconcellos, 2001 quoted by Castellano, 2007). In addition, Castellanos (2007) points out that they tend to relate to universities, institutes or research centers, where technologies are developed in areas of knowledge similar to those required for their development and technological updating.

Therefore, the interest of the work is to recognize the role of university spin-offs in industries 4.0 supported by the results of research, for the importance that new entrepreneurship trends are bursting with the inclusion of technological and digital tools that allow the strengthening and development of more innovative organizations committed to sustainable development of the country and the region.

Keywords

Industrial development, technological change, scientific innovation, technology transfer, advanced technology.

Desarrollo de la Ponencia

Metodología.

El tipo de investigación es descriptiva y la metodología utilizada es de tipo descriptivo y correlacional (Bernal, 2010) y de enfoque mixto (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017), en el proceso de investigación se realizarán análisis de fuentes primarias y secundarias en dos fases que permitan acercarse al reconocimiento de los factores institucionales, las características de las Universidades relacionadas con la creación de Spin-Off y los perfiles del emprendedor.

Se aplicarán instrumentos cuantitativos, el instrumento dará cuenta de las spin-off reconocibles en los últimos 5 años de acuerdo con la clasificación establecida y la segunda fase de la investigación en curso de tomara contacto con los empresarios, a quienes se aplicará un nuevo instrumento cuantitativo para caracterizar sus perfiles, soportado en la Adult Population Survey de el Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Resultados

Los resultados incluidos en la ponencia corresponden a la primera fase de la investigación en curso corresponden a los factores institucionales que permiten la creación de Spin Off universitarias en Colombia y a la identificación de las Spin-Off universitarias existentes en la región caribe.

Según el estudio las IES de la región caribe cuentan o han establecido una política, reglamento o proceso institucional relacionado a la transferencia de conocimiento, tecnología o resultados de investigación (Ver figura 1), cuentan con reglamento y proceso en un 9% en cada una de la IES. También cabe resaltar para la creación de empresas las IES, el 36% cuenta con un proceso, el 27% cuenta con un reglamento y 18% con una política institucional.

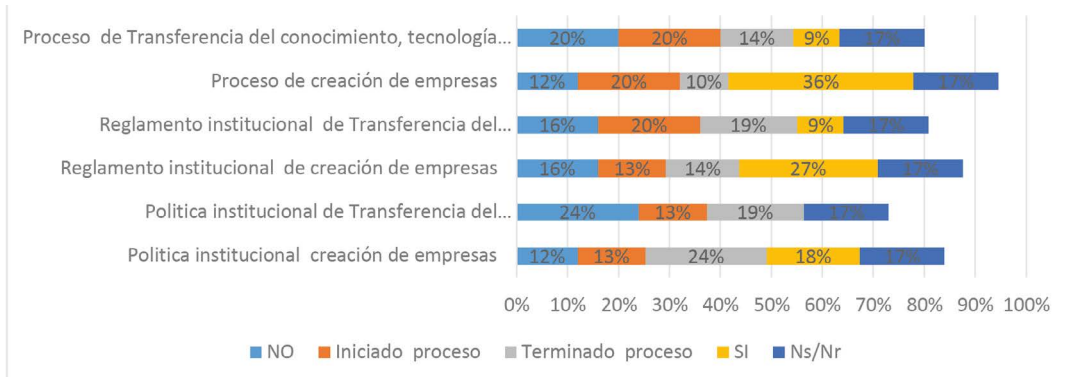


Figura 1. Factores institucionales para TRI en las IES de la Región Caribe.

Fuente: Elaboración propia.

Con la relación a la infraestructura de apoyo a la transferencia de resultados de investigación por parte de las IES en la región caribe, se resalta que en promedio el 50% a iniciado o terminado proceso para contar con una oficina de transferencia de resultados de investigación o de tecnología, fondos para prueba de concepto o de productos y fondos de capital semilla para las nuevas empresas con un promedio 54%, un 28% de las IES tienen parque tecnológico, aceleradoras de empresas e incubadoras de empresas con un promedio del 46%, pero el 38% de las IES no cuenta con centro de emprendimiento (ver Figura 2).

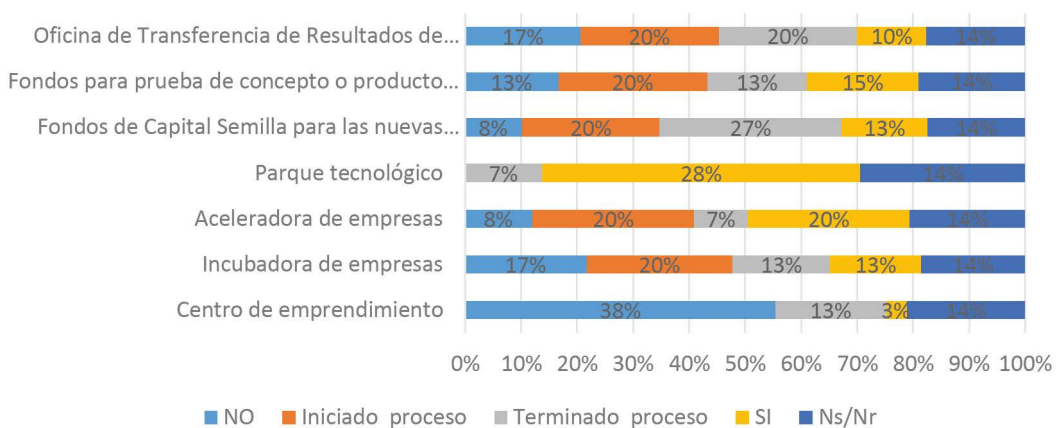


Figura 2. Factores para la creación de Spin Off por IES de la Región Caribe

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el sistema de normas de la IES en la región contempla algún procedimiento de actuación o regulación para la creación de Spin-off donde en promedio el 48% han iniciado o finalizado estos procesos, para las Start-Ups 43%, otras empresas 37%, las patentes, licencias, regalías y contratos de transferencia de conocimiento o tecnología tiene en promedio 42%. (Ver figura 3).

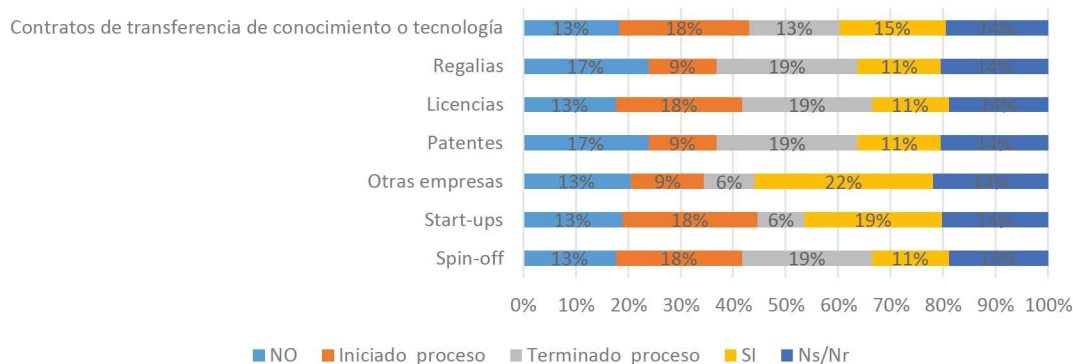


Figura 3. IES Región Caribe con procedimientos de creación de Spin Off

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la actividad económica que desarrollan las spin-off relacionadas con la Clasificación de Actividades Económicas (CIIU), se presenta que el 21,4% son de actividades de desarrollo de sistemas informáticos (Código 6201), el 17,9% en Otras actividades de tecnologías de información y actividades de servicios informáticos (Código 6209), el 7,1% en Actividades especializadas de diseño (Código 7410), y el 7,1% en otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.p. (7490). (ver figura 4).

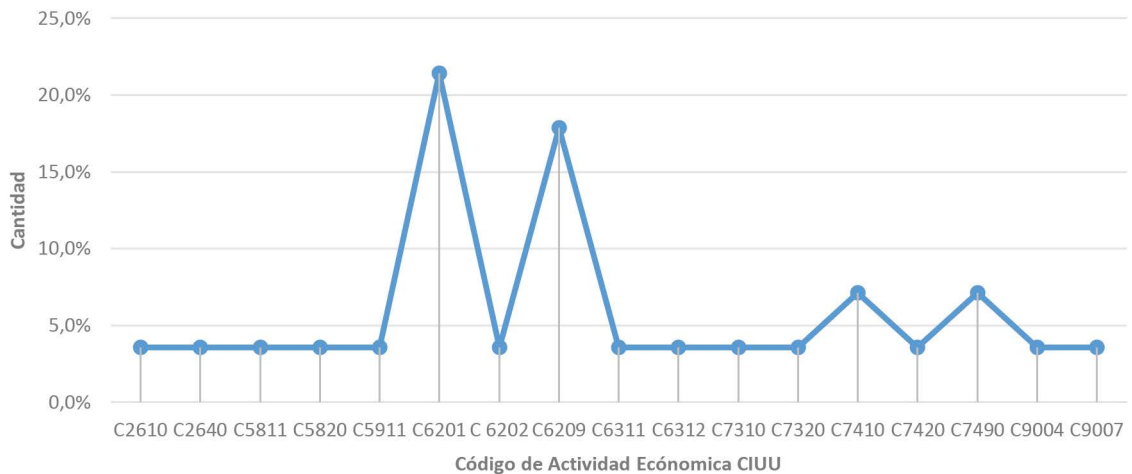


Figura 4. Actividad económica de las spin-off en la región caribe.

Fuente: Elaboración propia

Bibliografía

Aceytuno, M.T., & Paz, M.A. (2008). La creación de spin-off universitarias: el caso de la Universidad de Huelva. *Economía Industrial*. N° 368, págs. 97-111. Recuperado de <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/10810>

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Tercera Edición. Bogotá: Pearson Educación

Castellano, Oscar (2007). *Gestión Tecnológica: De un enfoque tradicional a la inteligencia* (248-261). Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/2081/1/Gestion.pdf>

- Castresana, C. (2016). Industria 4.0. Universidad de la Rioja. Recuperado de https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE002004.pdf
- Congreso de Colombia. (6 de julio de 2017). Ley Spin-Off. [Ley 1838 de 2017]. Recuperado de <http://www.spinoffcolombia.org/ley-spin-off/>
- Consejo Privado de Competitividad (2017). Índice Departamental de Competitividad 2017, Recuperado de https://compite.com.co/wp-content/uploads/2017/11/CPC_IDC_2017-7-Nov.pdf
- Consejo Privado de Competitividad (2018). Índice Departamental de Competitividad 2018, Recuperado de https://compite.com.co/wp-content/uploads/2019/03/LIBRO-CPC_IDC_2018_WEB.pdf
- COLCIENCIAS (2016, octubre). HACIA-UNA-HOJA-DE-RUTA-SPIN-OFF.pdf. Recuperado 20 de abril de 2017, a partir de <http://www.spinoffcolombia.org/wp-content/uploads/2016/07/HACIA-UNA-HOJA-DE-RUTA-SPIN-OFF.pdf>
- Colciencias (2017). Estadísticas Generales Grupos e Investigadores. Recuperado de <https://www.colciencias.gov.co/la-ciencia-en-cifras/estadisticas-generales>
- Fernández, J. (2017). La industria 4.0: Una revisión de la literatura. Recuperado de <http://fundacioniai.org/actas/Actas3/Actas3.25.pdf>
- Hallam, C., Novick, D., Gilbert, D, J., Frankwick, G, L., Wenker, O., & Zanella, G, (2017), ACADEMIC ENTREPRENEURSHIP AND THE ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEM: THE UT TRANSFORM PROJECT, 23(1), 14,
- Hermann, M., Pentek, T., & Otto, B. (2016). Design Principles for Industrie 4.0 Scenarios. 2016 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS).
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2017). Metodología de la Investigación. Quinta edición. México DF: McGraw Hill Educación.

- Iglesias Sánchez, P, P,, Jambrino Maldonado, C,, & Peñafiel Velasco, A, (2012),
Caracterización de las Spin-Off universitarias como mecanismo de transferencia de
tecnología a través de un análisis clúster, *Revista Europea de Dirección y Economía
de la Empresa*, 21(3), 240-254, <https://doi.org/10.1016/j.redee.2012.05.004>
- Jiménez, C., Maculan, A., Otálora, I., Moreira, R. y Castellano, O. (2013). Reflexiones
sobre los mecanismos de transferencia de conocimiento desde la universidad:
el caso de las Spin-offs. Recuperado de [https://www.researchgate.net/
publication/257450211_Reflexiones_sobre_los_mecanismos_de_transferencia_de_
conocimiento_desde_la_universidad_el_caso_de_las_spin-offs](https://www.researchgate.net/publication/257450211_Reflexiones_sobre_los_mecanismos_de_transferencia_de_conocimiento_desde_la_universidad_el_caso_de_las_spin-offs)
- Lasi, H., Fettke, P., Kemper, H.-G., Feld, T., & Hoffmann, M. (2014). Industry 4.0. *Business
& Information Systems Engineering*, 6(4), 239–242.
- Ministerio de Educación Nacional, (2017), Listado General de Instituciones de Educación
Superior, Recuperado de [https://snies,mineducacion.gov.co/firmas/cna/xml/rep_
ies.html](https://snies,mineducacion.gov.co/firmas/cna/xml/rep_ies.html)
- Monge, M,, Briones Peñalver, A,, & García Pérez de Lema, D, (2012), Factores
determinantes de la creación de las Spin Off académicas: caso del Instituto
Tecnológico de Costa Rica, *Cuadernos de Administración*, 27(46), 23–38,
- Rodeiro, D,, Fernandez Lopez, S,, Otero González, L,, & Rodríguez Sandías, A, (2007),
Determinants of University Spin-Offs: An Empirical Analysis of the Spanish Case,
Recuperado de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1033520
- Rodeiro Pazos, D, (2008), *La creación de empresas en el sistema universitario español*,
Univ Santiago de Compostela, Recuperado de [http://www.usc.es/libros/index.php/
spic/catalog/book/438](http://www.usc.es/libros/index.php/spic/catalog/book/438)
- Stock, T., & Seliger, G. (2016). Opportunities of Sustainable Manufacturing in Industry
4.0. *Procedia CIRP*, 40, 536–541.

Tamayo, L. (2011). Condiciones Institucionales para la Creación de una Spin-Off Académica: Caso, la Facultad de Minas de la Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/5502/1/39354046.2011.pdf>

Zhong, R. Y., Xu, X., Klotz, E., & Newman, S. T. (2017). Intelligent Manufacturing in the Context of Industry 4.0: A Review. *Engineering*, 3(5), 616–630.

Estructuración de la cadena de valor del cacao en el departamento de Sucre como estrategia para el crecimiento económico regional

Structuring the cocoa value chain in the department of Sucre as a strategy for regional economic growth

Amalio Segundo Otero Tapia¹
Mario Fernando Zubiria Lara²
Luis Alejandro Forero Barón
Julieth Alexandra Barón Bayona

1 Administrador de empresas - Magister en Administración de organizaciones – UNAD. Docente ocasional ECACEN – UNAD. ORCID:

Email: amalio.otero@unad.edu.co

2 Administrador público – Especialista en pedagogía para el desarrollo del aprendizaje autónomo – (MBA). Docente ocasional ECACEN – UNAD. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1392-1728?lang=es> . Correo mario.zubiria@unad.edu.co

Mail: mario.zubiria@unad.edu.co

Resumen

La producción de cacao en el mundo está dividida entre los que se quedan en el primer eslabón de la cadena (materia prima) y los que se encuentran en el último eslabón de la cadena. Para el primer caso se ubican los países en vías de desarrollo como Colombia, Ecuador, Costa de Marfil, Indonesia, entre otros, caracterizados por una baja competitividad y transformación del producto. En el segundo caso se encuentran los países desarrollados que tienen un índice de competitividad alto, generando mayores rentabilidades a través del valor agregado que realizan al producto.

La siguiente investigación se realizó a partir de revisión de fuentes secundarias, evidenciando los casos de éxito de cadenas de valor del cacao en diferentes lugares del mundo y a nivel nacional, y que son tomados como ejemplo para realizar la estructuración de esta cadena en el departamento de Sucre.

El trabajo se desarrolla bajo los siguientes objetivos específicos: el primero, caracterizar la cadena de valor del cacao en el ámbito internacional nacional y local; el segundo, realizar un diagnóstico de las capacidades, elementos, condiciones que intervienen en la estructuración cadena de valor del cacao en Sucre y finalmente estructurar la cadena de valor del cacao para el departamento de Sucre

Palabras claves

Cadena de valor; desarrollo regional; asociatividad; competitividad; sostenibilidad

Abstract

The following work was carried out based on a review of secondary sources, success stories of cocoa value chains in different parts of the world and different national cases that allowed the structuring of this chain in the department of Sucre were analyzed.

The work consists of four specific objectives: in the first one a diagnosis was made of the current crop situation in the department; In the second objective, success stories were analyzed nationally and internationally; in the third objective an analysis of the processes of production, transformation and commercialization of the fruit was carried out and thus know about the actors that are needed to structure the value chain in the department and, in the fourth objective, strategies are proposed and carried out recommendations so that the deployment and commissioning of the chain is successful.

Keywords

Value chain; regional development; associativity; competitiveness; sustainability

A través de esta investigación se realiza un análisis del proceso de la cadena de valor del cacao a nivel mundial pasando por la situación a nivel nacional para luego estructurar la cadena de valor en el departamento de sucre.

Contenido

Planteamiento Del Problema

A pesar de contar con una gran riqueza geográfica, suelos fértiles y que en el territorio existe gran variedad de actividades económicas, el departamento de Sucre presenta graves problemas de tipo económico y social que lo han llevado a ser catalogado como uno de los departamentos más pobres del país, por lo



que es resulta un reto generar estrategias para incentivar a la agroindustria aprovechando la riqueza geográfica con la que cuenta el departamento.

Pero para que esto sea una realidad y sea sostenible, es importante estructurar una cadena de valor bien cimentada, no dejar a la suerte a estos productores y que no terminen siendo una iniciativa más que arranque con fuerza y termine con el tiempo solo como un cultivo de pan coger sin aportar beneficios significativos dentro de la economía de la región.

Esta investigación trata de estructurar la cadena de valor del cacao en el departamento de Sucre, de tal manera que permita el desarrollo económico de la región, lo anterior porque el cacao se ha convertido en uno de los principales productos para comercializar en el mundo, su materia prima es utilizada en la elaboración de chocolates, manteca, tortas y demás derivados, el valor del producto depende de su genotipo.

El estudio es de carácter descriptivo y no experimental, fue realizado por medio de la revisión de fuentes secundarias analizando información relevante que permitió conocer la metodología para estructurar cadenas de valor, igualmente se analizaron experiencias exitosas de casos a nivel nacional e internacional para poder aplicar los conocimientos obtenidos mediante el ejercicio de sus prácticas, se estudió además los procesos de transformación del cacao en cada una de sus etapas desde la siembra pasando por la recolección y transformación hasta llegar al consumidor final, para así saber qué tipo de actores incluir en cada uno de esos procesos con el fin de lograr la calidad en cada uno de ellos.

En el estudio encontramos que para lograr competitividad en el cultivo del cacao en el departamento de Sucre se hace necesario la estructuración de la cadena de valor del grano en la región, y, para que esto se haga una realidad se necesita que en el departamento se den las condiciones y capacidades para lograrlo.

Dentro de la investigación realizada se encontró que el departamento de Sucre cuenta con las condiciones y capacidades para estructurar la cadena de valor del cacao dentro de su territorio, pero para esto es imprescindible que se estructuren y engranen estas capacidades para que se logre la dinamización de esa cadena, aprovechase que el factor diferenciador que cacao colombiano esta entre los más finos de mundo y que por ese hecho es más apreciado en el exterior por lo que se puede trabajar en subproductos con buena acogida a nivel nacional e internacional.

Hablando de políticas son muchas las que actualmente se están creando en el marco de la paz y dentro de estas se está promocionando el cultivo de cacao en zonas de conflicto como estrategia de desarrollo y el departamento de Sucre especialmente la zona de los montes de maría y la zona de La Mojana fueron golpeadas por este flagelo, lo que deja una puerta abierta para gestionar recursos que permitan el desarrollo del cultivo en la zona. Actualmente hay en curso un proyecto por valor de \$ 4.878.694.779 para la implantación de cultivos de cacao agroforestal en los montes de maría. Lo que deja en claro que si existe el panorama para el desarrollo del cultivo al igual que las políticas que lo favorezcan y esto es indispensable para la estructuración de la cadena de valor.

En relación con los actores que podrían conformar la cadena se encontró que existen los necesarios para estructurarla partiendo desde los proveedores de insumos como primer eslabón hasta llegar a los consumidores, todos los actores hacen presencia en el departamento solo que no están engranados y no existen procesos de asocio que permita direccionar el trabajo.

De acuerdo con lo anterior, se presenta la estructura de la cadena de valor del cacao, con la cual se pretende dinamizar la actividad económica del departamento de Sucre en cuento al caco se refiere:

Bibliografía

- AGUILAR, Aguilar Miguel Ángel (2005): "La Competitividad De La Industria Textil En México En Un Contexto De Globalización 1985-2003". Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Monografía de grado. México.
- AGRONET. (24 de 08 de 2019). *estadísticas departamento de sucre-cacao*. Obtenido de estadísticas departamento de sucre-cacao: <https://www.agronet.gov.co/estadistica/Paginas/home.aspx?cod=3>
- ALBURQUERQUE, Francisco (2004): El Enfoque del Desarrollo Económico Local. Serie: Desarrollo Económico Local y Empleabilidad. Buenos Aires, Organización Internacional del Trabajo.
- Contreras, C. (2017). Análisis de la cadena de valor del cacao en Colombia: generación de estrategias tecnológicas en operaciones de cosecha y poscosecha, organizativas, de capacidad instalada y de mercado. Recuperado 13 agosto, 2019, de <http://bdigital.unal.edu.co/59141/1/1032373448-2017.pdf>
- Editorial Bubok. (s.f.). El desarrollo local complementario | Mario Blacutt Mendoza - Bubok. Recuperado 14 agosto, 2019, de <https://www.bubok.es/libros/255469/El-desarrollo-local-complementario>
- FEDECACAO. (29 de 03 de 2017). el cacao base de la paz y de la reconciliación. Obtenido del cacao base de la paz y de la reconciliación: <http://www.fedecacao.com.co/portal/index.php/es/2015-04-23-20-00-33/373-el-cacao-base-de-la-paz-y-la-reconciliacion>
- GRUPO NUTRESA. (2017). *proyectos productivos inclusivos*. Obtenido de proyectos productivos inclusivos: <https://www.gruponutresa.com/wp-content/themes/gruponutresa/library/archives/cartilla-Proyectos-Inclusivos-de-Cacao.pdf>
- MONCAYO, Edgard (2003): nuevas teorías y enfoques conceptuales sobre el desarrollo regional: ¿Hacia un nuevo paradigma? Revista de economía institucional. Vol. 5 N° 8, primer sementare.

OCAD REGION CARIBE. (31 de octubre de 2016). *proyectos aprobados región caribe corte 31/10/2016*. Obtenido de departamento de sucre: http://www.atlantico.gov.co/images/stories/adjuntos/planeacion/ocad_regional/py31octubre.pdf

Peña, Y., P.A. Nieto Alemán, y F. Díaz Rodríguez (2008). Cadenas de valor: un enfoque para las agrocadenas. *Equidad y Desarrollo*, (9), 77-85. <https://doi.org/10.19052/ed.279>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Corporación Universitaria del Caribe - CECAR, Área de Pobreza y Desarrollo Sostenible, & Programa Nacional de Desarrollo Humano (DNP-PNUD). (s.f.). El departamento de Sucre frente a los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Recuperado 13 agosto, 2019, de https://www.cepal.org/MDG/noticias/paginas/6/44336/Sucre_final.pdf

PROCOLOMBIA. (02 de 07 de 2018). *sector cacao y derivados en el mundo*. Obtenido de sector cacao y derivados en el mundo: https://www.idhsustainabletrade.com/uploaded/2018/07/2.-Presentaci%C3%B3n-ProColombia_Cacao.pdf

SENA. (30 de 07 de 2019). *portal Sofia plus*. Obtenido de portal Sofia plus: http://oferta.senasofiaplus.edu.co/sofia-oferta/buscar-oferta-educativa.html?radio=opcion199&buscador_texto=cacao&ffv=-1&ciudad=Ej%3A+Cali%2C+Cartagena&campoEmpresa=&nfct=-1

Quintero R, María Liliana, & Díaz Morales, Katty Marisabel. (2004). El mercado mundial del cacao. *Agroalimentaria*, 9(18), 47-59. Recuperado en 13 de agosto de 2019, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-03542004000100004&lng=es&tlng=es.

Enseñanza práctica del modelo de Design Thinking dirigida a la población campesina colombiana, a partir de la creación de cadenas productivas Agro Sostenibles mediante el emprendimiento Vértora SAS

Practical teaching of the Design Thinking model directed to colombian farmers, from the creation of Agro Sostenible productive chains through Vermora SAS entrepreneurship

María Paula Leal Guerrero¹

¹ Administradora de Empresas de la Universidad de los Andes. Magister en Administración de Organizaciones – Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. Cofundadora de Vértora SAS. Correo electrónico: mp.leal125@uniandes.edu.co

Resumen

Esta ponencia propone una estrategia de enseñanza a la población campesina basada en el modelo de Design Thinking, el cual enseña a pensar diferente, mediante el uso del aprendizaje práctico como catalizador del conocimiento. Lo anterior considera además la creación de cadenas productivas asociadas al emprendimiento Vérmora SAS, quien servirá de apoyo en negociaciones, contacto con empresas, y gestor del conocimiento para la población campesina, la cual históricamente y a nivel general no ha recibido condiciones justas de comercio y mercado (Salcedo, 2013) además de los preocupantes bajos niveles educativos y económicos.

Palabras Clave

Design Thinking; Cadenas Productivas; Hierbas y Condimentos; Emprendimiento; Educación Campesina; Vérmora

Abstract

This paper proposes a teaching strategy to the rural population based on the Design Thinking model, which teaches different thinking, through the use of practical learning as a catalyst for knowledge. The above also considers the creation of productive chains associated with the Vérmora SAS enterprise, which will serve as support in negotiations, contact with companies, and knowledge manager for the rural population, which historically and generally has not received fair trade and market conditions (Salcedo, 2013) in addition to the worrying low educational and economic levels.

Keywords

Design Thinking; Productive chains; Herbs and Condiments; Entrepreneurship; Rural Education; Vermora

Desarrollo de la ponencia

Las cifras de educación en la población rural colombiana son alarmantes en cuanto a cobertura y pertinencia. Según cifras del DANE divulgadas en el censo poblacional del año 2005, se observa que el 25% de los colombianos vive en zonas rurales (MinCultura, 2010), a su vez para el año 2014, el 11,5 % de la población rural mayor de 15 años no sabía leer ni escribir. En otros resultados el DANE afirma que en estas áreas el 15.7% de las mujeres y el 16.1% de los hombres cursaron primaria completa; el 2.9% de las mujeres y el 2.4% de los hombres tienen secundaria completa y el 0.9% de las mujeres y el 0.8% de los hombres alcanzaron un nivel profesional. Las carreras tecnológicas y de técnicos profesionales cuentan con muy bajos porcentajes en toda Colombia. En la zona rural de los municipios, el 0.3% de las mujeres y el 0.2% de los hombres cursaron carreras tecnológicas y el 0.5% de las mujeres y el 0.3% de los hombres son técnicos profesionales. Lo anterior indica bajas tasas a nivel educativo, lo que puede indicar un déficit de preparación a la hora de realizar negociaciones con empresas, o proponer ideas diferentes sobre cómo vender sus productos. Es por ello que se pretende divulgar a esta población el modelo de Design Thinking, para lograr aumentar la creatividad y aprender a indagar más allá, pensando en diferentes tipos de consumidores, además de las tendencias del mercado actual. El diseño puede proporcionar a las personas una idea de las nuevas formas de hacer las cosas y de las diferentes perspectivas e interpretaciones acerca de la realidad que están viviendo. De esta manera, el diseño puede ser una forma de enfrentar la complejidad y responder a la voluntad de la gente de cambiar deliberadamente el mundo (Nelson & Stolterman, 2003), todo ello enseñado en las instalaciones del emprendimiento Vérmora a partir de talleres y seminarios dictados por los fundadores de la empresa, en pro de enseñar y posteriormente establecer la creación de cadenas productivas que logren beneficiar económicamente a ambas partes, generando espacios de aprendizaje colaborativo en temas de administración y negocios, y técnicas agrícolas sostenibles. Cabe resaltar que la misión de Vérmora SAS es producir y transformar productos naturales asociados a plantas aromáticas y condimentos, pensando siempre en cuidar la naturaleza y el cuerpo humano, con políticas medioambientales de cero químicos y cero plásticos en toda su cadena de producción; pero también es un emprendimiento con sentido so-

cial, el cual brinda un espacio de construcción de ideas y consolidación del conocimiento agrícola en los negocios, acogiendo a diferentes actores que lo necesiten.

Metodología

En esta ocasión, la población objetivo inicial de la propuesta realizada por Vérmora SAS será la población rural que cultiva hierbas aromáticas y/o condimentos, y que según cifras del DANE no supera el 1% de la población rural. En la primera etapa se buscarán personas residentes en la región del Bajo Sumapaz, para ejecutar todas las actividades en el municipio de Fusagasugá. Allí se trabajará el modelo de Design Thinking o pensamiento de diseño, el cual se define como un método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios (IDEO, 2019). Se explicarán teóricamente cada una de las etapas del modelo, basando el aprendizaje en la práctica con cada uno de los productos agrícolas que maneje la persona.

Se realizará el cuestionario asociado a cada etapa del pensamiento de diseño con cada agricultor, hasta lograr un producto que logre satisfacer la necesidad encontrada mediante una propuesta de valor definida, la cual les permitirá no sólo vender la materia prima a precios injustos y variables según la oferta de las cosechas nacionales, sino que se establecerá un producto o servicio terminado y transformado el cual generará una rentabilidad fija y mayor para el productor.

En esta etapa entra entonces un trabajo colaborativo entre Vérmora y el representante rural, en donde además del apoyo académico y asesoría en innovación del producto final, la empresa realizará una inversión en la transformación del producto y asegurará al productor una demanda certera a un precio justo y constante, además de la asesoría en prácticas agronómicas que permitan cultivar un insumo libre de químicos y de alta calidad, brindando al productor un porcentaje de la venta del producto final el cual se espera cumpla con todas las

certificaciones exigidas por las autoridades nacionales e internacionales en sellos ecológicos, permisos de venta y calidad, siempre recordando que “Pensar como un diseñador puede transformar la manera en la que se desarrollan productos, servicios, procesos e incluso estrategias” (Brown, 2012), y teniendo en cuenta el significado real de una cadena productiva.

Se espera que en el año 2022 se cuente con al menos diez cadenas productivas diferentes, las cuales generen mínimo 30 productos en el mercado, luego de establecer todo el proceso asociado al pensamiento de diseño, basados en la política y sostenible que propone la empresa Vérmora SAS. Se espera que las propuestas de los productores generen productos que tengan mezclas con otros insumos, y se logre establecer una propuesta de valor definida que satisfaga las necesidades encontradas en el mercado.

Bibliografía

- Brown, T. I. M. (2012). Design Thinking - Harvard Business Review. Recuperado 1 septiembre, 2019, de <https://fusesocial.ca/wp-content/uploads/sites/2/2018/06/Design-Thinking.pdf>
- Caicedo, E. (1990). Trabajo agrícola en América Latina. Recuperado 1 septiembre, 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5556727>
- DANE. (2014). Tercer censo Nacional Agropecuario. LA MAYOR OPERACIÓN ESTADÍSTICA DEL CAMPO COLOMBIANO EN LOS ÚLTIMOS 45 AÑOS. Tomo 2, Resultados. Recuperado 1 septiembre, 2019, de <https://www.dane.gov.co/files/images/foros/foro-de-entrega-de-resultados-y-cierre-3-censo-nacional-agropecuario/CNATomo2-Resultados.pdf>
- DANE. (2015, 12 agosto). Informe de contexto del 3er Censo Nacional Agropecuario [Comunicado de prensa]. Recuperado 1 septiembre, 2019, de https://www.dane.gov.co/files/CensoAgropecuario/avanceCNA/CNA_Contexto_2015.pdf

IDEO. (2019). FROM DESIGN THINKING TO CREATIVE CONFIDENCE. Recuperado 1 septiembre, 2019, de <https://www.creativeconfidence.com/chapters/chapter-1>

Kelley, D. (2019). ¿Why Design Thinking? Recuperado 1 septiembre, 2019, de <https://www.ideo.com/pages/design-thinking>

Leinonen, T., & Durall, E. (2014). Pensamiento de diseño y aprendizaje colaborativo. Recuperado 1 septiembre, 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/158/15830197012.pdf>

MIN CULTURA. (2010). POBLACIÓN CAMPESINA Y CULTURA. Recuperado 1 septiembre, 2019, de <http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/Poblaciones/POBLACION%20CAMPESINA%20Y%20CULTURA.pdf>

SALCEDO, L., PINZON, R., & DUARTE, C. (2013, 25 septiembre). EL PARO NACIONAL AGRARIO: UN ANALISIS DE LOS ACTORES AGRARIOS Y LOS PROCESOS ORGANIZATIVOS DEL CAMPESINADO COLOMBIANO. Recuperado 1 septiembre, 2019, de https://www.javerianacali.edu.co/sites/ujc/files/node/field-documents/field_document_file/el_paro_nacional_agrario-_un_analisis_de_los_actores_agrarios_y_los_procesos_organizativos_del_campesinado_colombiano._centro_de_estudios_interculturales._.pdf

Análisis del nivel de madurez de la gestión del conocimiento para cuatro MIPYMES industriales del barrio Restrepo en Bogotá-Colombia

Analysis of the maturity level of knowledge management for four industrial MIPYMES of the Restrepo neighborhood in Bogotá-Colombia

Pilar Andrea Rico¹
José Ever Castellanos N²

1 Psicóloga, UNAD- Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Facultad de Administración de Empresas, Especialización en Gestión de Proyectos, Semillero de Investigación Fénix, Bogotá, Colombia, pianrino@yahoo.com

2 Docente de la UNAD. Bogotá, Colombia. Doctor en Gestión, Universidad EAN - Colombia. Doctor en Ciencias Empresariales, Universidad de Nebrija - España. Magister en Administración, Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo, Administrador de Empresas. Calle 14 sur No. 14-23. jose.castellanos@unad.edu.co

Resumen

La presente investigación se enmarca dentro de la Especialización de Gestión de Proyectos en la línea investigativa de Gestión de la Innovación y del Conocimiento perteneciente a la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia en Bogotá Colombia. Busca dar cuenta del Nivel de Madurez de cuatro MiPymes industriales del Barrio Restrepo en Bogotá, mediante una metodología cualitativa y un trabajo de campo que desde la opinión de la comunidad determine un acercamiento al estado del nivel de madurez de la Gestión del Conocimiento en las mismas, teniendo en cuenta su estado actual en el contexto local, regional, nacional y global, y la importancia de la Gestión del Conocimiento en las organizaciones frente a las dinámicas del mundo, el mercado y la economía actual. Para lograr estos objetivos el estudio se divide en las siguientes secciones: el contenido o marco referencial que detalla los temas más importantes tratados en la investigación como gestión del conocimiento, nivel de madurez y MiPymes, entre otros. Los resultados obtenidos como consecuencia de la aplicación del instrumento de investigación donde se analiza a las cuatro MiPymes industriales objeto de estudio y sus niveles de Madurez de Gestión del Conocimiento. En la siguiente sección se dan propuestas y recomendaciones para las cuatro MiPymes industriales y por último se describen las principales conclusiones del estudio.

Palabras Claves

Gestión del Conocimiento; MiPymes Industriales; Innovación y Productividad

Abstract

This research is part of the Project Management Specialization in the research line of Innovation and Knowledge Management belonging to the ECACEN School of Administrative, Accounting, Economic and Business Sciences of the National Open and Distance University in Bogotá, Colombia. It seeks to account for the Maturity Level of four industrial MSMEs of the Restrepo District in Bogotá, through a qualitative methodology and a field work that, from the opinion of the community, determines an approach to the state of the level of maturity of Knowledge Management in them, taking into account its current state in the local, regional, national and global context, and the importance of Knowledge Management in organizations facing the dynamics of the world, the market and the current economy. To achieve these objectives, the study is divided into the following sections: the content or frame of reference that details the most important topics covered in research such as knowledge management, maturity level and MSMEs, among others. The results obtained as a result of the application of the research instrument where the four industrial MSMEs under study and their Maturity levels of Knowledge Management are analyzed. Proposals and recommendations for the four industrial MSMEs are given in the next section and finally the main conclusions of the study are described.

Keywords

Knowledge Management; Industrial SMEs; Innovation and Productivity

Desarrollo de la Ponencia

El presente investigación es denominada "ANÁLISIS DEL NIVEL DE MADUREZ DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO PARA CUATRO MYPYMES INDUSTRIALES DEL BARRIO RESTREPO EN BOGOTÁ-COLOMBIA", teniendo como objetivo general el de Analizar el nivel de madurez de la Gestión del Conocimiento para cuatro MiPymes industriales del barrio Restrepo de la Ciudad de Bogotá, con el fin de corroborar la hipótesis de que cuatro MiPymes industriales del barrio

Restrepo en Bogotá Colombia tienen un bajo nivel de desarrollo y de Madurez y su caracterización fundamental consiste en un desconocimiento, una desorganización y la carencia de aplicación de sistemas de gestión del conocimiento enfocados en la innovación y el desarrollo.

La presente investigación se centra en un problema actual y pertinente al interior de las ciencias económicas y administrativas que se plantea sobre la respuesta a cómo lograr que las organizaciones afronten las transformaciones estructurales del contexto socioeconómico y a su vez se desarrollen de manera integral involucrando procesos innovadores y de impacto. En tal contexto problemático, uno de los elementos más relevantes y que más énfasis ha logrado al interior del conocimiento y la práctica de todas las ciencias en la actualidad es la Gestión del Conocimiento, debido a que en los últimos 30 años, como consecuencia de las transformaciones explicadas con antelación, el conocimiento se ha convertido en un bien de valor intelectual, social y económico preponderante y su relevancia lo ha convertido en un factor fundamental en la construcción de conocimiento teórico práctico en torno a todas las reflexiones y acciones humanas actuales.

Análisis de Generalidades de las entrevistas y las encuestas

Como generalidades respecto al análisis de las respuestas consignadas en entrevistas y encuestas hay que iniciar destacando en principio, como desde las opiniones de los gerentes y trabajadores de las cuatro MiPymes industriales del barrio Restrepo la productividad y la innovación son elementos fundamentales en el ejercicio de su emprendimiento, desde posturas muy básicas y empíricas. Por ende, el desarrollar sus procesos productivos de acuerdo a las tendencias del mercado y como ellos lo manifiestan, de la moda, es una necesidad imperante en su proceder y el cambiar e innovar resulta un elemento fundamental para el desarrollo de la productividad.

Por su parte, otro elemento general que puede extraerse de las respuestas a las entrevistas y encuestas es el que refiere a la falta de acompañamiento de las cuatro MiPymes industriales del barrio Restrepo en el desarrollo de sus actividades productivas, en tanto manifiestan no tener ningún apoyo de las instituciones estatales, o de la sociedad civil en general que posibilite mejorar su productividad, por lo que todo lo realizan desde la autogestión empírica.

Como tercer elemento de análisis general de las respuestas de las Encuestas y entrevistas es importante destacar que respecto a la Gestión del Conocimiento existe un desconocimiento casi total de la teoría básica o especializada, en tanto la formación del talento humano y los intentos organizativos de los gerentes de estas empresas no van más allá de planes ocasionales para afrontar las situaciones diarias.

Como cuarto elemento es posible destacar como las MiPymes entrevistadas y encuestadas no tienen evidencias ni de conocimiento, ni de implementación de ninguno de los modelos de competitividad establecidos en el marco teórico del presente documento, no obstante, nuevamente aparece el elemento empírico en el que los entrevistados y encuestados reconocen la necesidad urgente de ser competitivos, pero así mismo, las acciones para buscar la competitividad no superan intervenciones más allá de la observación y la intuición.

De acuerdo al análisis de los datos anteriormente expuestos, es posible determinar que las empresas parte del presente estudio tienen poco o nada de conocimiento o acercamiento a los conceptos y a los fundamentos de la Gestión del Conocimiento y a la Competitividad, por lo que se hace necesario en primera instancia un acercamiento básico a los principales elementos de estas dos categorías por medio de consejos simples que puedan llevar a la práctica y puedan adaptarse con fiabilidad y practicidad a la realidad cambiante y dinámica en la que se desenvuelven las MiPymes industriales del barrio Restrepo. Por tal razón la principal propuesta para poder entregar a las MiPymes que hicieron parte del estudio es la elaboración de dos posters informativos sobre los cuales se fundamentará el acercamiento a

la información respecto a la Gestión del Conocimiento y la Competitividad como elementos de uso cotidiano en las organizaciones.

Conclusiones de la Investigación

Como conclusión inicial y central es posible responder a la pregunta problema determinando que, de acuerdo al marco teórico presentado en este estudio, las cuatro MiPymes industriales del barrio Restrepo tienen un Nivel de Gestión del Conocimiento que oscila entre el Inicial y el de Conciencia. Así mismo se pudo corroborar la hipótesis de investigación que determina que Las cuatro MiPymes industriales del barrio Restrepo en Bogotá Colombia tienen un bajo nivel de desarrollo y de Madurez y su caracterización fundamental consiste en un desconocimiento, una desorganización y la carencia de aplicación de sistemas de gestión del conocimiento enfocados en la innovación y el desarrollo.

Mediante la triangulación entre el planteamiento del problema, los referentes teóricos y metodológicos y el trabajo de campo de gran satisfacción para la investigadora, fue posible identificar el nivel de madurez de la gestión del conocimiento de las cuatro MiPymes industriales del barrio Restrepo, teniendo elementos anexos que develaron otras perspectivas del problema y posibilitaron establecer nuevas líneas investigativas para futuras investigaciones en el Campo de la Gestión del Conocimiento. Así mismo la presente investigación posibilitó generar un producto en beneficio de las empresas participantes en la investigación, que consistió en la publicación de un texto entregable (afiche y plegable) a las empresas participes en la investigación, que incluye consejos prácticos para incrementar el nivel de Madurez de la Gestión del Conocimiento y a su vez que sea la forma mediante la cual, las empresas participes del estudio y otras, puedan iniciar el camino en la implementación de procesos de Gestión del Conocimiento al interior de sus organizaciones.

Finalmente, la presente investigación permitió además de construir conocimiento y generar alternativas de apoyo a las organizaciones, evidenciar desde la vivencia propia de la investigadora y sensibilizar a los lectores y a la academia sobre el ímpetu y la gallardía con la que los gerentes y trabajadores de las MiPymes afrontan el día a día; Este trabajo es un homenaje y una contribución al conocimiento científico para dilucidar el estado actual de estas organizaciones en Colombia, y como, casi en la soledad, hacen esfuerzos colosales para mover la economía de un país que de una u otra forma las condena al abandono.

Referencias bibliográficas

- Castillo, A., Velandia, G., Hernández, P., & Archibold, W. (2017). Gestión del conocimiento e innovación en las PYME exportadoras del sector industrial en Colombia. *Espacios*, 38(34), 24-36. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a17v38n34/a17v38n34p24.pdf>
- Edvardsson, I. R., & Durst, S. (2013). The Benefits of Knowledge Management in Small and Medium-sized Enterprises. *Procedia*, 351-354. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813015085>
- Druango, C. M., & Quiroz, C. J. (2017). Evaluación de la madurez de la gestión de conocimiento en grandes empresas de Colombia: modelo exploratorio. *Pensamiento y Gestión*(43), 39-65. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n43/2145-941X-pege-43-00039.pdf>
- Gil, O. A. (2014). El contexto económico global de la Pyme. *Revista Académica e Institucional*(95), 155-179. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5213948.pdf>
- Hernández, S. R., Fernandez, C. C., & Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

Quintero, J. S. (2018). Las Pymes en Colombia y las barreras para su desarrollo y perdurabilidad. *Presentado como requisito para optar al título de especialista en: Gestión del Desarrollo Administrativo*. Universidad Militar Nueva Granada.

Salinas, L. J. (2013). *Problemática que afrontan las pequeñas y medianas empresas en Colombia por falta de un sistema de control*. Bogotá: Universidad Militar nueva Granada.



Factores de competitividad sistémica de la Ganadería doble propósito del Florencia –Caquetá

Systemic competitiveness factors of Florence dual purpose Livestock -Caquetá

Parcival Peña Torres¹

Víctor Alfonso Lara Andrade²

Hernán Javier Baracaldo Valencia³

1 Docente Titular Universidad de la Amazonia, Estudiante de doctorado Gerencia y Política Educativa, Universidad Baja California(Mex), magister en administración, especialización Finanzas Universidad del Valle y especialista en dirección y administración Universidad de la Sabana, director de grupo de investigación GEMA. ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-1656-7111>.

2 Maestría en administración, especialización en formulación y evaluación de proyectos de la Universidad de la Amazonia

3 Maestría en administración Universidad de la Amazonia, especialista en nutrición animal UNAD.

Resumen

El desarrollo de la investigación tiene como objetivo identificar el nivel de influencia según los factores de competitividad en las capacidades en el subsector de la ganadería de doble propósito en el municipio de Florencia, para lo cual se aplicó el modelo de la competitividad sistémica, agrupando las capacidades en sus cuatro niveles sectoriales (Esser 1996). La investigación planteó las siguientes fases: I. Previa, en la cual se realizó un análisis del contexto de la investigación, II diseño y aplicación de Instrumentos, donde se procede a aplicar el diseño de la investigación desde el enfoque metodológico mixto. III análisis de la información, donde se estudian los resultados recolectados de las unidades productivas ganaderas. IV Concluyente, la cual involucra, conclusiones finales y las nuevas perspectivas de investigación.

Palabras Clave

Competitividad; ganadería, capacidad

Summary

The objective of the research development is to identify the level of influence according to the factors of competitiveness in the capacities in the subsector of dual purpose livestock in the municipality of Florence, for which the systemic competitiveness model was applied, grouping the capacities in its four sectoral levels (Esser 1996). The research proposed the following phases: I. Previous, in which an analysis of the context of the investigation, II design and application of Instruments was carried out, where the research design is applied from the mixed methodological approach. III analysis of the information, where the results collected from the livestock production units are studied. IV Concludent, which involves, final conclusions and new research perspectives.

Keywords

Competitiveness; ranching, capacity

Desarrollo de la ponencia

Fundamentos teóricos

Competitividad, que su vez se fundamenta en el planteamiento de la ventaja absoluta desarrollada por Smith (1776), la Ventaja Comparativa. Desde el enfoque de Ricardo (1993), la Ventaja Competitiva. De Porter (2007). y finalmente la Competitividad Sistémica que propuso (Esser K. , Hillebrand, Messner, & Meyer, 1996).

Capacidades locales y desarrollo territorial

Aunque el término capacidad suele asumirse por algunos desde una perspectiva tecnocrática, se ha utilizado aquí para hacer referencia, según Sen (1999), a las "(...) combinaciones de alternativas que una persona puede hacer o ser: los distintos funcionamientos que puede lograr" (p. 28). Al asociar el enfoque de la capacidad al concepto de ventaja de la persona, se enfatiza en la evaluación a partir de las habilidades reales que permitan un desempeño exitoso durante su vida.

Subsector de la ganadería de doble propósito

El principal antecedente para definir el concepto en mención conlleva a reconocer que el auge de la ganadería de doble propósito comienza en las postrimerías de la década del 70, cuando se generan toda clase de expectativas que conllevaron a pensar que dicha actividad llegaría a convertirse en la más importante y de paso se constituiría en una amenaza para la lechería especializada de los altiplanos, gracias a la ventaja competitiva que para ese entonces se vislumbraba (Arango Nieto, Charry, & Vera, 1989).

Políticas de Estado en Colombia

Hay que tener en cuenta que, en el estudio de las políticas públicas, se utilizan tres enfoques teóricos, (Examen minucioso sobre el conjunto de objetivos, medios y acciones, teoría pluralista de las políticas públicas, y teorías marxistas

y neomarxistas), que se agrupan de acuerdo en donde centren el interés, pudiendo ser las que enfatizan en el Estado, en la sociedad y mixtas. (Gómez, 2008, p. 203)

Resultados

Caracterización unidades productivas del subsector de la ganadería de doble propósito

En desarrollo del primer objetivo específico se aplicó una encuesta a 23 propietarios de unidades productivas del subsector de ganadería doble propósito del Comité de Ganaderos del Municipio de Florencia, cuyo contenido se organizó por dimensiones, obteniéndose los siguientes resultados:

Quienes están al frente de las unidades productivas 100% género masculino, Caqueteño 83%, alta formación Académica 70% Superior; 87% Posesión regular del predio, 77% Dedicación inferior a 5 Días, Predios de menos de 300Ha, 74% Ganado de otro departamento; la ganadería de la unidades productivas se encuentran en el primer nivel de ganado doble propósito en Transición 61% -/ - 57%; Capital propio y/o familiar 57% - destinado 78% Compra animales; 83% Solo un trabajador; 1 Ordeño 78%, registros 70%, 74% de toros otro departamento, 65% Monta Natural y 70% Animales Media Sangre Europea, 100% Plan Sanitario, 91 % Pastoreo Rotacional .

Definición de capacidades competitivas del subsector de la ganadería doble propósito

Para el desarrollo del segundo objetivo específico se aplicó la Matriz IGO, donde se calificaron diferentes capacidades relevantes para competitividad sistémica del subsector de la ganadería de doble propósito en el municipio de Florencia Caquetá, en sus niveles: analítico micro, macro, meta y meso, bajo los criterios

de importancia y gobernabilidad. Capacidades que fueron calificadas por los 23 propietarios de las unidades productivas del subsector de la ganadería.

Capacidades Micro

El nivel analítico micro incluye la calificación de doce capacidades. En promedio las capacidades micro obtienen un nivel de calificación de 2.4 en gobernabilidad y de 3.4 en importancia. Si ubicáramos esta media en el plano cartesiano, este punto se ubica en el cuadrante 1 de acciones inmediatas. Ahora bien, eso no implica que todas las capacidades se ubiquen en este cuadrante, como se menciona es una media, que si describe la tendencia del nivel micro, como un nivel en su mayoría de alta gobernabilidad, lo cual se demuestra con la ubicación de las 9 capacidades en este cuadrante y solo 3 en el cuadrante 2 de retos; esto implica que las 9 capacidades ubicadas en el cuadrante 1 son las capacidades en las que hoy se soporta la competitividad del subsector de la ganadería doble propósito en el municipio y que requieren acciones inmediatas.

Relación nivel Micro inmediata

Para el caso de las capacidades micro, las variables se ubicaron en dos cuadrantes: en el cuadrante inmediatas se ubicaron nueve capacidades tal como: 1.1 capacidad de gestión administrativa, financiera y contable; 1.2 capacidad de gestión sistemas de información productivos; 1.3 capacidad de gestión de la innovación; 1.7 capacidad de formación del talento humano; 1.8 capacidad de acceder a tecnología; 1.9 capacidad de gestión de la investigación y el desarrollo - I&D; entre las cuales existen tres que se seleccionaron por su posición en el cuadrante, dado que cumplen con dos criterios: primero que su nivel de importancia está por encima de 3.6 y su nivel de gobernabilidad por encima de 2.6, lo que implica la definición de estas como las capacidades de mayor incidencia entre ellas que son: 1.5 capacidad de mejora continua en las prácticas del ciclo completo de producción (desarrollo, producción y comercialización; 1.11 capacidad de gestión de la calidad; 1.12 capacidad de gestión ambiental.

Identificación de retos que debe afrontar la ganadería de doble propósito:

Para el desarrollo del tercer objetivo específico, se parte de aplicación de la Matriz IGO, desarrollada en el objetivo dos (2), que contribuyó a la definición de capacidades que soportan el desarrollo competitivo del subsector de la ganadería doble propósito del municipio de Florencia Caquetá. Los resultados de las capacidades RETO se presentan de acuerdo a los cuatro niveles analíticos planteados por la competitividad sistémica y la priorización de las capacidades obtenidas por la Matriz de Importancia y Gobernabilidad – IGO, que las ubicó en el cuadrante 2 de alta importancia y baja gobernabilidad.

Retos capacidades en el nivel Micro:

A continuación, se presentan las tres (3) capacidades reto, que hicieron parte del nivel MICRO: nos presenta las doce (12) capacidades que componen el Nivel Analítico Micro, de las cuales son tres (3), que se ubican en el cuadrante 2, de muy importantes, pero con baja gobernabilidad, las cuales son: 1.4 capacidad de crear estrategias empresariales, 1.6 capacidad de crear y participar en redes de cooperación y 1.10 capacidad de gestión de mercados.

Retos de las Capacidades en el Nivel Macro.

En relación con las capacidades para este nivel analítico, se identificó que la totalidad de las capacidades, cinco (5), se ubicaron en el cuadrante de muy importantes, pero con baja gobernabilidad. En el nivel macro, las capacidades catalogadas como retos, presentaron una calificación promedio de 3,3 en promedio, para un grado de importancia, mientras que la gobernabilidad en promedio con 1,7, fue catalogada como NULA. Evidenciando el bajo aporte en temas de competitividad por parte de la actual política refiriéndose a estas: la 2.1 capacidad de la política comercial, 2.2 capacidad de la política presupuestal, 2.3 capacidad de la política fiscal, 2.4 capacidad de la política de competencia y 2.5 capacidad de la política cambiaria.

Retos de las Capacidades en el Nivel Meso.

El Nivel Analítico Meso, está compuesto por tres (3) capacidades, donde las tres (3), se ubican en el cuadrante de muy importantes, pero con baja gobernabilidad. Estas capacidades son: 3.1 capacidad de infraestructura material, 3.2 capacidad de la infraestructura de conocimiento y 3.3 capacidad de ambiente productivo. En el nivel meso las capacidades catalogadas como retos, presentaron una calificación promedio de 3,5 para un grado de importancia, mientras que la gobernabilidad en promedio se calificó con 1,9, para las capacidades fue catalogada como nula.

Retos de las Capacidades en el Nivel Meta.

Para el Nivel Analítico Meta, sus cuatro (4) capacidades, también se ubican en su totalidad en el cuadrante de muy importantes, pero con baja gobernabilidad. 4.1 Capacidades socioculturales, 4.2 capacidad escala de valores, 4.3 capacidad social de organización e integración y 4.4 capacidad para la interacción estratégica. En nivel meso las capacidades catalogadas como retos, presentaron una calificación promedio de 3,3 para posicionarse en una escala de importante, mientras que la gobernabilidad en promedio se calificó con 2.0 para las capacidades ubicadas en la escala como débil.

Referencia bibliográficas

Alcaldía de Florencia. (2012). Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015. Prosperidad para todos los florencianos. Florencia: Entidad.

Arango Nieto, L., Charry, A., & Vera, R. R. (06 de 1989). Panorama de ganadería de doble propósito en américa tropical. Conferencia No 4.

- La ganadería de doble propósito. Estudio del caso colombiano. (A. C. Luis Arango Nieto, Ed.) Bogotá, Cundinamarca, Colombia. Recuperado el 06 de 08 de 2017, efile:///C:/Users/Usuario/Desktop/SF_197_.P36_C.3_Panorama_%20de_%20la_%20ganadería_%20de_%20doble_%20propósito_%20en_%20la_%20América_%20tropical.pdf
- Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigación. Caracas, Venezuela: Episteme, C.A.
- Benítez, G. (2007). Interacción y aprendizaje en la Universidad. Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, 49-58. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/368/36802904.pdf>.
- Buendía, E. A. (2013). El papel de la Ventaja competitiva en el desarrollo económico de los países. *Análisis Económico*, 55-78. Recuperado el 01 de 02 de 2018, de <http://www.redalyc.org/html/413/41331033004/>.
- CEPAL. (2017). Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Retrieved from https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43156/1/S1800010_es.pdf
- Cho, D., & Moon, H. (2000). From Adam Smith to Michael Porter. Evolution of Competitiveness Theory. Nueva York: World Scientific Publishing Co.Pte.
- Cortés-Mora, J. A., & Cotes Torres, J. M. (2014). Avances en clasificación de sistemas de producción con bovinos doble propósito en Colombia. <http://scielo.isciii.es>. Obtenido de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0004-05922014000300018
- Departamento Administrativo de Estadística -DANE. (27 de octubre de 2015). Informe de Coyuntura Económica Regional. Florencia Caquetá 2014. Recuperado el 15 de abril de 2017, de https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Caqueta_2014.pdf
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. (Cepal, Ed.) Santiago de Chile, Chile. Recuperado el 04 de 08 de 2017, de <http://archivo.cepal.org/pdfs/revistaCepal/Sp/059039052.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación. México D.F.: Mc Graw Hill Education / Interamericana Editores S.A. de C.V.

Murgueitio, E. (2012). Sistemas agroforestales para la producción ganadera en Colombia. Pastos y Forrajes, 1. Retrieved from Sistemas agroforestales para la producción ganadera en Colombia: <https://payfo.ihatuey.cu/index.php?journal=pasto&page=article&op=view&path%5B%5D=940>

Ortega, L. (2005). Manual de ganadería doble propósito. El sistema de ganadería doble propósito: un sistema eficiente. (F. Girarz, Ed.) Maracaibo, Zulia, Venezuela: Astro Data S.A. Recuperado el 06 de 08 de 2017, de <https://anatomiaayplastinacion.wikispaces.com/file/view/Manual+de+ganaderia+doble+proposito.pdf>

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. International Journal of Morphology, 35(1), 227-232. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-95022017000100037&script=sci_arttext

Polanco, N., Rosas, G., Buriticá, F., & Peña, P. (2011). Plan Regional de Competitividad Florencia Cauqueta Visión 2032. Florencia. Obtenido de http://www.competitivas.gov.co/sites/default/files/documentos/plan_regional_de_competitividad_cauqueta.pdf

Porter, M. (Noviembre de 2007). La ventaja competitiva de las naciones. Harvard business review, 23. Recuperado el 05 de 01 de 2018, de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35621855/EL_EXITO_EN_LOS_NEGOCIOS_INTERNACIONALES_PORTER.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1521253758&Signature=Ws%2B8LlSnQVoAa4KAz8i0H%2BpJwg%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filen

Ricardo, D. (1993). Principios de la economía política y tributación. En D. Ricardo, & P. S. Dobb (Ed.), Principios de la economía política y tributación (N. W. Juan Broc B., Trad., Segunda reimpression (FCE, Colombia) 1997 ed., págs. 98-113). Santa fé de Bogotá D.C., Santa fé de Bogotá D.C., Colombia: Fondo de cultura económica. Recuperado el 01 de 08 de 2017

Sen, A. (1999). Desarrollo y libertad. Buenos Aires: Planeta Argentina.

Torrijos , R., Eslava, F., & Beltrán, Y. (2017). Nueva ganadería de Florencia en cifras 2016. (C. D. Caquetá, Ed.) Florencia, Caquetá, Colombia. Recuperado el 01 de 08 de 2017, de https://issuu.com/rafaeltorrijos/docs/nueva_ganaderia_florencia_en_cifras

Villavicencio, escenario de oportunidad para la inclusión de la industria 4.0 en el comercio de alimentos

Villavicencio, scenario of opportunity for the inclusion of industry 4.0 in food commerce

Yudy Marcela López Hernández¹
Jhynireth Jhuliana González Jiménez²

1 Email: ylopez97@uan.edu.co
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-7231-7512>
Estudiante de X semestre de Ingeniería Industrial, Universidad Antonio Nariño

2 Email: jgonzalez18@uan.edu.co
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-2844-7889>
Estudiante de X semestre de Ingeniería Industrial, Universidad Antonio Nariño

Resumen

El presente estudio permitió identificar un nuevo segmento de mercado para la comercialización electrónica de alimentos no perecederos en Villavicencio, para alcanzar este objetivo se recopiló información de fuentes primarias y secundarias; como instrumentos de recolección a fuentes primaria se utilizaron dos entrevistas y una encuesta, las entrevistas se realizaron vía telefónica a propietarios de establecimientos comerciales dedicados a la venta de alimentos no perecederos y a personas dedicadas a la prestar servicio domiciliario en la ciudad. La encuesta fue aplicada al consumidor final. Como fuente secundaria, se realizó análisis de información proveniente de una base de datos suministrada por la Cámara de Comercio de Villavicencio (CCV), la cual contiene los registros y actualización de los mismos para el año 2018, de organizaciones dedicadas a la comercialización de productos y servicios al por menor a través de internet. Con el análisis de la información recolectada se pudo identificar que en Villavicencio la comercialización virtual aún no se está explotando de manera significativa, no se identifica la comercialización de alimentos no perecederos vía on line, existen barreras para la comercialización de este tipo de productos en la ciudad, sin embargo, también hay un escenario de oportunidad en la demanda por el servicio domiciliario por parte de la población Villavicense.

Palabras claves

Comercio electrónico; Industria alimentaria; Tecnología; Internet; Tienda virtual.

Summary

The present study allowed to identify a new market segment for the electronic marketing of non-perishable foods in Villavicencio, to reach this goal, information was collected from primary and secondary sources; Two interviews and one survey were used as primary collection instruments. The interviews were conducted by telephone to owners of commercial establishments dedicated to the sale of non-perishable food and to persons

dedicated to providing home service in the city. The survey was applied to the final consumer. As a secondary source, information analysis was carried out from a database provided by the Villavicencio Chamber of Commerce (CCV), which contains the records and updating them for the year 2018, of organizations dedicated to the marketing of products and retail services over the internet. With the analysis of the information collected, it was possible to identify that in Villavicencio the virtual marketing is not yet being exploited in a significant way, the commercialization of non-perishable foods is not identified online, there are barriers to the commercialization of this type of products in the city, however, there is also a scenario of opportunity in the demand for home service by the Villavicencio population.

Keyword

Electronic commerce; Food industry; Technology; Internet; Virtual store.

Desarrollo de la ponencia

El presente estudio se realizó con el fin de identificar un nuevo segmento de mercado para la comercialización electrónica de alimentos no perecederos en Villavicencio, para tal fin se desarrolló una metodología de tipo descriptiva que se enfocó en conocer las necesidades del mercado y estudiar a los consumidores por medio de preguntas que permitieron tener una visión clara de sus gustos, necesidades y preferencias, el enfoque metodológico es de tipo cuantitativo, basado en la recolección de información y un posterior análisis estadístico (Parra Castrillón, 2018).

A fin de analizar la oferta para este tipo de mercado se realizó una revisión a partir de la base del registro mercantil, obtenido de Cámara de Comercio de Villavicencio (CCV) y de forma paralela se desarrolló entrevista telefónica a personas naturales y empresas dedicadas a prestar el servicio de domicilio en la ciudad, información obtenida de redes sociales e internet, siendo estos solamente un puente entre el consumidor final y el establecimiento comercial

que oferta los productos demandados, cuyo objetivo fue conocer horarios de trabajo, costos del servicio, valores máximos de los productos a transportar y la existencia de factores externos como la movilidad, el clima y la seguridad que afectan en elevar o desistir de la prestación del servicio.

Finalmente, el escenario de oportunidades para la inclusión de elementos de la industria 4.0 se consolidó en una matriz oportunidades y debilidades encontradas en los tres actores analizados del canal de comercialización de alimentos no perecederos de la canasta familiar.

Con base en los resultados obtenidos, se deduce que En Villavicencio la comercialización virtual aún no se está explotando de manera significativa, teniendo en cuenta las encuestas realizadas a la muestra de la presente investigación el 70% nunca ha realizado ninguna compra a través de algún canal virtual; sin embargo un 60% de la muestra indica que usaría este tipo de servicio en opiniones que van desde moderadamente probable hasta muy probable de igual manera teniendo en cuenta la información de la base de datos suministrada por CCV, no se identifica, la comercialización de alimentos no perecederos vía on line, este tipo de productos se comercializan pero de manera preparada; sin embargo cabe resaltar que dentro de los registros un 15% no especifica el tipo de productos que comercializa.

Uno de los beneficios de la comercialización de cualquier tipo de producto a través de internet, es la posibilidad de esperarlo desde la comodidad de casa, sin embargo el canal requiere contar con un eslabón más en la cadena como parte de la distribución; la entrevista telefónica realizada a los establecimientos que comercializan alimentos no perecederos en establecimientos físicos, evidencia que para adquirir este tipo de productos, el consumidor debe dirigirse directamente al establecimiento ya que estos en su gran mayoría, no cuentan con un servicio domiciliario y una segunda opción es contactar un servicio estrictamente domiciliario, este se presta en la ciudad de manera informal actualmente; sin embargo en este caso los consumidores están sujetos al criterio del domiciliario en la escogencia de los productos sin tener la posibilidad de comparar precios o tener un contacto directo con el vendedor.

Las estructuras del retail se han ido globalizando con el avance de la tecnología, muestra de esto es la transición de los supermercados físicos a los e-commerce, es por esto que con este estudio pone de manifiesto la existencia de un nuevo segmento de mercado en Villavicencio para la comercialización de alimentos on line, debido a que no se encontró evidencia de la comercialización de este tipo de productos a través de algún canal virtual, de igual forma existe una creciente demanda por parte de la población al servicio de entrega a domicilio en general y en particular para este tipo de productos, así mismo no es un inconveniente tener un costo adicional al costo de los productos por el servicio de entrega en un lugar específico de pedido.

Muestra de la creciente demanda por el servicio domiciliario no solo en la capital del país si no a nivel nacional e internacional, es la plataforma Rapi, Domicilios.com, Merqueo, Mercado libre, entre otras, organizaciones constituida como aplicación digital, dedicada a conectar establecimientos con consumidores a través de un servicio domiciliario, estas compañías han tenido un crecimiento exponencial en los últimos años. Es de gran importancia destacar que existen barreras frente a la implementación de un canal virtual para la comercialización de alimentos no perecederos, entre las cuales se identifican la falta de cultura de compra on line por parte de la población. Los villavicensenses en su gran mayoría nunca han realizado una compra por internet, lo cual podría ser el motivo de la desconfianza frente al uso de la tecnología para la adquisición de bienes y servicios, poniendo en duda la calidad de los productos que se pudieran adquirir por este medio, o la inseguridad en la manipulación de los datos personales generando que los consumidores opten mayoritariamente por un abastecimiento tradicional.

Referencias bibliográficas

Javier, H. B. (Octubre de 2017). *VECI - DOMICILIOS*. Obtenido de U. EXTERNADO : https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/774/1/AGA-Spa-2017-Veci_Domicilios_Trabajo_de_grado.pdf

Jose, B. (2018). La innovación se abre paso en el gran consumo. *Distribución y Consumo*, 1, 28-30. Obtenido de U. EXTERNADO: https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/774/1/AGA-Spa-2017-Veci_Domicilios_Trabajo_de_grado.pdf

Gallego, M. Bueno, S y Terreño, F. (2016). Motivaciones y barreras para la implantación del comercio electrónico en España: un estudio Delphi. *Estudios Gerenciales*, Pages 221-227 DOI: <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.08.002>

Ocaña, A y Rey, L (2018). Aprovisionamiento y almacenaje de alimentos y bebidas en el bar. H0TR0208, IC, Antequera España.

Parra Castrillón, J. (2018). *LAS FASES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN*. Medellín, Colombia: Grupo de Investigación en Innovación y Gerencia Social, pp.73-79.

Román, J. L. (2016). *Industria 4.0: la transformación digital de la industria*. Recuperado de: <http://coddii.org/wp-content/uploads/2016/10/Informe-CODDII-Industria-4.0.pdf>

Rodríguez-Salvador, M., Mancilla-De La Cruz, J.. (2018). PRESENCE OF INDUSTRY 4.0 ON ADDITIVE MANUFACTURING: TECHNOLOGICAL TRENDS ANALYSIS . *DYNA*, 93(6). 597-601. DOI: <http://dx.doi.org/10.6036/8815>

Sachon, M. (2018). Cuando personas y máquinas trabajan juntos Los pilares de la industria 4.0. *Revista de Negocios del IEEM*, 46-55.

Sigmond, K. (Junio de 2018). El comercio electrónico en los tratados de libre comercio de México. *IUS*, 12(41), 1870-2147.



Diseño De Un Proyecto Agropecuario Sostenible E Innovador En La Institución Educativa Desarrollo Rural Ubicado En La Vereda De Casanova En El Municipio De Turbo Antioquia, para el año 2022

Design of a Sustainable and Innovative Agricultural Project in the Educational Institution Rural Development in the Village of Casanova in the Municipality of Turbo Antioquia, for the year 2022

Melissa Yinneth Rodriguez Prieto¹

¹ Zootecnista egresada de la Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales, Especialista en Gestión de Proyectos en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-5382-9918> .
meyisa83@gmail.com meyisa60@hotmail.com

Este proyecto lo que busca es fortalecer con herramientas prácticas y didácticas, los conocimientos en el área agropecuaria, a si mejorar y fortalecer los valores en los niños y adolescentes de la Institución Educativa Desarrollo Rural ubicado en la subregión de Urabá, pero también pretende reconstruir comunidades fragmentadas, Urabá una de las zonas del país donde la sociedad a sido desquebrajada a causa de la violencia y el narcotráfico, donde hoy en día los niños y adolescentes han perdido el rumbo hacia los valores y la integridad, de la misma forma el estado ha ido perdiendo injerencia frente a esta problemática que cada vez toma más terreno . El proyecto quiere brindar una oportunidad a las nuevas generaciones de hacer un cambio significativo en sus vidas y su entorno, desde un enfoque agropecuario que es la naturaleza productiva de la región, por tal motivo desde la investigación participativa se desarrolla el proyecto para que la comunidad sea coinvestigadora del mismo, proponiendo y siendo participe de las necesidades de conocimiento que requieren las nuevas generaciones, también aportando desde sus conocimientos ancestrales y a si mismo la permanencia de estos saberes a sus descendencias, el proyecto quiere integrar la parte productiva, innovadora, sostenible y sustentable con la problemática ambiental a todo el entorno pedagógico y social, de la misma forma mejorar el sector agropecuario en la región, siendo un compromiso de la sociedad misma para los más jóvenes que son el futuro del país.

Palabras claves

Comunidad; Agropecuario; educación rural; Cambio social; Oportunidad.

This project seeks to strengthen, with practical and didactic tools, knowledge in the agricultural area, either to improve and strengthen the values in children and adolescents of the Educational Institution of Rural Development located in the subregion of Urabá, but also aims to rebuild Fragmented communities, Urabá, one of the areas of the country where society has torn apart due to violence and drug trafficking, where today's children and adolescents have lost their way to values and integrity, in the same way that The state has been. lose interference with this problem that increasingly takes more ground. The project wants to provide an opportunity for new generations to make a significant

change in their lives and their surroundings, from an agricultural approach that is the productive nature of the region, for this reason from participatory research, the project is developed to that the community be co-investigator of the same, proposing and being part of the knowledge needs that the new generations require, also contributing from their ancestral knowledge and for themselves the permanence of this knowledge to their offspring, the project wants to integrate the productive , innovative, sustainable and sustainable with the environmental problem for the entire pedagogical and social environment, in the same way to improve the agricultural sector in the region, being a commitment of society itself for the youngest that are the future of the country.

Keywords

Community, Agriculture, Youth, Social change, Opportunity, rural education

Diseño De Unidades Productivas

Diseño Bovinos

Nombre científico:

Bos taurus indicus

Nombre Común: Bovino

Tipo de Producción: Levante y Engorde

Tipo de Explotación Semi-estabulada

Ritmo de Producción Semestral

Duración del Levante (200kg a 350 kg) Ganancia 150 kg en aproximadamente 8 meses, con ganancias diarias aprox de 625 gr/día

Duración del Engorde (350 a 480 kg) Ganancia de 130 kg en aproximadamente en cinco meses, con ganancias diarias aprox de 870 gr /dia. Tiempo total de Engorde 13 meses

Esta producción tendrá un ritmo de producción semestral con cinco animales en cada lote la alimentación va estar acorde a una producción semi-estabulada.

Inversión inicial de \$162.898.296 millones los cuales se verán recuperados empezando el tercer año del año del proyecto donde se espera tenerlos los animales con el peso adecuado para su venta.

Aves de Corral

Tipo de Producción: Pollo de Engorde

Tipo de Explotación Semi-confinamiento

Ritmo de Producción Cada 64 días

Alimentación: concentrado en 80% y lo que consuman en pastoreo. también se realizarán pilas de compost que ayudará a la alimentación de las aves.

En el análisis financiero para el establecimiento de la unidad productiva de avicultura se tendrá una inversión inicial de \$40.159.200 millones los cuales se verán recuperados después de 7 meses o luego del tercer lote de producción después de allí se tendrán utilidades.

Huerta Escolar

La huerta escolar es una de las unidades productivas más importantes puesto que de allí se va a proveer el comedor de la institución educativa con parte de

la producción que genere la huerta, la otra se comercializara a precios favorables para los habitantes. Esta producción debe tener un enfoque amigable al medio ambiente donde se evitara la utilización de agroquímicos para el manejo de plagas. Para evitar las plagas se utilizara una huerta poli cultivo donde se sembraran alternos los diferentes cultivos. Se realizara abono a base del compostaje que salga de las pilas que se realizaran en la unidad de avicultura. Y métodos sostenibles para algún tipo de fumigación que se requieran. En el análisis financiero para el establecimiento de la huerta tendrá una inversión inicial de \$10.217.000 millones esta unidad

Costos Generales Unificados

El proyecto tiene un costo de \$218.502.929, es un proyecto de bajo costo y gran impacto a la comunidad. El proyecto se apoyará en las instituciones como servicio nacional de aprendizaje SENA, el cual dará el acompañamiento educativo teórico practico con profesionales en el sector agropecuario.

Las unidades productivas también tendrán que ser autosuficientes y lograr costearse por si solas menos la huerta ya que es un proyecto asistido por los otros dos.

Conclusiones

Considerando que es un proyecto que al 2022 se desea aplicar, se puede evidenciar que los costos no son tan elevados para el beneficio social que puede representar para la comunidad de casanova en el municipio de turbo. Teniendo en cuenta que tiene varios aspectos importantes, como es el aprovechamiento de espacios subutilizados en la institución que permitirían generar un conocimiento en el ámbito educativo para dar herramientas a los jóvenes futuros del país. A si mismo el objetivo de cada unidad productiva es ser rentables y sostenibles y a si mismo genere ingresos para que los mismos estudiantes co-

nozcan de la parte financiera y no sea solo operativo si no multidisciplinario. También disminuir los índices de deserción y aumentando el nivel académico del colegio puesto que se considera que este tipo de proyectos motiva a los estudiantes y adquieren conocimientos y destrezas que mejoran y promueven el conocimiento en varias ramas, paralelamente cambiando el pensamiento inverosímil de los jóvenes y mostrar que hay otras alternativas diferentes a las que se le presenta ahora en día. De la misma manera creando un ambiente positivo en la región a las empresas privadas o publicas a creer en este tipo de proyectos como vitrina para todas las instituciones educativas con enfoque agropecuario a generar proyectos productivos sostenibles y a la vez pedagógicos.

Recomendaciones

Se requiere implementar de acuerdo al modelo productivo pedagógico los manuales que permitan que el estudiante sepa hacer las actividades diarias en las unidades productivas específicas para la institución y el nivel de dificultad para cada edad. Se puede implementar por el espacio unidades productivas en porcinos, peses, caprinos, lombricultivo como diversificación de la producción.

Generar semilleros de investigación con los estudiantes de todas las edades a si lograr tomar nuevas ideas innovadoras que nacen de los nuevos pensamientos enfocadas a cumplir los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Construir espacios para la investigación como los Laboratorios, bibliotecas que permitan a los estudiantes tener herramientas de investigación y crear un ambiente motivado al conocimiento.

Desarrollar un proyecto de Silvopastoril con el objetivo de obtener alimento al ganado bovino de alta calidad y empezar a cultivar especies maderables.

Bibliografía

- Medellín. 27 de Marzo de 2015. Turbo y Apartado , municipios con la peor calidad educativa. El Tiempo. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-15477724>.
- Congreso de la Republica de Colombia (1994).Decreto 1743 de 1994 por el cual se instituye el Proyecto de Educación Ambiental para todos los niveles de educación formal, se fijan criterios para la promoción de la educación ambiental no formal e informal y se establecen los mecanismos de coordinación entre el Ministerio de Educación nacional y el Ministerio del Medio Ambiente. Bogotá D.C: Congreso de la Republica de Colombia.
- Congreso de la Republica de Colombia (2017). Ley 1876 de 29 de Diciembre de por medio de la cual se crea el sistema nacional de innovación agropecuaria y se dictan otras disposiciones. Bogotá D.C: Congreso de la Republica de Colombia
- Jaramillo, L. (2007). Elementos para el análisis de la población campesina de la zona centro de Urabá, Tesis para optar título de magister en desarrollo Rural. Pontificia Universidad Javeriana.
- Guía de Diseño e implementación del PRAE,2012. Ministerio de Educación y Medio ambiente, Plan de Desarrollo del municipio de Turbo 2016-2017.
- Ministerio de Educación (2018) Informe por colegio cuaternario I.E. de Desarrollo Rural 2018. Ministerio de Educación.
- Ministerio de Medio Ambiente. (2016) Los Proyectos Ambientales Escolares PRAE. Ambiente. Capítulo 1.4 diseño e instalaciones de un establo lechero. Recuperado de <http://handresen.perulactea.com/2008/08/05/capitulo-1-4%C2%BA-parte-diseno-e-instalaciones-de-un-establo-lechero/>
- W.A. Yepes, (2007). Evaluación del sistema de pastoreo en pollos de engorde y Su efecto en parámetros productivos en el municipio de Palmira, valle del cauca. Universidad de la Salle. Bogotá.

Proyectos Pedagógicos Productivos. Ministerio de Educación Nacional. Bogotá.
Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
Agricultura sostenible, una herramienta para fortalecer la seguridad alimentaria y
nutricional en America Latina y el Caribe. Actividad destacada 2014-2015.

J.C. Orozco Grajales.(2015).UNAD. Ventajas de la implementación del modelo de
confinamiento Bovino en el departamento del meta, Colombia.

Perfil de Permanencia Escolar Departamento de Antioquia Entidades territoriales de
Apartadó, Bello, Envigado, Itagüí, Medellín, Sabaneta, Rionegro, Turbo y Antioquia.
(2011). Recuperado de www.institutodeestudiosurbanos.info › Perfiles_Permanencia_
ETC_MEN

M. Jimeno Santoyo, C. Steiner (2015) CONFLICTO SOCIAL Y VIOLENCIA, lima , EAN
electrónico : 9782821844940,Recuperado de [https://books.openedition.org/
ifea/7015?lang=es#bibliography](https://books.openedition.org/ifea/7015?lang=es#bibliography)



Impacto en la cadena de suministro del reciclaje de los materiales de empaque posconsumo: un caso de estudio de una compañía manufacturera de Bogotá

Impact on the supply chain for recycling post-consumer packaging materials: a case study of a manufacturing company from Bogota

Másmela Cárdenas Luisa Fernanda¹

¹ Ing. Industrial, Esp. En Gestión de Proyectos UNAD
orcid.org/0000-0002-9704-4936
luisa.masmela28@gmail.com

Resumen

Este proyecto de investigación pretende analizar el trasfondo de la cadena de suministro partiendo de la siguiente situación; Una empresa manufacturera y comercializadora de prendas de vestir, abastece a sus tiendas con producto debidamente doblado y empacado, la tienda vende la prenda al consumidor y le ofrece la alternativa de entregarle todo el material me empaque primario (alma, bolsa, etiqueta) con el fin de ser reutilizados, posteriormente, la tienda hacer llegar dicho material a la compañía para ser reutilizado en los procesos de empaque.

Para entender la percepción de la población objetivo; mayores de edad con poder adquisitivo residentes en la ciudad de Bogotá, se aplica encuestas comprendida por cinco preguntas que abarcan los hábitos posconsumo, hábitos de reciclaje y reacción ante los incentivos. La muestra se consideró bajo la población total de la ciudad de Bogotá mayor de edad y con un nivel de confianza del 80%.

Palabras claves

Reciclaje profesional; embalaje; manufactura; consumidor y material plástico.

Abstract

This research project aims to analyze the background of the supply chain based on the following situation; A manufacturer and marketer of clothing, supplying its stores with exclusively folded and packed products, the store sells the garment to the consumer and offers the alternative of delivering all the material to me primary packaging (soul, bag, label) with the In order to be reused, later, the store to get said material to the company to be reused in the packaging processes.

To understand the perception of the target population; of age with purchasing power resident in the city of Bogotá, surveys are applied comprising five questions that cover post-consumer habits, recycling habits and reaction to

incentives. The sample was considered under the total population of the city of Bogotá of legal age and with a confidence level of 80%.

Keywords

Professional recycling; packaging; manufacture; Consumer and plastic material.

Desarrollo de la ponencia

Esta investigación busca proporcionar herramientas de análisis que permitan identificar si el impacto del reciclaje de los materiales primarios posconsumos para la cadena de suministro es negativo o positivo. Si bien lo que se busca es una disminución en los costos con la reutilización de los materiales de empaque primarios posconsumo, necesariamente debemos explorar todos los factores internos y externos que pueden afectar este análisis, remitiéndonos a la situación inicial planteada en el resumen en el cual podemos evidenciar un ciclo ideal, empero todas las actividades que intervienen en cada uno de los procesos requieren un recurso que implicará una inversión. Por lo anterior, es necesario establecer los siguientes objetivos específicos y su respectivo desarrollo;

- Identificar las diferentes unidades de empaque de un producto terminado.

(Mejía Argueta, Soto Cardona, Gámez Albán, & Moreno Moreno, 2015) Realizan una representación gráfica de lo descrito en la tabla anterior. Ver Figura 1

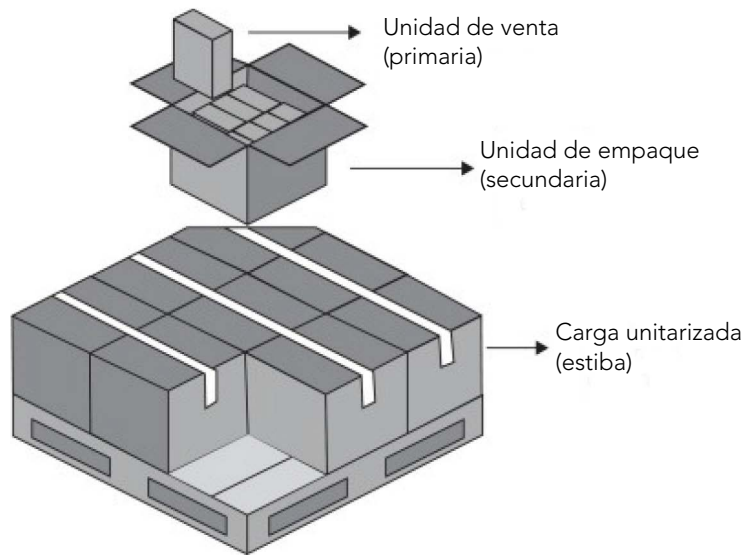


Figura 1. Niveles de Empaque

- Explorar el impacto del reciclaje en los procesos logísticos de la industria de confección de prendas de vestir en la ciudad de Bogotá.

En esta investigación tomaremos como ejemplo las tiendas de una reconocida compañía del sector textil, comercializadora y manufacturera de prendas de vestir.

Considerando el contexto anterior, son los clientes el primer eslabón en la cadena de suministro y quienes halan la demanda, es decir un sistema pull. Los eslabones que intervienen en el proceso logístico son los siguientes:

- a). El consumidor
- b). La tienda
- c). Transportes
- d). Centro de Distribución (CEDI)
- e). Empaque

- Describir el impacto del retorno de los materiales en los costos totales del producto final.

Para esta compañía es viable el reciclaje de materiales de empaque pues como se demostró en el ejercicio el impacto sobre los costos sería de aproximadamente de \$251,18 equivalente al 3.22%, parece ser una cifra pequeña, sin embargo, si lo multiplicamos por el promedio de cantidades anuales de 12.400 el ahorro sería de \$3.114.632, si se implementara el proyecto con todas las referencias en la compañía el ahorro anual podría ser de hasta \$506.630.060.

- Analizar el impacto del reciclaje de los materiales de empaque en la cadena de suministro.

a). El consumidor

Para analizar los hábitos de reciclaje, preferencias de empaque, motivaciones y disposición del retorno de los materiales de posconsumo de los clientes de dichas tiendas, se realiza la encuesta **Encuesta Reciclaje de los materiales de empaque posconsumo**, con una muestra de 437 y 217 respuestas.

Si bien un 42,9% prefiere las prendas de vestir empacadas el 52,2% bota los materiales de empaque y un 45,5% refiere reciclarlos, sin embargo, no se recicla 100% de los materiales de empaque, por lo que un 92,5% está dispuesto a reciclar en el punto de compra o tienda sin tener que recurrir a un incentivo económico, pues el incentivo emocional prevalece con un 64,1%

b). La tienda

Conociendo que el 92,5% de los encuestados tiene la voluntad de reciclar en la tienda, es el administrador, la administradora o los vendedores quien a través de una comunicación efectiva y deben invitar al cliente a reciclar, lo que conlleva a disponer de un punto y canecas para este fin, dicho punto debe estar cerca al mostrador como lo sugiere (Garrido i Pavia, 2011) "Evidentemente, no

se trata de una sección, pero debemos tratarlo como tal, puesto que ejerce de imán y consecuentemente es una zona caliente² de nuestro punto de venta”.

c). Transportes

Las entregas de pedidos para abastecer las tiendas con producto se hacen con una frecuencia de cada cuatro días. Dando uso a la flotilla propia de transportes, el transportista entrega el pedido como es habitual y recoge dicho material de empaque en una caneca que deberá disponer en el vehículo y que servirá para recolectar el material de otras tiendas.

d). Centro de Distribución CEDI

Cuando el transportista finalice su ruta y retorne al punto de origen CEDI, descarga el material de empaque recolectado y lo deposita en las canecas del centro de acopio destinado por el área de integración.

e). Integración

El área de integración se encarga de almacenar los insumos, es a través de esta área que se canalizan los requerimientos de las ordenes de producción (OP) de cada uno de los subprocesos del departamento de confección, por esta razón debe estar a su cargo el manejo del centro de acopio de materiales de empaque reciclados.

f). Empaque

Este subproceso continuará solicitando los materiales de empaque como lo realiza habitualmente a través del ERP por medio de la OP.

Mucho se habla de reutilización, este proyecto ahonda en los beneficios percibidos para una compañía pues los beneficios en términos ambientales son claros, evidentes y necesarios.

2 “La zona caliente. Es una extensión que se localiza dentro de la circulación “natural”, es decir, el área por donde deambulan los clientes, independientemente de la sección o artículo que busquen” (Interconsulting Bureau S.L., 2006)

Referencias Bibliográficas

- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2018). *Demografía Proyecciones 2017*. Recuperado de la Secretaría Distrital de Planeación: http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/demografia_proyecciones_2017_0_0.pdf
- Bustillos, B. Y. (2011). Reseña de "¿Qué es el branding?", M. *Revista del Centro de Investigación*, 9(35), 43-44.
- Cardona A, D. A. (s.f.). *La responsabilidad social empresarial. Concepto, evolución y tendencias*. Universidad Libre, Bogotá, Colombia.
- CIBR. (2015). *CIBR medio ambiente*. Madrid, España: ANFABRA. Recuperado de <http://www.cibr.es/medio-ambiente-envases-preguntas-frecuentes-tipos-de-envases>
- Definición de ISO*. (s.f.). CONCEPTODEFINICION.DE. Recuperado de <https://conceptodefinicion.de/iso/>
- DANE. (2017). *Cuenta satélite ambiental Colombia*. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/ambientales/cuentas_ambientales/cuentas-residuos/Presentacion-Cuenta-Residuos-2015p.pdf
- Fernández Núñez, L. (8 de Marzo de 2007). *¿Cómo se elabora un cuestionario?*. Universitat de Barcelona, Barcelona, España.
- Garrido i Pavia, J. (2011). *Vender más en su tienda*. Barcelona: Profit Editorial.
- Interconsulting Bureau S.L. (2006). *Operaciones Auxiliares en el Punto de Venta*. Malaga: ICB Editores.
- Gómez Montoya, R. A. (2010). Logística inversa un proceso de impacto ambiental y productividad. *Producción + Limpia*, 5(2), 63-76.
- Isaza, J. J. (03 de Septiembre de 2015). *Bien Pensado*. Recuperado de <https://bienpensado.com/que-es-branding/>

- Legiscomex. (2011). *Textiles y Confecciones en Colombia*. Recuperado de <https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/documento-completo-estudio-de-mercado-sector-textil-confecciones-colombia-2012-actualizado-legiscomex.pdf>
- Mejía Argueta, C., Soto Cardona, O. C., Gámez Albán, H. M., & Moreno Moreno, J. P. (2015). Análisis del tamaño de empaque en la cadena de valor para minimizar costos logísticos: un caso de estudio en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 3(134), 111-121.
- CINU. (s.f.). *Los 8 Objetivos del Mileni*. Recuperado de http://www.cinu.mx/minisitio/ODM8/los_8_objetivos_del_milenio/
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (2018). *Programas posconsumo de residuos*. Recuperado de <http://www.minambiente.gov.co/index.php/component/content/article/28-plantilla-asuntos-ambientales-y-sectorial-y-urbana#programa-posconsumo-de-residuos>
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. (22 de Abril de 2008). *Decreto 1299 de 2008*. Recuperado de http://www.minambiente.gov.co/images/normativa/decretos/2008/dec_1299_2008.pdf
- Naciones Unidas. (s.f.). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Recuperado de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Olaya, F. A. (2011). Factores que definen el ecodiseño de productos. *Diseño Industrial*, 14, 61-66.
- ONU. (2015). *Objetivos De Desarrollo sostenible*. Recuperado de <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/summit/>
- Peláez Recios, M. L. (Ed.). (2015). *Administración del Sistema Operativo en Sistemas ERP-CRM*. España: ELEARNING S.L.

Inexmoda. (2018). *Informe del Sector Textil y Confección*. Recuperado de http://www.saladeprensainexmoda.com/wp-content/uploads/2018/08/Informe_Especial_Textil_y_Confecciones_-_Ago_2018.pdf

PROCOLOMBIA. (2016). *Manual de empaque y embalaje para exportación*. Recuperado de http://www.procolombia.co/ruta-exportadora/sites/default/files/documentos/Manual_de_empaque_y_embalaje_para_exportacion.pdf

Ramírez Portela, O. (2014). *Impacto del reciclaje de los materiales de empaque para el crecimiento de la Logística inversa en Colombia* (Tesis de Posgrado). Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, Colombia.

Valenzuela J., L. F. (2012). Responsabilidad social empresarial: una reflexión desde la gestión, lo social y ambiental. *Revista INNOVAR JOURNAL*, 22(45) 155-156.

Estudio sobre la competitividad como herramienta para facilitar el aprendizaje de estrategias empresariales que proporcionen la toma de decisiones en los estudiantes del programa de Ingeniería Industrial de la Universidad de Córdoba

Study on competitiveness as a tool to facilitate the learning of business strategies that provide decision making in students of the Industrial Engineering program of the Universidad de Córdoba

María Fernanda Ozuna Martínez¹
Giovanni Rafael Robles Carrascal²
Luis Mercado Hoyos³
Tobías Alfonso Parodi⁴

1 Perfil e institución: Estudiante X Semestre Programa de Ingeniería Industrial – Universidad de Córdoba
E-mail: mozunamartinez75@correo.unicordoba.edu.co

2 Perfil e institución: Coordinador Semillero de Investigación ECEIA - Estudiante X Semestre Programa de Ingeniería Industrial – Universidad de Córdoba E-mail: groblescarrascal84@correo.unicordoba.edu.co

3 Perfil e institución: Ingeniero Industrial – Docente Líder Programa de Ingeniería Industrial - Universidad de Córdoba- Miembro del Grupo de Investigación en la Aplicación de Teoría de Restricciones – Director Semillero de Investigación ECEIA E-mail: lemercado@correo.unicordoba.edu.co

4 Perfil e institución: Ingeniero Industrial – Docente del Programa de Ingeniería Industrial - Universidad de Córdoba- Miembro del Grupo de Investigación en la Aplicación de Teoría de Restricciones – Asesor Semillero de Investigación ECEIA E-mail: tobiasparodic@correo.unicordoba.edu.co

Resumen

En el presente artículo, se plantea la lúdica “Estudio sobre la competitividad”, la cual se basa en la teoría de restricciones TOC, como una estrategia de enseñanza - aprendizaje que permita ser utilizada para explicar el papel que desempeña la reducción de inventario como ventaja competitiva organizacional. En este documento se evidencia la importancia que tuvo implementar la lúdica en la clase magistral, la cual permitió analizar e interpretar de mejor manera los conceptos, procesos y aplicaciones que componen la competitividad empresarial por parte de los estudiantes.

El estudio se inserta en la modalidad de investigación cuantitativa, de carácter descriptivo y correlacional, cuya muestra comprende 40 estudiantes de octavo semestre del programa de ingeniería industrial de la Universidad de Córdoba. Como diseño de investigación se utilizó un cuasi-experimento de carácter correlacional acompañado de pre – test, post – test, grupo de control y grupo experimental para analizar los datos obtenidos al implementar la lúdica. Los resultados evidencian que la lúdica contribuye de manera positiva a la enseñanza de la competitividad y productividad empresarial en los futuros ingenieros industriales, siendo una estrategia que fomenta el desarrollo psicosocial, la conformación de la personalidad, y la adquisición de saberes.

La creación de la lúdica se debe al auge que ha tomado la competitividad en los últimos años, siendo tema trascendente entre académicos y empresarios. Esta importancia se ve reflejada en que la competitividad puede ser abordada desde múltiples perspectivas y todas estas contribuciones aportan al conocimiento de las organizaciones, analizando sus procesos y ayudando a sobrellevar los mercados cambiantes.

Palabras claves

competitividad; demanda; inventario.

Abstract

In this article, the playful “Study on competitiveness” was propose, which is based on the theory of TOC restrictions, as a teaching-learning strategy that can be used to explain the role of inventory reduction as an advantage. Organizational Competitive This document shows the importance of implementing the play in the master class, which allowed us to analyze and interpret in a better way the concepts, processes and applications that make up the business competitiveness of the students.

The study is insert in the modality of quantitative research, descriptive and correlational, whose sample includes 40 eighth semester students of the industrial engineering program of the University of Córdoba. As a research design, a quasi-experiment of a correlational nature was use accompanied by pre-test, post-test, control group and experimental group to analyze the data obtained when implementing the play. The results show that playfulness contributes positively to the teaching of business competitiveness and productivity in future industrial engineers, being a strategy that promotes psychosocial development, personality shaping, and knowledge acquisition.

The creation of playfulness is due to the boom that has taken competitiveness in recent years, being a transcendent issue between academics and entrepreneurs. This importance is reflected in the fact that competitiveness can be approached from multiple perspectives and all these contributions contribute to the knowledge of organizations, analyzing their processes and helping to cope with changing markets.

Keywords

competitiveness; demand; inventory.

Objetivos

Objetivo general

Determinar como la lúdica como metodología de aprendizaje facilita la enseñanza de la competitividad empresarial en los estudiantes del programa de Ingeniería Industrial de la Universidad de Córdoba.

Objetivos específicos

- Comparar las metodologías de enseñanza (Clase magistral, Clase magistral + Lúdica)
- Mostrar el impacto que tiene la reducción de inventario como ventaja competitiva.
- Determinar si existe aprendizaje significativo en la enseñanza del concepto sobre competitividad empresarial a través de una lúdica como estrategia de aprendizaje.
- Determinar si la edad, el género y el estrato socio - económico de los estudiantes tiene impacto significativo en su rendimiento académico en el marco de la investigación.

Metodología

Tipo y diseño de experimento

La presente investigación es cuantitativa, de carácter descriptivo y correlacional; ya que se puede reconocer la información, ver los factores adscritos al tema, y se mide la relación existente entre dos o más variables.

Hipótesis

Hipótesis I: Existe equivalencia en las condiciones iniciales de los sujetos experimentales.

Hipótesis II: Existe aprendizaje significativo en la enseñanza del concepto sobre competitividad empresarial a través de una lúdica como estrategia de aprendizaje.

Hipótesis III: Existe diferencia significativa en el rendimiento académico de los sujetos experimentales cuando se aplica la clase magistral y cuando esta se complementa con la lúdica.

Hipótesis IV: La edad de los estudiantes, el género y el estrato socioeconómico de los estudiantes tiene impacto significativo en su rendimiento académico en el marco de la investigación.

Variables

Variables dependientes: Rendimiento académico.

Variables independientes: Metodologías de enseñanza (Clase magistral y Clase magistral más lúdica como estrategia de aprendizaje).

Factores: Edad, género y estrato socioeconómico de los estudiantes.

Diseño de experimento

Tabla 1. Diseño de experimento

GRUPO	PRE-TEST	TRATAMIENTO	POST-TEST
Experimental	R1	Clase magistral + lúdica	R3
Control	R2	Clase magistral	R4

Donde R1, R2, R3, R4 representan el rendimiento académico obtenido en cada una de las pruebas aplicadas.

Conclusión

teniendo como base la teoría de restricciones TOC (Goldratt & Fox, 1993) y haciendo uso de la lúdica como estrategia de enseñanza, se puede decir que esta última a partir de los resultados obtenidos contribuye a la mejora del proceso enseñanza – aprendizaje. Así, esta metodología puede ser utilizada para explicar el papel que desempeña la reducción de inventario como ventaja competitiva organizacional. Por otra parte, en este estudio se analizaron algunos factores que podrían influir en la variable dependiente (rendimiento académico) como la edad, el sexo y el estrato socio – económico de los estudiantes, los resultados indican que estos no tienen efecto significativo en el rendimiento total alcanzado por los mismos.

A partir del estudio, podemos decir que la enseñanza de la competitividad y productividad empresarial en los futuros ingenieros industriales apoyada en la lúdica como metodología de enseñanza permite analizar y recordar de mejor manera los conceptos, aplicaciones y procesos, ya que estos pueden aportar nuevos procedimientos o nuevas formas de trabajo que impulsen el desempeño y la producción. Igualmente, que ofrezcan estrategias que estimulen las ventajas competitivas de las organizaciones de tal manera que se cree un sistema de producción flexible que permita sobrellevar los cambios que ocurren en el mercado.

Referencias bibliográficas

- benitez, M. (2012). Evolución del Concepto de Competitividad Actualidad y Nuevas Tendencias. *Ingeniería Industrial Actualidad y Nuevas Tendencias, III*, 75–82.
- Calle, S. (2019). *Diseño lúdico como herramienta de formación en gestión de inventarios para Ingenieros Industriales*. Universidad de San Buenaventura Medellín.
- Chan, W., & Mauborgne, R. (2005). *La estrategia del océano azul*. Bogotá: Grupo editorial norma.

- Creswell, J., & Guetterman, T. (2012). *Investigación educativa: planificación, realización y evaluación de la investigación cuantitativa y cualitativa* (4ª edición; Pearson, Ed.). USA.
- Domingo, I. T. de S. (2016). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y Sociedad*, 31(2), 178–198.
- Domínguez, C. (2015). La lúdica: una estrategia pedagógica depreciada. *Universidad Autónoma de Ciudad Juárez*, 27, 7–22. Retrieved from http://www.uacj.mx/DGDCDC/SP/Documents/RTI/2015/ICSA/La_ludica.pdf
- Durán, Y. (2012). Administración del inventario : elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas. *Visión Gerencial*.
- Estrategia focalizada. (2018). *INTRODUCCION A TEORÍA DE RESTRICCIONES (TOC); Una mirada a sus fundamentos y aplicaciones*. 17. Retrieved from <http://www.monografias.com/trabajos-pdf2/introduccion-teoria-restricciones/introduccion-teoria-restricciones.pdf>
- Goldratt, E., & Fox, R. (1993). *La Carrera* (Segunda ed). México.
- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación. In *The British Journal of Psychiatry* (Sexta edic, Vol. 111). <https://doi.org/10.1192/bjp.111.479.1009-a>
- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 13.
- Olivares, A., Ochoa, J., & Coronado, J. (2015). *Estudios de Competitividad* (1st ed.). Mexico.
- Posso Restrepo, P., Sepúlveda Gutiérrez, M., Navarro Caro, N., & Egidio Laguna Moreno, C. (2015). *La Lúdica como estrategia pedagógica para fortalecer la convivencia escolar*. 21(163), 163–174.
- Rubio, L., & Baz, V. (2005). El Poder de la Competitividad. *Centro de Investigación Para El Desarrollo*.

Trabajo colaborativo como alternativa para empoderar a mujeres emprendedoras en una localidad del Distrito de Santa Marta

Collaborative work as an alternative to empower women entrepreneurs in a town in the Santa Marta District

Jesús Rafael Fandiño Isaza¹
Yully Vanesa Parra Cabrera²
Karol Cristina Osorio Duran³

1 Magister en Administración de Organizaciones, Master of Business Administration, Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo, Administrador de Empresas, Docente ocasional con funciones de docencia e investigación, líder del grupo de investigación INCACEN y Semillero SIGMA, se ha desempeñado como líder misional de Desarrollo Regional y Proyección Comunitaria y Relaciones Interinstitucionales.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8232-0790>

Email: jesus.fandino@unad.edu.co

2 Estudiante de Administración de Empresas Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, vinculada al Semillero de Investigación SIGMA.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0998-497X>

Email: yulantra@hotmail.com

3 Estudiante de Administración de Empresas Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, vinculada al Semillero de Investigación SIGMA.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3435-1303>

Email: lunitakar@hotmail.com

Resumen

En este proyecto de investigación, se busca el mejoramiento de la calidad de vida y de las unidades productivas de las mujeres emprendedoras mediante el fomento del trabajo colaborativo como alternativa de empoderamiento para darle herramientas digitales, necesarias para que estas aumente la productividad de sus negocios por medio de la gestión colaborativa. Por esta razón se acudió al análisis de la información recopilada, sobre la caracterización de las mujeres con el fin de diseñar y ejecutar un plan de formación a la medida sobre estrategias de trabajo colaborativo y de herramientas digitales para mujeres emprendedoras de la localidad 2 del Distrito de Santa Marta, donde se pudo evidenciar que muchas de ellas no conocían las redes sociales y las que las sabían de estas, las utilizaban no para impulsar sus unidades de negocios.

Las mujeres emprendedoras de esta la Localidad en el Distrito de Santa Marta, que han generado nuevas ideas lo hacen para tratar de mejorar las dificultades sociales de la población vulnerable de otros barrios de esta localidad mediante el intercambio de recursos entre sus habitantes y con el fortalecimiento de la solidaridad en esta colectividad.

Como conclusión preliminar, se encontró que las unidades productivas ayudan a mitigar las problemáticas sociales que ejercen presión a nivel comunitario en esta localidad, como la falta de oportunidades laborales principalmente para el género femenino pero que las mujeres emprendedoras a través de sus destrezas para organizar equipos de trabajos, vinculan a madres cabeza de hogar para capacitarlas para disminuir el impacto de no generación de ingresos de los habitantes de esta comunidad.

Palabras Clave

Trabajo comunitario; desarrollo comunitario; empoderar; mujer y desarrollo; desarrollo integrado.

Abstract

This research project seeks to improve the quality of life and productive units of women entrepreneurs through the promotion of collaborative work as an alternative to empowerment to give them digital tools needed to increase the productivity of their businesses through collaborative management. For this reason, the analysis of the information gathered on the characterization of women was used in order to design and execute a tailor-made training plan on collaborative work strategies and digital tools for women entrepreneurs in locality 2 of the District of Santa Marta, where it could be seen that many of them did not know the social networks and those who knew them used them not to boost their business units.

The women entrepreneurs of this locality in the District of Santa Marta, who have generated new ideas do it to try to improve the social difficulties of the vulnerable population of other neighborhoods of this locality through the exchange of resources among its inhabitants and with the strengthening of solidarity in this collectivity.

As a preliminary conclusion, it was found that the productive units help mitigate the social problems that exert pressure at the community level in this locality, such as the lack of job opportunities mainly for women but that women entrepreneurs through their skills to organize work teams, link mothers head of household to train them to reduce the impact of no income generation of the inhabitants of this community.

Keywords

Community work; community development; empowerment; women and development; integrated development.

Desarrollo de la Ponencia

Metodología

El tipo de investigación que más se ajusta a los objetivos de este estudio es de carácter descriptivo, en el que permitirá conocer como el trabajo colaborativo es una alternativa para empoderar a mujeres emprendedoras de la localidad 2 del Distrito de Santa Marta. El diseño de la investigación es no experimental.

La población objeto de estudio se compone 343 mujeres emprendedoras de la localidad 2 del Distrito de Santa Marta, de la cual será seleccionada la muestra bajo unos criterios preestablecidos por el grupo investigador.

La muestra se estimará por muestreo aleatorio simple (MAS) “que es la técnica de muestreo en la que todos los elementos que forman el universo y que por lo tanto están descritos en el marco muestral, tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra” (Ochoa, 2015). En el caso del proyecto la muestra corresponde a 25 mujeres emprendedoras que hacen parte de la población.

Técnica de recolección de datos serán fuentes primarias y fuentes secundarias. Las fuentes primarias recogidas de las mujeres participantes en la investigación, mientras que las fuentes secundarias son las recopiladas y transcrita por personas que han recibido tal información a través de otras fuentes escritas o por un participante en un suceso o acontecimiento (Angulo 2011 citado en Méndez 1999, p.133).

Se aplicarán encuestas para el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de las mujeres emprendedoras relacionadas con el conocimiento sobre trabajo colaborativo y su aporte al fortalecimiento humano y de las unidades productivas.

Resultados

La investigación en curso nos ha permitido en algunas mujeres emprendedoras por medio de capacitaciones afianzar los conocimientos y en otras enseñarles que son las redes sociales, para que se usen, como se utilizan tanto en lo social y laboral, la manera de utilizar estas herramientas como estrategias de mercadeo para ayudar a mostrar sus emprendimientos en forma colaborativa, creación de un perfil en Facebook e Instagram que les permita comercializar tanto sus creaciones como las de sus compañeras, la manera como deben tomar, publicar y hacer la descripción de los productos que muestran en las fotos que publican en cada uno de los diferentes portales.

También se tuvo la oportunidad de realizar alianza con un grupo de mujeres feministas que se destacan por mostrar por medio de ferias y otros eventos todos los emprendimientos realizados por cada uno de sus miembros.

Todo esto con el fin de fortalecer sus conocimientos en el tema para que participen en eventos a nivel local y se den a conocer también para que realicen publicaciones atractivas y efectivas que les sirvan como herramientas colaborativas de marketing en cada una de las unidades de negocios y así atraigan clientes y tengan ventas efectivas.

De acuerdo con los anteriores resultados de la investigación se han desarrollado las siguientes acciones formativas:

- Desarrollo de tres (3) capacitaciones sobre la creación de Fanpage en Facebook para las unidades de unidades productivas con el fin de promocionar sus productos y crear una red de negocios.
- Se organizaron dos eventos (2) de ferias empresariales en las instalaciones de la Sede de la UNAD Santa Marta.
- Se gestionó la participación en dos (2) eventos externos Caribe Fem Fest y Feria ASONESHCA.
- Dos (2) ferias en parques y Bahía de Santa Marta con el apoyo de la Alcaldía Distrital.

- Seis (6) Capacitación en estrategias de trabajo en equipo que permitan el aumento de potencialidades de las mujeres emprendedoras con la articulación de estudiantes en práctica de las Escuela ECSAH.
- Entrega de capital semilla en insumos y materiales para la elaboración de los diferentes productos que producen las mujeres emprendedoras.
- Se proyectan capacitación en técnicas contables y formalización empresarial.
- Alianza con la Fundación Semillas de Amor, Alcaldía Distrital, Red de Emprendimiento del Departamento del Magdalena liderada por la Cámara de Comercio, SENA, organizaciones de mujeres independientes, gremio de artesanos del Distrito de Santa Marta.
- Dos (2) Ponencias que han logrado la participación en los eventos departamentales de la RedCOLSI y que han logrado la clasificación al Encuentro Nacional e Internacional de los años 2017 y 2018.

Los anteriores resultados buscan fortalecer a las mujeres emprendedoras y sus unidades productivas con estrategias de mercadeo para ayudar a mostrar sus emprendimientos en forma colaborativa, creación de un perfil empresarial en Facebook e Instagram que les permita comercializar tanto sus creaciones, la manera como deben tomar, publicar y hacer la descripción de los productos que muestran en las fotos que publican en cada uno de los diferentes portales.

Bibliografía

Angulo, E. (2011). "Política Fiscal y Estrategia como Factor de Desarrollo de la Mediana Empresa Comercial Sinaloense. Un Estudio de Caso". Recuperado de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/tecnicas_recoleccion_datos.html

Díaz, A., Lorenzo, O. & Solís, L. (2005). Procesos de negocios de Pymes insertas en redes colaborativas. Recuperado de <https://www.redalyc.org/html/716/71603403/>

Sanz, C., Madoz, C., Zangara, A., y Albanesi, B. (2008). El trabajo colaborativo y cooperativo mediado por TICs. Herramientas informáticas utilizadas en la

mediación y experiencias realizadas. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/21995>

Olaz, Á., y Ortiz, P. (s.f.) Una Aproximación al Perfil del Emprendimiento Femenino: Un Estudio Empírico. Recuperado de http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xviiiicongresoaecca/cd/8c.pdf

Pérez, E. (2012). Estrategias para promover el trabajo colaborativo en el salón de clases. Recuperado de http://cea.uprrp.edu/wp-content/uploads/2013/05/estrategias_para_promover....pdf

Conocimiento didáctico del contenido del balance general una estrategia de los docentes para que los estudiantes emprendan

*Didactic knowledge of the contents of the balance sheet
a strategy of teachers for students to undertake*

Fabián Ricardo Cárdenas Villate¹
Rigoberto Torres Reina²

1 Administrador de Empresas, Especialista en Gestión del Talento Humano por Competencias, con experiencia en Implementación pedagógica del Emprendimiento en los niveles de básica primaria y secundaria, formulación y ejecución de Proyectos Pedagógicos Transversales y Estudiante de tercer semestre de Maestría en Educación UPTC-Tunja. Correo:ricardo-0990@hotmail.com Universidad Nacional Abierta y a Distancia- UNAD. Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios.

2 Administrador de Empresas, Especialista en Formulación y Evaluación Económica de Proyectos de Inversión, Docente en Propiedad de la Secretaria de Educación de Cundinamarca en el Área de Tecnología e Informática en el municipio de Susa – Cundinamarca y Estudiante de tercer semestre de Maestría en Educación UPTC-Tunja. Correo: rigotorres@gmail.com Universidad Nacional Abierta y a Distancia- UNAD. Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios.

Resumen

La investigación presentada a continuación hace referencia a un estudio de caso en donde se interpretarán y analizarán el conocimiento didáctico del contenido en cuanto a la labor del profesor Rigoberto Torres en el aula de clase, específicamente del balance general como herramienta para emprender. De acuerdo a esto se produce el siguiente interrogante: ¿Las estrategias didácticas utilizadas en los fundamentos de la contabilidad y finanzas influyen en la construcción de actitudes y aptitudes emprendedoras en los estudiantes? Este cuestionamiento nos permite analizar diferentes aspectos, ver las múltiples perspectivas, empezar a desarrollar el espíritu investigador y buscar diferentes referentes teóricos que nos dan fundamentos para tener éxito y viabilidad en la presente ponencia.

La ponencia presentada, se basa en un estudio de investigación de tipo cualitativo, se enfoca en la metodología de estudio de caso, utilizando el análisis de contenido sobre un ejercicio pedagógico en el área de tecnología e informática en la institución educativa departamental "Tisquesusa", tomando también como referente el método de Estudio de caso Yin Stake. Posterior a ello, se realiza la debida interpretación de la clase, basada en los 6 componentes del hexágono del modelo de Park y Oliver.

Se concluye que es de vital importancia el conocimiento didáctico del contenido específicamente del balance general como herramienta para emprender, puesto que este contribuye al desarrollo de actitudes y aptitudes emprendedoras en los estudiantes desde los fundamentos de la contabilidad y finanzas.

Palabras claves

Actitudes; aptitudes; balance general; didácticas; emprendimiento.

Abstract

The research presented below refers to a case study where the didactic knowledge of the content regarding the work of Professor Rigoberto Torres in the classroom will be interpreted and analyzed, specifically the general balance sheet as a tool to undertake. According to this, the following question arises: Do the didactic strategies used in the fundamentals of accounting and finance influence the construction of entrepreneurial attitudes and skills in students? This questioning allows us to analyze different aspects, to see the multiple perspectives, start to develop the research spirit and look for different theoretical references that give us the basis for success and viability in this paper.

The paper presented, based on a qualitative research study, focuses on the methodology of case study, using the content analysis on a pedagogical exercise in the area of technology and computing in the departmental educational institution "Tisquesusa", also taking as a reference the Yin stake case study method. After that, the appropriate interpretation of the class is performed, based on the 6 components of the Park and Oliver model hexagon.

It is concluded that didactic knowledge of the content specifically of the general balance sheet is of vital importance as a tool to undertake, because it contributes to the development of entrepreneurial attitudes and skills in students from the fundamentals of accounting and finance.

Keywords

Attitudes; aptitudes; balance sheet; didactics; entrepreneurship.

Desarrollo de la ponencia

Las diferentes teorías que se desarrollan en la investigación, intentan relacionar los conceptos de Didáctica, según autores como: Chevallard (1995) con “La Transposición Didáctica”, Astolfi (1998) “Didáctica, del adjetivo al sustantivo” y Shulman citado por Bolívar (1989) “Conocimiento Didáctico de Contenido”, con la intención de enriquecer saberes que contribuyen a entender mejor esta disciplina.

Modelo de Parque y Oliver

El Conocimiento Didáctico del Contenido, consideramos interpretarlo mejor, mediante el análisis del modelo del hexágono que está conformado por 6 componentes, los cuales son:

Componentes:

Componente 1: Orientación y finalidad a enseñanza de las ciencias

Componente 2: Eficacia del profesor

Componente 3: El conocimiento de estrategias de enseñanza y representaciones de enseñanza de las ciencias.

Las estrategias de temas específicos

Las estrategias para temas específicos

Componente 4: Conocimiento del currículo

Componente 5: El conocimiento de los estudiantes

Componente 6: Evaluación

Metodología

Paradigma:

La ponencia presentada, se basa en un estudio de investigación de tipo cualitativo, se enfoca en la metodología de estudio de caso, utilizando el análisis de contenido sobre un ejercicio pedagógico en el área de tecnología e informática en la institución educativa departamental "Tisquesusa".

Método:

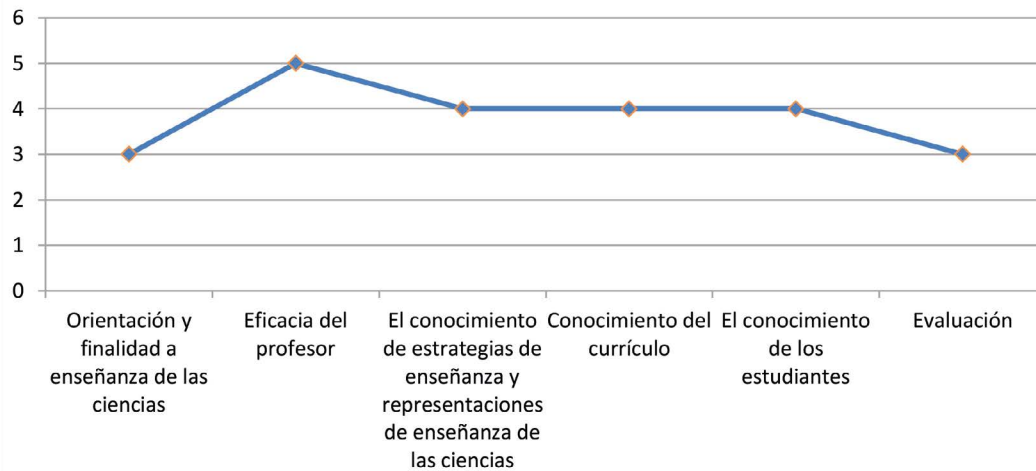
Estudio de caso Yin Stake

Yin (1994) es uno de los principales autores en la investigación con estudio de casos, es sin duda una referencia casi obligatoria para todos los que utilizan esta metodología de investigación. Yin señala que el estudio de casos es una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes.

Técnicas o instrumentos de recolección de información:

Para la interpretación del caso, se utiliza el análisis de contenido como técnica de Investigación para comprender el ejercicio pedagógico sobre la enseñanza de los fundamentos de contabilidad y finanzas. Para esto, nos basaremos en la segunda edición de análisis de contenido de Laurence Bardin (1996)

Resultados



Gráfica I. Análisis e interpretación

En una valoración de 1 a 5 según el análisis realizado, podemos darnos cuenta mediante la gráfica que nos encontramos con un docente muy eficaz, que tiene un excelente conocimiento de las diferentes estrategias de enseñanza y de las representaciones de enseñanza de las ciencias, lo que le permite ganar respeto y credibilidad profesional por parte de los estudiantes. Como resultado de la presente investigación, se demuestra que cuando el docente tiene un conocimiento didáctico del contenido, la enseñanza será mucho más efectiva y se lograrán en gran medida los resultados de aprendizaje esperados. En este caso, el docente, al tener un conocimiento didáctico del contenido del balance general, podrá transmitir los saberes necesarios para que los estudiantes tengan una mayor posibilidad de conocer la situación actual de la empresa o entidad que están trabajando, a nivel financiero y monetario, evitando problemas de tal tipo. Esto genera optimismo en los estudiantes porque les brinda la oportunidad de tomar decisiones, les genera autonomía, les da la posibilidad de asumir riesgos moderados y lo más importante poner en

marcha sus diferentes ideas y proyectos., en definitiva fortalece su capacidad y su deseo de emprender.

Referencias bibliográficas

- Astolfi, J. P. (2001). Conceptos clave en la didáctica de las disciplinas.
- Bolívar, A. (2005). Conocimiento Didactico de Contenido y Didacticas Especificas. *Revista del Curriculum y Formación del Profesorado* 9, 2, 6.
- Castaño, C. A., & Fonseca, G. (2008). La didáctica: Un campo de saber y de prácticas.
- Chevallard, Y. (1991). La Trasposición Didactica. Buenos Aires: AIQUE.
- Dether, M. (2019). www.liderazgoymercadeo.co. Obtenido de www.liderazgoymercadeo.co/intrapreneurship/
- Formisella, M. M., & Jose Massigoje. (2004). El Concepto del Emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local.
- Galvis, F. S. (2017). Fomento del Emprendimiento a través de actividades académicas e investigativas. *Tendencias - Revista de la Facultad de Cienias Economicas y Administrativas de la Universidad de Nariño*, 185.
- Grossman, P. L., Wilson, S. L., & Shulman, L. L. (2005). Profesores de Sustancia: Conocimiento de la Materia para la Enseñanza. *Revista de Curriculum y Formación del el profesorado* 9,2, 14, 15.
- Lopez, J, (2006) Construcción de currículum global. Malaga, España: Aljibe
- Park, S., & Oliver, J. (2007). Revisando la conceptualización del conocimiento didactico de contenido (PCK): PCK como herramienta conceptual. *EDOI* 10.1007/ s11165-007-9049-6.

Pedraza, P. F. (2016). La Definición del Emprendimiento social. Algunos lmentos conceptuales para el debate. *Finnova*.

Sampieri , Fernandez, Baptista (2006). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill México 2006 4ª Edición

Zambrano, A. (2006). Las Ciencias de la Educación y Didáctica: Ermeneutica de una relación culturalmente específica. Santiago de Cali.

Modelo diagnóstico de responsabilidad social empresarial para mipymes del sector de reciclaje del barrio Toberín en la ciudad de Bogotá (revisión del estado del arte – etapa I del proyecto)

*Diagnostic model of corporate social responsibility
for smes in the recycling sector at Toberín neighborhood in
Bogota city (art state review – First project stage)*

Adriana Milena García Vargas¹
Edgar Andrés Paredes Corredor²
Laura Viviana Figueroa Camacho³
Yeimy Viviana Marín Chaves⁴

1 Joven investigador del Semillero SIDES, Universidad San Buenaventura
ORCID 2-1523-9466 amgarcia@academia.usbbog.edu.co

2 Joven investigador del Semillero SIDES, Universidad San Buenaventura
ORCID 2-4273-994 eaparedesc@academia.usbbog.edu.co

3 Joven investigador del Semillero SIDES, Universidad San Buenaventura
ORCID 3-0613-7457 lvfigueroa@academia.usbbog.edu.co

4 Docente y Directora del Programa De Administración de Empresas de la Universidad de San
Buenaventura (Tutora del proyecto de investigación)
ORCID 2-1142-3370 cedpradmonempresas@usbbog.edu.co

Resumen

En la presente investigación se realizó una revisión de antecedentes sobre la importancia que ha tomado en los últimos años la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), su fuerte aporte al Desarrollo Sostenible y el impacto que esta tiene en los stakeholders de las compañías, se lleva a cabo una investigación con la finalidad de obtener un modelo Diagnóstico frente a la RSE para ser aplicado a las Mipymes del sector de reciclaje del Barrio Toberín en Bogotá. El modelo diagnóstico permitirá en una segunda fase del proyecto medir el porcentaje de cumplimiento de estas empresas frente al factor de RSE e indicar posibles prácticas nuevas que podrían desarrollar. El objetivo es construir una herramienta de diagnóstico con base en la situación actual de las Mipyme del sector de reciclaje, de fácil manejo y comprensión para los miembros de estas organizaciones, la cual les servirá de insumo para la implementación de iniciativas claras de RSE que estén a su alcance y acorde a su contexto.

Al lograr alinear sus procesos actuales apuntando hacia una RSE que potencialice las prácticas existentes y les proporcione claridad sobre nuevas rutas a seguir, se considera que lograrán también impactar positivamente en el Desarrollo Sostenible, no solo de sus propias empresas, sino también en el sector económico al que pertenecen y en la comunidad en general en la que desarrollan sus actividades. Lo anterior, les ayudará a fortalecer la confianza de sus proveedores hacia ellos, su imagen frente a los clientes, aumentar las posibilidades de generar nuevos ingresos o inversiones, entre muchos otros beneficios que la RSE y el Desarrollo Sostenible traen consigo.

Palabras Clave

Stakeholders, Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Reciclaje y Desarrollo sostenible

Abstract

In the current investigation, it was made a background check about the increasing of importance that had had the Social Responsibility term (SR) in the last years due to its contribution to Sustainable Development and its impact on stakeholders; the current investigation analyze the conscious and unconscious performances of the SMEs in the recycle sector at Toberín neighborhood in Bogotá. Afterwards, A diagnostic model is developed in the second part of this investigation to evaluate the accomplishment level of SR factor in the companies and it is mentioned new performances that could be set up by them. The objective is to create an easy and comprehensive diagnostic tool base on SMEs' current situation in the recycle sector. Moreover, it guides the organization members to set up the initiatives about SR which are within the reach of them and according to their context.

It is considered that the companies impact positively on Sustainable Development, not only in its companies, but also in the economic sector and the community in general where they carry out. This happen when they align their current performances toward SR which potentialize the actual executions and give them clarity about new routes to follow. Furthermore, it also helps them to strengthen the suppliers' trust, to get a better image as company to its customers, to raise its possibilities to generate new incomings or investments, among many others SR and Sustainable Development's benefits.

Key words

Stakeholders, SMEs, Social Responsibility, Strategy and Sustainable Development.

Desarrollo de la Ponencia

El equipo de estudiantes del semillero SIDES (Semillero de Investigación en Desarrollo Sostenible) de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Programa de Administración de Empresas de la Universidad de San Buenaventura Sede Bogotá, presentó la primera etapa de su investigación que lleva como nombre, modelo diagnóstico de responsabilidad social empresarial para Mipymes del sector de reciclaje del barrio Toberín en la ciudad de Bogotá, la presentación se realizó el día jueves 3 de Octubre fue la última de las investigaciones expuestas durante esa jornada.

La investigación tiene una propuesta definida con ciertas etapas para poder llegar a elaborar el instrumento final, en la primera etapa realizaron la recopilación de toda la información sobre la RSE, después realizaron el diagnóstico del sector, identificaron variables para poder elaborar el instrumento de caracterización de la población, después podrán elaborar el modelo de diagnóstico, realizaran la prueba piloto y llegar a elaborar la estructura de la app para montar el modelo. Lo anterior con el fin de mostrar que se quiere entregar como resultado y mostrar a los presentes en qué etapa se encuentra la investigación.

Para contextualizar a los asistentes primero se habló de la importancia de la RSE en las empresas, cuáles son sus beneficios y dimensiones, también se habló del papel que cumplen las Mipymes frente a la RSE, como perciben las empresas este tema y que tipo de prácticas actualmente están ejecutando y por último cuáles son los recursos que tienen destinados para este fin, pero que significa Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en el desarrollo de la investigación se tomó la definición de la OIT para RSE, “La manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores” (Organización Internacional del Trabajo OIT, s.f.).

Por otro lado se referenciaron los modelos diagnósticos de la RSE que han revisado para utilizarlos de referencia para crear el propio, el primero fue el Modelo de autoevaluación de Pacto Global, como su nombre lo indica es una autoe-

valuación que las empresas usas para ver cómo están con respecto a 4 áreas: derechos humanos, derechos laborales, medio ambiente y anticorrupción y los 10 principios que maneja Pacto Global, la calificación posible es Deficiente, Medio y Bueno, la primera es cuando se obtiene una calificación menor al 50%, lo que quiere decir que deben trabajar para mejorar, en la segunda calificación se puede obtener una calificación entre el 50% y el 80%, esta calificación no es mala solo evidencia que deben tener cuidado y deben cumplir con algo más para poder pasar a la tercera y última calificación que se logra con más de un 80%, que es la calificación en donde ya se tiene la tranquilidad que se está trabajando en RSE en la organización y solo deben conservar lo que ya se tiene. Con respecto a la Norma ISO 26000, se habló de esta guía para poder montar un sistema de gestión de calidad pero que solo es de consulta, para saber cómo estructurar los procesos que apunten a la RSE, pero que no se tiene un resultado de cómo está la empresa en la implementación de la RSE, la norma solo ayuda para saber que tiene y que no tiene la empresa.

En la investigación se realizará en análisis de la Mipymes del sector del reciclaje del barrio Toberín es por esto que el método de dicho trabajo será el Inductivo, de tipo Descriptivo, debido a que se describirán las situaciones que se presentan en la Mipymes de este sector y por ultimo cuantitativo ya que se realizaran encuestas estructuradas a las Mipymes y se procederá a realizar un análisis de los datos obtenidos para identificación de variables importantes para la construcción del modelo diagnóstico que se quiere entregar.

En la primera etapa de la investigación se presenta el estado del arte que consta de 50 referencia bibliográficas las cuales se agruparon en 3 grandes títulos:

- 1). 1. Definiciones conceptuales
- 2). 2. Prácticas y casos
- 3). 3. Beneficios y aportes

En el primer título se presentaron algunos aportes como el de Reyno Momberg, quien habla de una responsabilidad de la empresa hacia la sociedad y las personas que están en ella. Por primera vez se habla de una responsabilidad

social integral. También menciona a Chiavenato, en donde se conceptualiza su teoría como “una obligación gerencial que una organización asume para tomar acciones que protegen y mejoran el bienestar de la sociedad y los intereses organizacionales específicamente” y por último se tomó lo que Alexei Guerra aporta al tema, habla de no limitar a solo velar por intereses corporativos regidos en lo legal, sino también deben ir mas allá, es verlo como una “exigencia ética” y una estrategia corporativa para el correcto desarrollo de la empresa.

En el segundo título en donde se escogió a Acevedo Guerrero y su equipo, quienes evidenciaron que el desarrollo de la RSE en las empresas en Colombia en su mayoría se quedan solo en el cumplimiento técnico y el apoyo total en la implementación. Por otro lado se tiene el caso de la lealtad en clientes en donde Niño de Guzmán M., Rodríguez G., & Rodríguez M., 2016, evaluaron 2 variables: una dependiente “RSE” con 3 dimensiones y otra dependiente “Lealtad” con 4 dimensiones, en este caso práctico identificaron que la RSE ejerce una influencia mayor sobre la lealtad actitudinal efectiva y la comportamental, con este artículo se puede ver que la RSE puede ayudar a la empresa en diferentes dimensiones no solo con sus colaboradores sino también con sus clientes.

En el tercer y último título, Hildebrandt identifica un valor compartido de la RSE en donde esta genera reacciones positivas de los consumidores, ayudando a construir o pulir la reputación de una empresa.

Como conclusiones, en la ponencia se expuso el punto de vista de los semilleristas con respecto a lo investigado y el llamado es a que hay excelentes bases teórica y prácticas para poder implementar la RSE en el país pero que en la mayoría de lo investigado solo van hasta el cumplimiento y como ayuda a la empresa a generar valor a la misma, aún es insipiente reconocer como la responsabilidad social puede ser implementada y que el objetivo es velar en las organizaciones por todos los grupos de interés.

Bibliografía

- Codina Jiménez, A. (jul-dic de 2010). *El arte de la ejecución de la estrategia*. (pp. 213-224). Obtenido de El arte de la ejecución de la estrategia. (pp. 213-224): <http://www.redalyc.org/pdf/1513/151316944004.pdf>
- Fernández Fernández, J. L., & Bajo Sanjuán, A. (Julio- Diciembre de 2012). *La teoría del Stakeholder o de los grupos de interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad*. (Pág 130 a 143). Obtenido de http://adresearch.esic.edu/files/2012/06/aDR6-07-teoria_stakeholder.pdf
- Grandolí Sandemetro, A. J. (2014/2015). *Análisis de la Teoría de los sentimientos morales y La riqueza*. Obtenido de Análisis de la Teoría de los sentimientos morales y La riqueza: <http://neurofilosofia.com/wp-content/uploads/2016/11/TFG-ADAM-SMITH-y-su-relaci%C3%B3n-con-la-RSE.-Arturo-Gradoli.-06-2015.pdf>
- Newman, G. (2006). *El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales*. Obtenido del razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales.
- Organización Internacional del Trabajo OIT. (1996-2019). Obtenido de Organización Internacional del Trabajo OIT: <https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/history/lang-es/index.htm>.
- Paneque, R. (1998). *Metodología De La Investigación*. Obtenido de Metodología De La Investigación.
- Rodríguez Daponte, R., Dopico Parada, A., & González Vázquez, E. (s.f.). *La responsabilidad social empresarial. Un Acercamiento a la realidad empresarial de Galicia*. Obtenido de La responsabilidad social empresarial. Un Acercamiento a la realidad empresarial de Galicia: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2751754.pdf>
- Scaramussa, S. A., Reisdorfer, V. K., & Ribeiro, A. A. (ENE-JUNI de 2010). *La Contribución Del Balanced Scorecard Como Instrumento De Gestión Estratégica En El Apoyo De La Gerencia*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/3579/357935475003.pdf>

Acevedo Guerrero, J. A., Zárate Rueda, R., & Garzón Ruiz, W. F. (2013). *Estatus jurídico de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Colombia*.

del Castillo, C. C. (2008). *Responsabilidad Social Empresarial. Facultad de Economía y Negocios Universidad de Chile*.

Freeman, R. E. (2008). *Strategic Management : A Stakeholder Approach*. Estados Unidos: Cambridge India.

Hildebrandt, D. (2017). *Estudio de impacto de las prácticas de RS*. EEUU.

Pastrana, N. (2014). *Corporate Social Responsibility: Perceptions and practices among SMEs in Colombia*. *Public Relations Review*, 14-24.

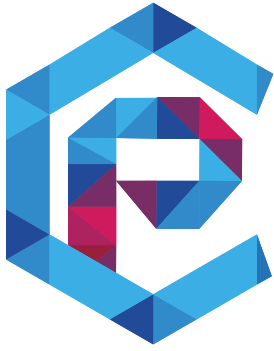
Plasencia Soler, J. A., Marrera Delgado, F., Bajo Sanjuán, A. M., & Nicado García, M. (Mar de 2018). *Modelos para evaluar la sostenibilidad de las organizaciones*. vol. 34, N° 146, 63-73. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v34n146/0123-5923-eg-34-146-00063.pdf>

Playán, I. F. (2010). *Responsabilidad social empresarial en américa latina: Un panorama general*. *Administracion y Organizaciones*, 57-73.

Reyno Momberg, M. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva*.

Smith, A. (2013). *Teoría de los Sentimiento Morales*. España: Alianza Editorial.

Vives, A. (2014). *Guías para la Responsabilidad Social en las PyMEs: Efectividad de herramientas de autoevaluación p29-34*. Obtenido de <https://gcg.universia.net/article/viewFile/468/594>



PROSPECTA

COLOMBIA 2019

