

La Empresa de Santa Marta en el siglo XXI

Análisis del impacto
socioeconómico
y empresarial

Grupos de investigación:
NICOP-UNIMAGDALENA
INCACEN – UNAD



Sello Editorial

Universidad Nacional
Abierta y a Distancia

La Empresa de Santa Marta en el siglo XXI

Análisis del impacto socioeconómico y empresarial

Compiladores

Elvis Orozco Castillo

Gilberto Montoya Berbén

Jesús Fandiño Isaza

Carlos Florez Vásquez

Grupos de investigación:

NICOP-UNIMAGDALENA

INCACEN – UNAD

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA (UNAD)

Jaime Alberto Leal Afanador

Rector

Constanza Abadía García

Vicerrectora académica y de investigación

Leonardo Yunda Perlaza

Vicerrector de medios y mediaciones pedagógicas

Edgar Guillermo Rodríguez Díaz

Vicerrector de servicios a aspirantes, estudiantes y egresados

Leonardo Evemeleth Sánchez Torres

Vicerrector de relaciones intersistémicas e internacionales

Julialba Ángel Osorio

Vicerrectora de inclusión social para el desarrollo regional y la proyección comunitaria

Myriam Leonor Torres

Decana Escuela de Ciencias de la Salud

Clara Esperanza Pedraza Goyeneche

Decana Escuela de Ciencias de la Educación

Alba Luz Serrano Rubiano

Decana Escuela de Ciencias Jurídicas y Políticas

Martha Viviana Vargas Galindo

Decana Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades

Claudio Camilo González Clavijo

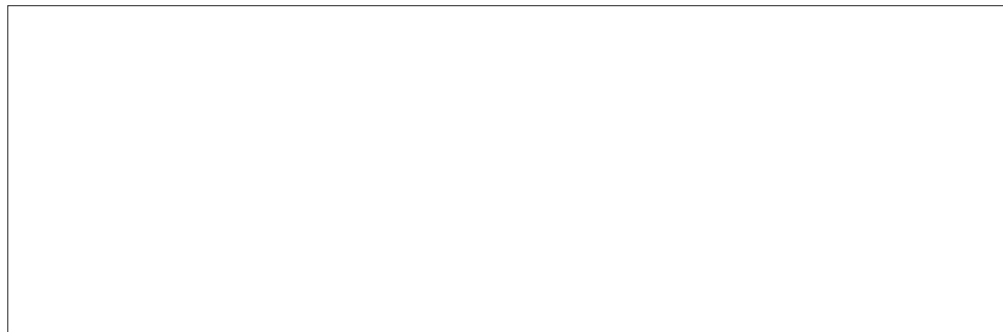
Decano Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería

Jordano Salamanca Bastidas

Decano Escuela de Ciencias Agrícolas, Pecuarias y del Medio Ambiente

Sandra Rocío Mondragón

Decana Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios



La Empresa de Santa Marta en el siglo XXI.

Análisis del Impacto Socioeconómico y Empresarial

Compiladores: Elvis Orozco Castillo, Gilberto Montoya Berbén, Jesús Fandiño Isaza, Carlos Flórez Vásquez

Grupos de investigación

NICOP-UNIMAGDALENA

INCACEN - UNAD

ISSN

©Editorial

Sello Editorial UNAD

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Calle 14 sur No. 14-23

Bogotá D.C.

Agosto de 2025

Corrección de textos y Diagramación: Hipertexto – Netizen

Cómo citar este libro: Orozco Castillo, E., Montoya Berbén, G., Fandiño Isaza, J. y Florez Vasquez, C. (2025). *La Empresa de Santa Marta en el siglo XXI. Análisis del Impacto Socioeconómico y Empresarial*. Sello Editorial UNAD. DOI PENDIENTE

Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).



Contenido

El impacto de la inversión extranjera en el comercio local de Santa Marta	7
Desafíos y oportunidades en el uso de vías férreas en Magdalena y Cesar	19
Afectación del TLC Colombia y Estados Unidos en el agro, en el Departamento del Magdalena	29
Impacto de la globalización en la economía de Colombia	39
Prácticas empresariales de responsabilidad social empresarial en Santa Marta	49
¿Cómo afecta el liderazgo en las pymes?	61
Transformación de los negocios internacionales debido a las tecnologías de la información	71
Marketing digital en los establecimientos de comercio al por menor, en contexto del covid-19, en Santa Marta, Colombia	83
Factores determinantes del emprendimiento en los estudiantes de la Universidad del Magdalena	93
Influencia del salario mínimo en el coste de vida de las familias de Santa Marta	107

Presentación

La globalización, la inversión extranjera, el comercio, la tecnología y el liderazgo son factores que han determinado el desarrollo económico y social de las regiones en las últimas décadas. En este libro, se presentan diversos estudios que analizan el impacto de estos elementos en Santa Marta y el departamento del Magdalena, con el fin de comprender los desafíos y oportunidades que enfrenta la región.

A lo largo de sus capítulos, se abordan temáticas fundamentales como el impacto de la inversión extranjera en el comercio, los efectos de tratados bilaterales en el sector primario, y la influencia de la globalización en la economía colombiana. Asimismo, se examinan aspectos clave como el uso de las vías férreas en Magdalena y Cesar, las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Santa Marta y el rol del liderazgo en las pequeñas y medianas empresas (PYMES).

El libro también destaca la importancia de la tecnología en la transformación de los negocios internacionales y en la digitalización del comercio al por menor en el contexto del COVID-19. Además, se examinan los factores determinantes del emprendedor universitario y la relación entre el salario mínimo y el coste de vida en Santa Marta.

A partir de una metodología rigurosa y un análisis detallado de datos cuantitativos y cualitativos, esta obra muestra una visión integral de los retos que enfrenta el Caribe; y propone estrategias para potenciar su desarrollo económico y social. Dirigido a académicos, empresarios, formuladores de políticas y estudiantes, este libro busca contribuir a la sostenibilidad y competitividad para Santa Marta y el Magdalena.

En un mundo en constante transformación, donde la globalización, la tecnología y las políticas económicas redefinen el panorama empresarial y social, es imprescindible analizar los efectos de estos cambios en el desarrollo de las economías locales. Este libro se erige como un compendio de investigaciones que abordan diversas facetas del impacto de la inversión extranjera, la política comercial, el liderazgo, el emprendimiento y la tecnología en Santa Marta y la región del Magdalena, brindando un panorama de los desafíos y oportunidades que enfrenta Santa Marta.

El impacto de la inversión extranjera en el comercio local de Santa Marta pone de manifiesto la compleja relación entre el capital internacional y los comerciantes locales, quienes, pese a la presencia de nuevas oportunidades, a menudo carecen de los recursos y conocimientos para aprovecharlas al máximo. De manera similar, el análisis sobre el TLC con Estados Unidos expone cómo las políticas comerciales pueden influir en la competitividad del sector agrícola local, resaltando la necesidad de mayor apoyo gubernamental para los productores.

La infraestructura también juega un papel crucial en el desarrollo económico, como lo demuestra el estudio sobre las vías férreas en Magdalena y Cesar. A través de un análisis detallado, se evidencian las barreras y oportunidades para diversificar el uso del transporte ferroviario, promoviendo alternativas logísticas más eficientes y sostenibles. Por otro lado, la globalización en relación con la economía de Colombia, refleja cómo el país se ha beneficiado de los intercambios comerciales y la IED.

En el ámbito empresarial, la RSE en Santa Marta se presenta como una estrategia clave para fortalecer la relación entre las empresas y la comunidad, mientras que la investigación sobre liderazgo en las PYMES subraya la importancia de un liderazgo efectivo para garantizar el crecimiento sostenible de estas organizaciones. Además, la investigación sobre el impacto de las tecnologías de la información en los negocios internacionales nos muestra cómo la digitalización está redefiniendo las dinámicas comerciales y la competitividad global.

En el contexto de crisis de la COVID-19, el marketing digital fue una herramienta esencial para la supervivencia de los comercios minoristas en Santa Marta, lo que resalta la necesidad de una mayor capacitación en tecnologías digitales. Por otro lado, el emprendimiento universitario nos ofrece una mirada esperanzadora sobre el futuro de los negocios locales, destacando la resiliencia y creatividad de los jóvenes empresarios.

Finalmente, la investigación sobre el salario mínimo y el costo de vida en Santa Marta evidencia la compleja realidad económica de muchas familias, quienes enfrentan dificultades para cubrir sus necesidades básicas debido a la inflación y la informalidad laboral. Este análisis resalta la necesidad de políticas que promuevan la estabilidad económica y el acceso a oportunidades equitativas.

En relación con todo lo anterior, el lector encontrará una profunda reflexión sobre los desafíos estructurales y las oportunidades de crecimiento en Santa Marta y la región del Magdalena. Este libro no solo proporciona un análisis riguroso de estos temas, sino que también invita a la acción, incentivando a los diferentes actores de la sociedad a contribuir al desarrollo sostenible y equitativo del Caribe.

En un mundo en constante transformación, donde la globalización, la tecnología y las políticas económicas redefinen el panorama empresarial y social, es imprescindible analizar los efectos de estos cambios en el desarrollo de las economías locales.

EL IMPACTO DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA EN EL COMERCIO LOCAL DE SANTA MARTA

THE IMPACT OF FOREIGN INVESTMENT ON LOCAL TRADE IN SANTA MARTA

Mery' An Rojas Barreto

Estudiante de Negocios Internacionales, Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-8866-0073>

Correo electrónico: mvrojas@unimagdalena.edu.co



Elvis Orozco Castillo

Docente Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3864-3557>

Correo electrónico: elvisorozco@gmail.com

Resumen

El objetivo del presente estudio es analizar el impacto de la inversión extranjera directa (IED) en el comercio local de Santa Marta, particularmente en las industrias de bienes y servicios, así como en el sector turístico. Se examinan tres elementos clave: el capital humano, los ingresos de los comerciantes y el desarrollo de la industria local. La metodología empleada es cuantitativa, basada en un enfoque deductivo, con el uso de tablas de contingencia y la prueba chi-cuadrado para correlacionar la dependencia o independencia entre las variables. Se realizó una encuesta a una muestra de 101 personas de empresas locales y extranjeras de la ciudad.

Los resultados muestran que el desarrollo del capital humano de los comerciantes de Santa Marta es independiente de la inversión extranjera, lo que sugiere una falta de conocimiento y aprovechamiento de los recursos disponibles para mejorar su competitividad. Asimismo, los ingresos de los comerciantes no se ven afectados por la llegada de nuevos competidores provenientes de la inversión extranjera, ya que los empresarios locales se sienten cómodos con su clientela establecida y no se enfocan en expandir su mercado hacia turistas o comerciantes extranjeros. Sin embargo, se encontró que existe una dependencia entre la inversión extranjera y el desarrollo de la industria hotelera y de bienes y servicios, indicando que la influencia gubernamental y el interés de los comerciantes por identificar oportunidades son factores clave para mejorar el comercio local. En conclusión, el estudio resalta que la falta de información, la informalidad y los obstáculos gubernamentales limitan el impacto positivo de la inversión extranjera en el comercio local de Santa Marta, contribuyendo a la brecha de competitividad y desarrollo económico de la ciudad.

Palabras clave: comercio local, inversión extranjera, Santa Marta, extranjeros, comerciantes.

Abstract

The objective of this study is to analyze the impact of foreign direct investment (FDI) on local trade in Santa Marta, particularly in the goods and services industries, as well as in the tourism sector. Three key elements are examined: human capital, merchants' income, and the development of local industry. The methodology used is quantitative, based on a deductive approach, with the use of contingency tables and the chi-square test to correlate the dependence or independence between variables. A survey was conducted on a sample of 101 people from local and foreign companies in the city.

The results show that the development of the human capital of Santa Marta merchants is independent of foreign investment, suggesting a lack of knowledge and use of available resources to improve their competitiveness. Likewise, merchants' income is not affected by the arrival of new competitors from foreign investment, since local entrepreneurs feel comfortable with their established clientele and do not focus on expanding their market towards tourists or foreign merchants. However, it was found that there is a dependence between foreign investment and the development of the hotel and goods and services industry, indicating that government influence and the interest of merchants to identify opportunities are key factors to improve local trade. In conclusion, the study highlights that the lack of information, informality and government obstacles limit the positive impact of foreign investment on local trade in Santa Marta, contributing to the gap in competitiveness and economic development of the city.

Keywords: local commerce, foreign investment, Santa Marta, foreigners, merchants.

Introducción

Krugman y Obstfeld (1998) indican que la inversión extranjera radica cuando una empresa extranjera decide crear o ampliar otra filial en un país diferente al originario, permitiendo una transferencia de flujos de capital, de recursos y adquisición de control al hacer parte de una empresa principal que trabaja en el exterior; incluso está concebida como un obstáculo en la soberanía al promover un mecanismo de aceleración económica unilateral de ganancia para el inversionista. No obstante, su impacto puede estar basados en la localización de esta; por ejemplo, en países como Japón hacia China, se indica por medio de la devaluación del Yuan, la cual aumento los flujos de IED japonesa, (Castillo et al., 2020)

En Colombia, según DANE (2022) la inversión extranjera ha sido relevante desde el 2015 con la implementación de la Encuesta Anual de Inversión Extranjera Directa, que indico en el 2017 más del 10 % de participación de capital a nivel nacional proyectado para el año 2020. Santa Marta entre julio y octubre del 2021 presento un 5,78 % de capital invertido por no residentes en el Magdalena, resaltando que existe un gran potencial de desarrollo económico, recepción de capital y crecimiento de las industrias gracias a su diversidad económica, recursos naturales, ubicación geográfica y turismo; además de un constante auge de importación que entre el 2014 y 2015 presentó un decrecimiento del 19.1 % con una participación del 97.2 % industrial. Miranda et al., (2019) afirman que entre el 2017 y 2018 se logró incrementos en la exportación del 25 % artículos de confitería, cacao, plásticos y derivados.

Aunque el Decreto 1644 del 2021 está dirigido a proteger y regular la IED en el territorio colombiano, se plantea que las inversiones en Santa Marta dependerán directamente de los factores de riesgo de la zona, y cuanto afecten a la seguridad de las inversiones, lo que nos lleva a analizar aspectos socio-económicos que debilitan los sectores de desarrollo de la región, como el trabajo informal, educación, corrupción, ingresos, migración, contratación, acceso a servicios públicos, competitividad, capacidad empresarial, infraestructura, políticas comerciales, etc.

Con dichos aspectos se diagnosticará su influencia por medio de una tabla de contingencia que según el resultado del chi al cuadrado reflejará la dependencia o independencia de las variables descritas sobre la situación actual del comercio local, identificando así el impacto que la inversión extranjera puede tener sobre los vínculos comerciales en Santa Marta.

Revisión de literatura

En Latinoamérica entre el 2000 y 2017 se ve un cambio porcentual promedio del 7,34 % de inversiones extranjeras que destacan a los países del sector de recursos naturales, como: Brasil, México, Chile y Colombia; comprobando que las variables determinadas fueron significativas en el crecimiento de inversión; mientras el IED está motivado directamente por el INB por persona y por el crecimiento económico, debido a que influye en la imagen del país en el exterior (Castillo et al., 2020).

Las empresas buscan instalarse en el extranjero para encontrar materias primas adecuadas, mercados atractivos y eficiencia en procesos operativos; sin gastar recursos exorbitantes (Gligo, 2007). Dependiendo su elección según el tipo de mercado a invertir; ya sea perfecto, identificando las *tasas de retorno* y la *diversificación de carteras* que fluye tras la posibilidad de reducir riesgos de inversión; o imperfecto, determinado por el ciclo de vida del producto, los tipos de cambio, la *pérdida de competitividad*; y por último el mercado oligopólico de las empresas. En dicha relación se pueden presentar tres hipótesis; vincularse unidireccionalmente desde la IED hacia el crecimiento del PIB del país receptor, indicando beneficios para la formación de capital, transferencia de tecnología y generación de empleo; vincularse causalmente opuesto desde el ingreso del país receptor hacia la IED, al absorber los recursos desde la inversión, o bidireccionalmente donde la IED y el crecimiento de la zona se retroalimentan equitativamente (Torres, 2010).

Para julio del 2024 la calificación crediticia Fitch Ratings desde una perspectiva estable, califico a Colombia con un BB+; por el contrario el 21 de noviembre del 2023, Santa Marta fue calificada con un A- a largo plazo; visto desde una perspectiva negativa tras el balance fiscal efectuado que desde el 2004 se enfoca en regularizar la alta proporción de pasivos corrientes, la presión financiera por los proyectos de servicio público, la baja capacidad económica de la población samaria y demás factores que visibilizan la baja capacidad de endeudamiento y desarrollo de la ciudad, Fitch Ratings (2023).

Aunque la Cámara de Comercio de Santa Marta (2017) y el secretario de desarrollo económico y competitividad de Santa Marta para el 2021 destacan sus esfuerzos para capacitar y organizar la industria empresarial de la zona; es visible que el dinamismo comercial no permite absorber la oferta laboral por obstáculos competitivos; donde la Sociedad Portuaria (2022) indica que representa un total de 12 789 empleos para la economía local, y la riqueza samaria ofrece una variedad turística generando ingresos a más de 35 000 personas de forma directa. Cotelco Magdalena (2021) expresa que en Santa Marta hay una deficiente prestación de los servicios públicos, poca gestión del gobierno local, escasez del recurso humano calificado.

Rocca y Rodríguez (2007) afirman que el nivel de desarrollo de la microindustria y su variabilidad entre las principales ciudades de la región, además de la desigualdad

económica y social, respaldada por el desplazamiento forzado; ha desencadenado en el desarrollo histórico de Santa Marta una ola de informalidad, corrupción, inseguridad, reconocimiento internacional, sostenibilidad y volatilidad que han sido mitigados por los tratados de paz. Por lo anterior, Guardiola (2019) explica que la volatilidad de los flujos de capital y su focalización en la explotación minera e inversión turística no ha sido suficiente para representar una mejora en la ciudad.

Metodología

La investigación se llevó a cabo desde una episteme positiva, un paradigma deductivo, enfoque cuantitativo partiendo del impacto generado por la inversión extranjera en el comercio local, derivando así La inversión Extranjera y el Comercio Local como las principales variables para deducir el estado comercial de Santa Marta y correlacionar por medio de tablas de contingencia y el chi al cuadrado la dependencia o independencia de los factores. Los datos se obtendrán por medio de comerciantes samarios, negocios, emprendimientos, empresas, y comerciantes extranjeros que residen en la ciudad de Santa Marta ubicados en las industrias de bienes y servicios junto con la hotelera y turística; además de las variables económicas concebidas tras el estudio bibliográfico.

Muestra

Según el cálculo de muestreo aleatorio simple, con un margen de error del 1 %, un intervalo de confianza del 95 %, y una probabilidad éxito y fracaso del 50 %, con una población de 2121 empresas del área de bienes y servicios, y de hotelaría y turismo; el instrumento se aplicaría a 96 personas que trabajen en emprendimientos, empresas y organizaciones del gremio; sin embargo, se logró aplicar a 101 personas.

Resultados

La inversión extranjera se ha enfocado en la gestión de recursos y desarrollo industrial de los procesos extractivos en el Magdalena, no obstante, para direccionarlo hacia el comercio local, la informalidad y el desempeño comercial de Santa Marta, se analizaron dos sectores económicos, el turístico y, bienes y servicios, desde el enfoque de los trabajadores, empresarios, emprendedores y comerciantes tanto samarios como del exterior, que estuviesen posicionados en la ciudad.

Dentro de las variables obtenidas por la revisión de literatura para reconocer la influencia de los flujos de capital y su aprovechamiento, se destacaron tres elementos principales; el primero es el capital humano en Santa Marta que depende de la migra-

ción, la contratación local, los competidores y la capacitación o preparación de los trabajadores; puesto que se ha discutido la manera como la influencia de la inversión incita a que las personas de la ciudad se desarrollen de forma individual e incrementen la productividad colectiva.

Tabla 1. Tabla de contingencia elementos de Capital Humano

Industria	Elementos de Capital Humano								TOTAL
	Inmigración		Contratación Local		Competidores		Capacitación		
	Observado	Esperado	Observado	Esperado	Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Bienes y Servicios	30	31,83663366	25	23,2029703	19	22,1237624	35	31,83663366	109
Hotelería y Turismo	29	27,16336634	18	19,7970297	22	18,8762376	24	27,16336634	93
Total	59	59	43	43	41	41	59	59	202

Fuente: cálculos propios con base en las encuestas

- Chicuadrada calculada igual a 2,17
- 3 grados de libertad
- H_0 = Hay independencia entre el desarrollo del capital humano de Santa Marta, y la Inversión Extranjera dada en las industrias.
- Tabla de valores 2,37

Sin embargo, al obtener los resultados, no se rechaza H_0 ; lo que indica que el desarrollo de los elementos del capital humano es independiente de la inversión extranjera existente en las industrias de bienes y servicios, y turismo; es decir, los comerciantes samarios no reconocen ningún efecto de las inversiones realizadas por entes externos que los lleven a desarrollarse y producir una mejora social. En el trabajo de campo se reconoció que no solo parte de su desconocimiento frente a la inversión, sino que, además, comparten poco interés en establecer metas a largo plazo que mejoren su estado comercial actual y visibilidad con el exterior.

El segundo elemento es el ingreso de los comerciantes, desde el aumento o disminución de los impuestos, los flujos de ventas y su posible fluctuación por el ingreso de competidores en el mercado; ya que, es importante establecer si existe una relación frente al ingreso de nuevas empresas, el aumento salarial de los trabajadores formales e informales, y su desarrollo en el comercio local desde una perspectiva de competitividad justa para todos los sujetos afectados de cada sector.

- Chicuadrada calculada igual a 0,33
- 2 Grados de Libertad
- H_0 = Hay independencia entre la variabilidad de los ingresos de los comerciantes y la inversión extranjera en las industrias.
- Tabla de Valores 1,386

Tabla 2. Tabla de contingencia elementos del Ingreso

Industria	Elementos de Ingresos						TOTAL
	Impuestos		Ventas		Competidores		
	Observado	Esperado	Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Bienes y Servicios	38	38	7	7,82352941	12	11,1764706	57
Hotelería y Turismo	30	30	7	6,17647059	8	8,82352941	45
Total	68	68	14	14	20	20	102

Fuente: Cálculos propios con base en las encuestas

Al analizar los resultados, no se rechaza H_0 ; por lo cual, los elementos correspondientes al ingreso son independientes de la inversión dada en las industrias; o sea, los comerciantes samarios no reconocen el ingreso de nuevos negocios, practicas económicas y empresas como potenciales competidores que afecten su economía individual; desde una visión productiva se sienten cómodos por sus ventas y clientela establecida, desde un entorno turístico se enfocan hacia un mercado nacional, dejando de lado a los comerciantes extranjeros y turistas extranjeros como su segmento.

Tras el trabajo de campo, se reconoció localmente una masificación antes de pandemia principalmente en la zona de Taganga por parte de comerciantes extranjeros, atrayendo turistas extranjeros hacia todo el comercio samario y que tras su ausencia al finalizar la pandemia se les podría ver asociados a la disminución del turismo.

Como último elemento, se encuentra la industria desglosada desde el apoyo gubernamental, la innovación nacional, la innovación extranjera y el crecimiento empresarial, ramas que influyen en la difusión de información hacia los comerciantes, junto con la disposición de herramientas que les permitan ampliar su desempeño.

Tabla 3. Tabla de contingencia Elementos de la Industria

Industria	Elementos de la Industria								TOTAL
	Apoyo Gubernamental		Innovación Nacional		Innovación Extranjera		Crecimiento empresarial		
	Observado	Esperado	Observado	Esperado	Observado	Esperado	Observado	Esperado	
Bienes y Servicios	22	17,87234043	31	32,7659574	31	32,7659574	28	28,59574468	112
Hotelería y Turismo	8	12,12765957	24	22,2340426	24	22,2340426	20	19,40425532	76
Total	30	30	55	55	55	55	48	48	188

Fuente: Cálculos propios con base en las encuestas

- Chicuadrada calculada igual a 0,33
- 2 grados de libertad
- Chicuadrada calculada igual a 2,85
- 3 grados de libertad
- H_0 = hay independencia entre los elementos de la industria hotelera de bienes y servicios y la inversión extranjera
- Tabla de valores 2,37

En este punto se rechaza H_0 ; por ende, existe una dependencia entre los elementos de la industria y el desarrollo de la inversión extranjera en las industrias; indicando que si existe una influencia entre el desempeño gubernamental estatal e internacional y el interés de los comerciantes por identificar más variables en su entorno y la manera como pueden usarlas como herramientas para su bien personal e influencia en el desarrollo del comercio local.

Discusión

Según Garavito et al., (2012), para analizar directamente los efectos de la inversión directa de las economías en desarrollo sobre las rentas salariales, se ven asociados tres canales fundamentales de los comerciantes, el efecto de composición dado por la concentración de las empresas extranjeras en la mano de obra cualificada; la oferta de trabajadores por medio de la capacitación y contribuciones específicas; y la inducción de un crecimiento más rápido de la productividad laboral por medio de transferencias tecnológicas en las empresas extranjeras.

Si bien es un desarrollo más especializado, se concentra en el reconocimiento numérico, más no en la percepción y acciones individuales de los comerciantes, que se amplifica con Chiang (2011), al exaltar las potencialidades reales de las pequeñas y medianas empresas al fundirse con las economías externas locales desde su economía de producción; siendo posible la generación de técnicas de producción esenciales tras su interacción, para la construcción de una cultura emprendedora, redes asociativas entre actores externos y locales, y el capital social; conectado con la descentralización en los países de América Latina fomentando el desarrollo económico de forma saludable en medio de una reestructuración, Alburquerque (2004), indicó que sin un reaprendizaje de las interacciones comerciales y capacitación a los mismos, el aprovechamiento del contacto comercial será mínimo, unificando los elementos de capital humano e industria desde los estados como influencia para el desempeño local.

Empero a la intencionalidad de los comerciantes influye en el desempeño del flujo de capital en los países y su imagen en el exterior, mejorando o desechando el comercio local, ya que es una herramienta financiera que se puede desglosar como una fuga de capitales, lavado de activos, triangulaciones y disminución de responsabilidades tributarias que impactan a largo plazo en las decisiones económicas, el ahorro nacional, restricciones internas de la ciudad, (Mantilla, 2022).

Conclusiones

El impacto de la inversión extranjera desde la industria turística y de bienes y servicios, donde se concentran los comerciantes locales de Santa Marta, estudiados desde el capital humano, ingresos y la influencia del gobierno nacional e internacional en la industria, demuestran la desinformación por la que se rigen los comerciantes al subsistir laboralmente con la masificación de la informalidad y los problemas de fiscalización e intervención del estado traducidos un entorno de alto riesgo donde sobreviven individuos sin sentido de pertenencia, visión a largo plazo e incluso el acceso a herramientas aportadas por la apertura económica que solo aumentan la brecha de crecimiento y competitividad de la ciudad, puesto que la base del desempeño de las sociedades se desglosa desde sus habitantes.

El análisis de la inversión extranjera en Santa Marta ha revelado que, a pesar de su impacto en los procesos industriales y extractivos, no ha generado una relación significativa con el desarrollo del comercio local, especialmente en los sectores turísticos y de bienes y servicios. Los resultados de las pruebas estadísticas sugieren que el capital humano, los ingresos de los comerciantes y el desempeño de la industria no están influenciados directamente por las inversiones extranjeras en estas áreas. En particular, los comerciantes locales no perciben un impacto tangible de las inversiones externas que impulse su desarrollo o mejore su competitividad. Esto se debe en parte al desconocimiento de las oportunidades de inversión, la falta de metas comerciales a largo plazo y el enfoque limitado hacia el mercado nacional.

Sin embargo, el análisis del apoyo gubernamental, la innovación y la industria hotelera mostró que, en este caso, sí existe una relación entre la inversión extranjera y el desempeño de la industria, lo que sugiere que la intervención del gobierno y la disposición a utilizar herramientas externas pueden contribuir al crecimiento del comercio local. La industria del turismo en Santa Marta, particularmente en zonas como Taganga, experimentó un auge con la llegada de comerciantes extranjeros antes de la pandemia, pero este mercado se vio afectado por su desaparición tras la crisis sanitaria.

En términos más amplios, los hallazgos apoyan teorías que sugieren que la interacción entre empresas locales y extranjeras puede generar beneficios mutuos, como el aumento de la productividad y la capacitación. No obstante, la falta de una estrategia efectiva y de capacidades organizacionales dentro de los comerciantes locales impide que la inversión extranjera cumpla su potencial en la transformación del comercio local. Por lo tanto, es fundamental que los actores locales adopten un enfoque más estratégico, se capaciten adecuadamente y busquen alianzas que les permitan aprovechar los flujos de inversión extranjera para fortalecer el comercio y la economía de la ciudad a largo plazo.

Referencias bibliográficas

- Albuquerque, F. (2004). Desarrollo económico local y descentralización en América Latina. *Revista de la CEPAL* 82, 157-171. España.
- Cámara de Comercio de Santa Marta. (2017). Conferencia Inversión Extranjera, Régimen Legal y Acuerdos Internacionales de Protección a la Inversión en Colombia. Santa Marta: Cámara de Comercio de Santa Marta.
- Castillo, E., González, M., y Zurita, E. (2020). Determinantes de la inversión extranjera directa. *Revista Espacios*, 41(50), 299-315, Chimborazo, Ecuador.
- Chiang, A. (2011). El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local? *Polis*, 7(1), 105-140 México.
- Colteco. (2021). *Sector Turístico y hotelero en Colombia continúa en recuperación*. Colteco, Asociación Hotelera y Turística de Colombia, Santa Marta.
- DANE (2022). Convocatoria Anual de Inversión Directa. DANE, Colombia.
- Fitch Ratings (2023). *Fitch revisa la negativa la perspectiva de la calificación de Santa Marta*. Rating Action Commentary, Colombia.
- Garavito, A., Iregui, A., y Ramírez, M. (2012). *Inversión extranjera directa en Colombia: evolución reciente y marco normativo*. Banco de la República, Bogotá.
- Gligo, Nicolo (2007). Políticas activas para atraer inversión extranjera directa en América Latina y el Caribe. Unidad de Inversiones y Estrategias Empresariales División de Desarrollo Productivo y Empresarial CEPAL, Santiago de Chile.
- Guardiola, A. (2019). Potencial turístico de Santa Marta (Colombia): una revisión de su desarrollo, crecimiento y barreras. *Revista Espacios*, Vol. 40(6), 22-36. Santa Marta.
- Krugman, P. y Obstfeld, M. (1998). *Economía internacional. Teoría y política*. Princeton University, University of California; Universidad Complutense de Madrid.
- Mantilla, K. (2022). La inversión extranjera directa en América Latina desde la perspectiva de los flujos financieros ilícitos: ¿"Cocacolonización" del ahorro? *Revista de la CEPAL*, 136, 27-46. Ecuador.
- Ministerio de Hacienda, (2024). *Fitch Ratings reafirma la calificación crediticia de Colombia en BB+ con perspectiva estable*. Hacienda, Colombia.

- Miranda, D., Plaza, A. G., Brea, J. A., y Botero, C. M. (2019). Prácticas de responsabilidad social empresarial en el sector hotelero. Estudio de casos en la ciudad de Santa Marta, Colombia. *Cuadernos de Gestión*, 19(1), 175-202. Santa Marta.
- República de Colombia (2021). Decreto ley 1644. Regulación de dos herramientas que facilitan la Inversión Extranjera Directa. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=173955>
- Rocca, L. H., y Rodríguez, E. C. (2007). La insostenibilidad del desarrollo urbano: El caso de Santa Marta – Colombia. Vol. 1(1), 64-100. Clío América, Santa Marta.
- Sociedad Portuaria de Santa Marta. (2022). *Informe Sociedad Portuaria de Santa Marta*. Santa Marta, Sociedad Portuaria de Santa Marta.
- Torres, C. R. (2010). Inversión extranjera y competitividad. *Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*. Vol 4(2), 72 – 88. Georgetown University Universia, Bogotá.

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN EL USO DE VÍAS FÉRREAS EN MAGDALENA Y CESAR

Challenges and Opportunities in the Use of Railways in Magdalena and Cesar



Juan Andrés Alonso Lavallo

Estudiante Universidad Antonio Nariño

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-4633-3586>

Correo electrónico: jalonso100423@gmail.com

Resumen

La investigación se enfoca en analizar las barreras que limitan la diversificación del transporte ferroviario en Colombia, particularmente en las regiones de Magdalena y Cesar, y en proponer soluciones para optimizar el uso de la infraestructura ferroviaria. En Colombia, el sistema ferroviario ha sido tradicionalmente utilizado para el transporte de carbón, lo que representa un 99.95 % de la carga transportada en la Red Atlántica del Norte. Sin embargo, existen grandes oportunidades para diversificar el uso del ferrocarril, especialmente en sectores agrícolas e industriales, lo cual podría fortalecer la competitividad logística del país, reducir costos operativos y mitigar las emisiones y congestión del transporte por carretera.

El propósito de la investigación es comprender los factores que impiden que otros sectores productivos, como el agroindustrial, utilicen el transporte ferroviario, y proponer estrategias para superar estas barreras. Se busca impulsar una mayor diversificación en el uso del ferrocarril, lo que beneficiaría a la economía regional y nacional, promoviendo una distribución más eficiente de las mercancías.

La metodología empleada es cualitativa y exploratoria, basada en el análisis de documentos clave, como el Plan Maestro Ferroviario y los CONPES 3527 y 3982, así como entrevistas con miembros de la mesa sectorial férrea y representantes de empresas ferroviarias. El análisis de la información obtenida mediante triangulación permitió identificar las principales barreras, entre las que destacan la falta de infraestructura adecuada, la concentración de la carga en carbón, los altos costos operativos, y la falta de conectividad entre los diferentes corredores férreos del país. Estas limitaciones dificultan el acceso de otros sectores al sistema ferroviario, especialmente de pequeños productores que no pueden cubrir los costos mínimos requeridos para acceder al servicio.

Los resultados evidencian que la infraestructura ferroviaria existente no está optimizada para el transporte de mercancías distintas al carbón, lo que dificulta la diversificación. Además, la falta de nodos logísticos y la desconexión entre tramos férreos agravan la situación. Las soluciones propuestas incluyen la creación de Centros de Distribución Logística Internacional (CEDI) y puertos secos, que permitirían la consolidación de cargas y el uso eficiente de la infraestructura ferroviaria para una mayor variedad de productos, incluyendo aquellos que requieren condiciones especiales, como la cadena de frío para productos agroindustriales.

Palabras clave: diversificación, transporte ferroviario, competitividad logística, infraestructura y barreras logísticas.

Abstract

The research focuses on analyzing the barriers that limit the diversification of rail transport in Colombia, particularly in the Magdalena and Cesar regions, and on proposing solutions to optimize the use of the railway infrastructure. In Colombia, the railway system has traditionally been used for the transport of coal, which represents 99.95% of the cargo transported in the North Atlantic Network. However, there are great opportunities to diversify the use of the railway, especially in agricultural and industrial sectors, which could strengthen the country's logistical competitiveness, reduce operating costs and mitigate emissions and congestion in road transport.

The purpose of the research is to understand the factors that prevent other productive sectors, such as the agro-industrial sector, from using rail transport, and to propose strategies to overcome these barriers. The aim is to promote greater diversification in the use of the railway, which would benefit the regional and national economy, promoting a more efficient distribution of goods.

The methodology used is qualitative and exploratory, based on the analysis of key documents, such as the Railway Master Plan and CONPES 3527 and 3982, as well as interviews with members of the railway sector board and representatives of railway companies. The analysis of the information obtained through triangulation allowed the

identification of the main barriers, among which the lack of adequate infrastructure, the concentration of coal cargo, high operating costs, and the lack of connectivity between the different railway corridors of the country stand out. These limitations hinder the access of other sectors to the railway system, especially small producers who cannot cover the minimum costs required to access the service.

The results show that the existing railway infrastructure is not optimized for the transport of goods other than coal, which makes diversification difficult. In addition, the lack of logistics nodes and the disconnection between railway sections aggravate the situation. The proposed solutions include the creation of International Logistics Distribution Centers (CEDI) and dry ports, which would allow for the consolidation of loads and the efficient use of railway infrastructure for a greater variety of products, including those requiring special conditions, such as the cold chain for agro-industrial products.

Keywords: Diversification, Rail transport, Logistics competitiveness, Infrastructure and Logistics barriers

Introducción

En la actual búsqueda de impulsar el desarrollo del país en términos de competitividad, conectividad e infraestructura, la eficiencia de la distribución física y el desempeño logístico desempeñan un papel crucial (Mora-García, 2010, p. 15). El proceso por el cual un producto se traslada desde un punto A hasta un punto B y todos los aspectos intermedios que intervienen en dicho proceso, son fundamentales para garantizar la rapidez, seguridad y costo-efectividad de la cadena de suministro. En este punto es donde se consideran los modos de transporte, específicamente el modo férreo de transporte.

Este modo toma gran relevancia al haberse concentrado en el movimiento de cargas de origen minero energético, principalmente el carbón, ocupando un 99,95 % de la carga total transportada en la Red Atlántica del Norte (Departamento Nacional de Planeación, 2020a); esto por las grandes ventajas que supone la aplicación de este medio. Sin embargo, hay diversos factores que han limitado hasta ahora que se presente una diversificación en cuanto a las mercancías que este modo transporta.

Por ello, resulta crucial realizar una investigación exhaustiva sobre los factores que limitan la participación de otros sectores en el uso del transporte férreo de carga en Colombia, con el objetivo de promover una mayor diversificación y aprovechamiento de este sistema. Solo a través de una diversificación modal efectiva se podrá fortalecer la competitividad logística del país, reducir costos para los sectores productivos, mitigar las emisiones y congestión asociadas al transporte por carretera, y maximizar las ventajas ofrecidas por el transporte ferroviario. La presente investigación se orienta en esta dirección, con el propósito de generar conocimiento y propuestas específicas para superar los obstáculos actuales y facilitar la integración del ferrocarril como un actor fundamental en la matriz de transporte de carga en Colombia.

A nivel regional, la dependencia del transporte por carretera es alta para cualquier producto que no sea carbón, lo cual no es tan aprovechable teniendo en cuenta el alto volumen de ciertas mercancías, lo que incrementa los costos operativos para los productores locales, especialmente aquellos que no pueden acceder al transporte férreo. La falta de infraestructuras especializadas, como almacenes refrigerados o centros de distribución, limita la capacidad de los pequeños productores agrícolas para utilizar el sistema férreo, lo que perpetúa la dependencia del modo carretero.

Antecedentes de la solución del problema

A nivel mundial, el transporte ferroviario ha demostrado ser un componente crucial de las redes logísticas, integrando diversos sectores productivos. En países como Alemania, donde el puerto fluvial de Duisburg, en Renania del Norte-Westfalia, Alemania, es el más grande de Europa, el cual tiene la mayor conectividad con su propio país, y con otros países, como es el caso de países bajos, Polonia, Bielorrusia, Rusia, Kazajistán y China corredor. Este nodo fluvial y férreo ha logrado el desarrollo activo del corredor; en 2019 se trasladaban entre 35 y 40 trenes entre Duisburgo y China cada semana, esta cifra ya había aumentado a 60 trenes en el segundo trimestre de 2020, lo cual equivale a un incremento de alrededor del 70 %”. En muchos países, la infraestructura ferroviaria se ha desarrollado para transportar no solo minerales, sino también productos agrícolas y manufacturados, lo que ha mejorado la competitividad logística y ha reducido costos. En Colombia, sin embargo, el 99.95 % de la carga transportada en el corredor Atlántico es carbón (Departamento Nacional de Planeación, 2020a), lo que refleja una falta de diversificación en el uso de las vías férreas

La Ley 1682 de 2013, los documentos CONPES 3527, 3982 y el plan maestro ferroviario establecen el marco para la modernización del sector ferroviario y la promoción del transporte multimodal. Estas políticas buscan mejorar la infraestructura y fomentar el uso del ferrocarril en sectores distintos al minero, como el agrícola y el industrial. Sin embargo, la implementación de estas políticas ha sido lenta y limitada, y la falta de incentivos ha restringido la participación de otros sectores en el sistema ferroviario.

Las barreras para la diversificación del transporte ferroviario en Colombia son múltiples. Por un lado, la infraestructura es limitada. Según el Plan Maestro Ferroviario (DNP, 2020b), solo el 52 % de la red férrea está operativa. Además, la falta de nodos logísticos y la desconexión entre los corredores férreos del país dificultan el transporte de mercancías más allá del carbón. A esto se suma la dependencia de contratos de concesión, como los firmados con FENOCO por parte de tres empresas, empresas las cuales priorizan el transporte de carbón sobre otros productos (FENOCO, 2024).

A pesar de estos desafíos, existen oportunidades significativas para la diversificación del transporte férreo. El Plan Maestro Ferroviario propone mejorar la conectividad entre los corredores férreos y fomentar la creación de puertos secos y Centros Logísticos

Internacionales (CEDI) que faciliten la distribución de productos más allá del carbón. Estos centros logísticos podrían reducir los costos operativos al permitir la consolidación de cargas de diferentes sectores, mejorando la competitividad y eficiencia del sistema logístico.

Aunque el sistema ferroviario en Colombia ha estado recientemente enfocado en el transporte de carbón, existen importantes oportunidades para su diversificación. La modernización de la infraestructura, la conectividad y la creación de incentivos para otros sectores productivos son pasos clave para lograr que el transporte férreo contribuya al desarrollo económico de los departamentos de Magdalena y Cesar, esto soportado por los objetivos del Plan Maestro Ferroviario y de las entidades, como la mesa sectorial férrea, la cual trabaja únicamente en la región caribe. Por lo que, para lograr este objetivo, será fundamental una colaboración estrecha entre el gobierno y el sector privado, además de una mayor inversión en infraestructura y políticas que fomenten la diversificación del uso ferroviario.

Metodología

La metodología se basa en el empirismo y utiliza un enfoque cualitativo para comprender las barreras que limitan la diversificación del transporte ferroviario en Magdalena y Cesar. El propósito de la investigación, que es exploratoria y descriptiva, es encontrar elementos que limitan el uso del ferrocarril además del transporte de carbón. Los miembros de la mesa sectorial férrea, los representantes de las empresas ferroviarias y los productores potenciales son parte de la población. La diversificación del transporte ferroviario y las barreras logísticas que afectan la participación de otros sectores son la variable principal. La muestra consistió en el análisis de documentos importantes, como el Plan Maestro Ferroviario y el CONPES 3982, 3527, así como dos entrevistas a miembros de la mesa sectorial ferroviaria.

En el tratamiento de los datos, se utilizó la triangulación, comparando las respuestas de las entrevistas con la información contenida en los documentos oficiales. Este enfoque busca identificar patrones, barreras y oportunidades para la diversificación del transporte férreo. A través del análisis cualitativo, se pretende obtener una visión clara de los desafíos logísticos y estructurales que enfrenta el sistema ferroviario en la región, así como proponer mejoras en infraestructura que permitan ampliar su uso en sectores distintos al minero-energético.

Resultados

Entre lo hallado en la investigación, se tiene en cuenta la presencia de 3 entidades principales para el uso de las vías, Ferrocarriles del Norte de Colombia (FENOCO) es la

actual entidad que cuenta con el contrato de concesión para la administración y uso de las vías férreas de la Red Atlántica del Norte, la cual tiene dicho contrato hasta el año 2030, siendo esta entidad la principal encargada del mantenimiento de las vías desde Chiriguaná, hasta Santa Marta.

El análisis de las entrevistas revela varios factores que influyen en la limitada diversificación del sector ferroviario en la región del Caribe. En primer lugar, se identifican barreras logísticas significativas. La vía férrea entre Santa Marta y Chiriguaná carece de un nodo logístico que la conecte eficientemente con otros tramos como el de La Dorada, limitando así la integración y el flujo continuo de mercancías. La carga mayoritaria de carbón también representa un desafío, ya que ocupa gran parte de la capacidad de transporte, dejando poco espacio para otras mercancías. Los costos operativos elevados, que incluyen vagones, locomotoras y operarios, son un impedimento para pequeños productores que no pueden cubrir la capacidad mínima requerida para que el servicio sea rentable.

Además, la concesión actual de la vía férrea a la empresa FENOCO también restringe el acceso a otros actores, dado que esta busca maximizar la rentabilidad de sus operaciones. Esto implica que el transporte ferroviario se reserva principalmente para clientes grandes con cargas significativas, dejando a los pequeños productores con dificultades para acceder a este servicio. Aunque existe potencial para diversificar las mercancías, los altos costos y las limitaciones de volumen suponen una barrera considerable.

Por otro lado, el mantenimiento de la infraestructura es adecuado, con programas especializados a cargo de FENOCO, pero se requiere una mayor inversión para mejorar la conectividad y aprovechar mejor la capacidad de transporte. Si bien se han realizado avances en la rehabilitación de la red ferroviaria, aún es necesario un mayor esfuerzo en términos de infraestructura y planificación para lograr una mayor diversificación y eficiencia en el sector, tal como lo propone el Plan Maestro Ferroviario.

La infraestructura ferroviaria juega un rol crucial en la logística de los productos minero-energéticos, siendo el carbón el principal usuario debido a su alta capacidad volumétrica y necesidad de transporte eficiente. Sin embargo, esta predominancia crea desafíos para otros sectores, como el agroindustrial, ya que sus productos no llenan completamente los vagones y, en muchos casos, requieren cadena de frío, lo que complica su transporte ferroviario.

La falta de diversificación del transporte férreo se debe en gran medida a las barreras logísticas, como la desconexión entre los diferentes corredores, lo que limita el uso eficiente del tren para productos que no sean carbón. Además, los altos costos de operación, la falta de infraestructuras especializadas como vagones refrigerados, y la escasa rentabilidad para pequeños productores agravan la situación.

Una posible solución es la creación de Centros de Distribución Logística Internacional (CEDI) y puertos secos, que mejorarían la consolidación y distribución de productos,

optimizando el transporte multimodal. Esto permitiría a pequeños productores acceder al sistema ferroviario sin tener que cargar grandes volúmenes de productos. No obstante, se necesita un estudio detallado sobre la viabilidad y disposición de las empresas para usar estos centros.

El análisis destaca la necesidad de una mejor planificación y regulación para el sector ferroviario en Colombia, con el fin de fomentar la participación de nuevos usuarios y diversificar la carga transportada. Inversiones en infraestructura, conectividad entre corredores y el uso de tecnologías avanzadas podrían mejorar la eficiencia del transporte férreo, apoyando el desarrollo económico y la competitividad a largo plazo en la región.

Pero enfrenta barreras significativas. La principal es la organización de diferentes productores de bienes de la misma naturaleza para poder realizar un flete en conjunto, como la modalidad Less Container Load en un envío,

Discusión

Uno de los aspectos clave que deben mejorarse en el sistema ferroviario de los departamentos de Magdalena y Cesar es la infraestructura. Aunque existen vías férreas operativas, su estado no es óptimo para manejar una diversificación de cargas. Actualmente, la infraestructura está diseñada y utilizada casi exclusivamente para el transporte de carbón, lo que impide su uso por otros sectores. Se requiere una inversión considerable en la modernización de las vías y en la creación de nodos logísticos que permitan el manejo de mercancías agrícolas, manufactureras y otros productos con características distintas al carbón.

El marco regulatorio también representa un área crítica que necesita atención. Aunque existen políticas como el CONPES 3982 que promueven el transporte multimodal y la diversificación del uso férreo, su implementación ha sido limitada. Los contratos de concesión actuales, que favorecen el transporte de carbón, necesitan ser revisados para permitir la inclusión de otros tipos de mercancías. Además, sería fundamental desarrollar incentivos económicos y financieros para que pequeños y medianos productores puedan utilizar el sistema férreo de manera competitiva, reduciendo así los costos logísticos asociados con el transporte por carretera, que sigue siendo el modo predominante en la región.

Otro aspecto que debe estudiarse más a fondo es la viabilidad de implementar centros logísticos o puertos secos en puntos estratégicos. Estos centros podrían funcionar como espacios de almacenamiento y distribución, facilitando la integración del transporte férreo con otros modos, como el carretero o marítimo. El desarrollo de infraestructura de almacenamiento con condiciones específicas, como los almacenes refrigerados, también es necesario para sectores como el agroindustrial, que requieren mantener la cadena de frío para la conservación de sus productos. La falta de estas instalaciones actualmente limita el potencial del ferrocarril para servir a estos sectores.

Por otro lado, es importante destacar lo que no se abarca en este estudio. La investigación se ha centrado principalmente en las barreras y oportunidades de diversificación dentro de los departamentos de Magdalena y Cesar, pero no aborda de manera detallada la situación en otras regiones del país que podrían ofrecer perspectivas comparativas valiosas. Tampoco se estudian en profundidad los aspectos medioambientales, que pueden ser un factor crucial al considerar la expansión del transporte ferroviario como una alternativa más sostenible frente al transporte por carretera. Este vacío en el análisis podría explorarse en investigaciones futuras, especialmente en el contexto de iniciativas globales para reducir la huella de carbono.

Finalmente, aunque el estudio examina los desafíos en la implementación de políticas públicas, no se analiza con suficiente profundidad el papel del sector privado en la modernización y expansión del transporte ferroviario. La colaboración público-privada puede ser una herramienta clave para lograr las mejoras necesarias, pero para ello es esencial garantizar un entorno regulatorio que favorezca la inversión privada en infraestructura y tecnología.

Conclusiones

La falta de diversificación del transporte ferroviario en Magdalena y Cesar está vinculada a barreras logísticas, altas demandas de capacidad volumétrica y costos operativos. El carbón domina el uso del tren, mientras que otros sectores, como el agroindustrial, enfrentan dificultades por la falta de infraestructura especializada, como vagones refrigerados. La implementación de Centros de almacenamiento y puertos secos podría facilitar la integración multimodal y ampliar el acceso al sistema ferroviario. Las inversiones en infraestructura, conectividad y el uso de tecnologías avanzadas son esenciales para diversificar la carga transportada y mejorar la competitividad económica regional.

La investigación destaca la importancia del transporte ferroviario como un componente clave para mejorar la competitividad logística en Colombia, especialmente en las regiones de Magdalena y Cesar. Aunque el sistema ferroviario ha sido esencial para el transporte de carbón, su capacidad para diversificarse y abarcar otros sectores productivos es limitada por varios factores, como la infraestructura insuficiente, la concentración de carga en carbón, los altos costos operativos y la falta de conectividad entre los diferentes tramos férreos del país. Estos obstáculos impiden que otros sectores, como el agroindustrial, utilicen el ferrocarril de manera eficiente, lo que genera una dependencia excesiva del transporte por carretera, con los consiguientes impactos negativos en términos de costos y sostenibilidad.

Para superar estas barreras, es fundamental realizar inversiones sustanciales en la modernización de la infraestructura ferroviaria, particularmente en la creación de nodos logísticos y en la mejora de la conectividad entre los diferentes corredores férreos del país. Esto no solo facilitaría el acceso de nuevos sectores al sistema ferroviario, sino que

también permitiría un uso más eficiente de la infraestructura existente, maximizando su capacidad para transportar una mayor variedad de productos, más allá del carbón.

Además, se deben establecer políticas públicas que fomenten el transporte multimodal y la participación de pequeños y medianos productores en el sistema ferroviario. Esto podría lograrse mediante incentivos económicos y financieros que permitan reducir los altos costos operativos y hagan más accesible el transporte ferroviario para sectores que no pueden cubrir los costos mínimos requeridos. La creación de Centros de Distribución Logística Internacional (CEDI) y puertos secos también podría ser una solución eficaz, ya que permitirían consolidar cargas y optimizar el uso del transporte ferroviario para diferentes tipos de mercancías, incluyendo productos agrícolas y manufacturados.

Para que estos cambios sean efectivos, se requiere colaboración entre lo público y lo privado. El desarrollo de un marco regulatorio favorable y la inversión en nuevas tecnologías y procesos logísticos serán esenciales para lograr una mayor eficiencia en el sistema ferroviario. La diversificación del transporte ferroviario no solo mejorará la competitividad de la región y reducirá los costos logísticos, sino que también contribuirá al desarrollo económico sostenible del país, aliviando la congestión y las emisiones del transporte por carretera. Este proceso debe ser abordado con una visión integral que contemple tanto la modernización de la infraestructura como la creación de un entorno regulatorio que impulse la participación de todos los sectores productivos.

Referencias bibliográficas

- Departamento Nacional de Planeación. (2008). *CONPES 3527 de 2008*. <https://www.ica.gov.co/normatividad/normas-nacionales/conpes/2008/2008cn3527>
- Departamento Nacional de Planeación. (2020a). *CONPES 3982*. Política nacional de logística. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3982.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación, (2020b). *Plan Maestro Ferroviario*. Departamento Nacional de Planeación. <https://2022.dnp.gov.co/Paginas/Vuelven-los-trenes-a-Colombia.aspx>
- Ferrocarriles del Norte de Colombia. (2024). *Fenoco*. Fenoco - Ferrocarriles del Norte de Colombia. <https://www.fenoco.com.co/>
- Mora-García, Luis (2010). *Gestión logística integral*. Ecoe Ediciones. 380p. https://api.pagelace.de/preview/DT0400.9781449278809_A45387852/preview-9781449278809_A45387852.pdf
- República de Colombia (2013). Ley 682. Disposiciones para los proyectos de infraestructura de transporte. https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=55612

AFECTACIÓN DEL TLC COLOMBIA Y ESTADOS UNIDOS EN EL AGRO, EN EL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA

Impact of the FTA between Colombia and the United States on agriculture in the department of Magdalena

María Alejandra Centeno Mora

Estudiante de Negocios Internacionales Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-3700-0254>

Correo electrónico: macenteno@unimagdalena.edu.co

Juliana Andrea Correa Linero

Estudiante de Negocios Internacionales Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-1833-3457>

Correo electrónico: jalc Correa@unimagdalena.edu.co



Alejandro José Buelvas Zúñiga

Estudiante de Negocios Internacionales
Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-1155-9191>

Correo electrónico: ajbuelvas@unimagdalena.edu.co

Resumen

El propósito de esta investigación es analizar el impacto del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y Estados Unidos en el sector agrícola del departamento del Magdalena, particularmente en la rentabilidad y competitividad de los agricultores locales. A través de un enfoque cualitativo y descriptivo, se busca identificar los principales factores que han influido negativamente en los pequeños y medianos productores agrícolas, destacando la competencia desleal generada por los productos importados desde Estados Unidos, las altas barreras de costos de producción y la falta de apoyo institucional. La metodología empleada en este estudio consiste en la recolección de datos a través de 30 entrevistas dirigidas a agricultores, campesinos y distribuidores de productos agrícolas de la región, con el fin de captar sus percepciones sobre los efectos del TLC. Posteriormente, los datos se analizarán de manera descriptiva, identificando los principales problemas y consecuencias que han afectado la rentabilidad de cultivos como el banano, el frijol y el maíz.

Entre los resultados, se destaca una disminución significativa en las áreas de cultivo y en la producción de estos productos, lo que reduce la competitividad de los locales. Además, se ha identificado que la falta de infraestructura adecuada, la escasez de subsidios y la insuficiente educación técnica para los productores agravan aún más las dificultades que enfrentan en el mercado. La investigación pone en evidencia las carencias estructurales del agro local y la necesidad urgente de implementar políticas públicas que fortalezcan el sector frente a la competencia internacional.

Palabras claves: Tratado de Libre Comercio (TLC), Sector agrícola, Competitividad y Productores.

Abstract

The purpose of this research is to analyze the impact of the Free Trade Agreement (FTA) between Colombia and the United States on the agricultural sector of the department of Magdalena, particularly on the profitability and competitiveness of local farmers. Through a qualitative and descriptive approach, we seek to identify the main factors that have negatively influenced small and medium-sized agricultural producers, highlighting the unfair competition generated by products imported from the United States, high production cost barriers, and lack of institutional support. The methodology used in this study consists of collecting data through 30 interviews with farmers, peasants, and distributors of agricultural products in the region, to capture their perceptions about the effects of the FTA. Subsequently, the data will be analyzed descriptively, identifying the main problems and consequences that have affected the profitability of crops such as bananas, beans, and corn. The results obtained include a significant decrease in the

areas under cultivation and in the production of these products, which has reduced the capacity of local farmers to compete with the prices of imported products. In addition, it has been identified that the lack of adequate infrastructure, the scarcity of subsidies and insufficient technical education for producers further aggravate the difficulties they face in the market. The research highlights the structural deficiencies of local agriculture and the urgent need to implement public policies that strengthen the sector in the face of international competition.

Keywords: Free Trade Agreement (FTA), Agricultural Sector, Competitiveness and Producers.

Introducción

La investigación se centra en las afectaciones del TLC con Estados Unidos en el sector agrícola del departamento del Magdalena. A través de un análisis cualitativo y descriptivo, se busca identificar los factores que han generado un impacto negativo en la rentabilidad, ventas y competitividad de los agricultores locales, y cómo estos han sido influenciados por la apertura económica derivada del TLC.

Desde la implementación del TLC, los agricultores del Magdalena han enfrentado un entorno de competencia desventajoso frente a productos agrícolas importados de Estados Unidos que llegan a precios más bajos. Este acuerdo ha permitido la entrada masiva de productos a precios competitivos, lo que ha afectado a los pequeños y medianos productores locales. Los agricultores reportan una disminución significativa en las ventas, la caída de los precios de sus productos, y la necesidad de reducir márgenes de ganancia para sobrevivir en un mercado que favorece a los importados.

A la falta de competitividad frente a los productos extranjeros se suman otros problemas estructurales, como la falta de subsidios adecuados, la deficiente infraestructura vial que encarece el transporte, y la ausencia de capacitación y educación técnica para los agricultores. Todo esto ha provocado que los agricultores locales enfrenten mayores costos de producción, falta de acceso a créditos accesibles y condiciones que limitan su capacidad de mejorar la calidad de sus productos.

El propósito principal de esta investigación es analizar y evaluar las consecuencias del TLC entre Estados Unidos y Colombia en el sector agrícola del Magdalena. Se busca entender cuáles son los factores más determinantes en las afectaciones al agro local, identificar los sectores más perjudicados, y plantear recomendaciones basadas en los hallazgos que permitan mejorar las condiciones de los agricultores. Además, se pretende resaltar las carencias en términos de políticas gubernamentales, educación y apoyo económico que exacerban las dificultades de los productores.

La manera de hacer el levante de la información será por medio de entrevistas, que permitan incluir preguntas que puedan fortalecer la información del proyecto. Primero se redactará la información recopilada en las entrevistas, luego se analizarán, para buscar los temas objeto de la investigación que conduzcan a identificar cuáles son las consecuencias del TLC en la agricultura del departamento del Magdalena. Por último, se analizará y comparará los datos recopilados a través de documentos.

Revisión de literatura

Según Castaño, N. y Cardona, M. (2014). El desequilibrio del sector agricultor surge debido a los costos de producción elevados y la falta de competitividad en el sector. En concordancia con esto, Calderón (2017) afirma que se priorizan las condiciones y la producción de los mercados del exterior, en detrimento de la producción nacional y se permiten las imposiciones, condiciones o cláusulas establecidas por las multinacionales y transnacionales que venden maquinaria, tecnología y equipos para la agricultura, lo que desfavorece la economía nacional y privilegia la internacional, disminuye la rentabilidad y afecta directamente la toma decisiones de los productores colombianos (Calderón, 2017).

En este contexto, las familias dedicadas a la agricultura dependen en gran medida de los productos que cultivan para su subsistencia, Sin embargo, su acceso limitado a la educación, los bajos niveles de escolaridad, limita la incorporación de las nuevas tecnologías en las áreas de producción, transformación y comercialización de los productos, y así mismo se limita el nivel de competitividad de los productos en el mercado. (Núñez et al., 2015)

La llegada de productos importados desde los Estados Unidos alteró la dinámica del mercado local. Aunque algunos agricultores lograron acceder a nuevos mercados en Estados Unidos, se encontraron con dificultades para competir en cuanto a la cantidad y el costo, lo que limitó su capacidad para aprovechar plenamente estas oportunidades (Sotomayor et al., 2021).

La falta de competitividad de los productos agrícolas colombianos en comparación con los estadounidenses se debe, en gran medida, a los subsidios estatales que reciben estos últimos, así como a su acceso a semillas mejoradas y tecnologías avanzadas en el ámbito agrícola. Esta situación representa una amenaza significativa para la subsistencia de los agricultores en Colombia, quienes generalmente emplean métodos tradicionales en sus cultivos, operan sin el respaldo necesario por parte del Gobierno, carecen de acceso a tecnologías modernas, sistemas de riego eficientes y una infraestructura de transporte adecuada. Además, enfrentan restricciones en términos de recursos financieros, lo que limita aún más su capacidad para competir en un mercado global. Esta situación no solo afecta su economía individual, sino que también pone en riesgo la sostenibilidad del sector agrícola (Paternina, 2013).

La implementación del Tratado de Libre Comercio (TLC) ha resultado en una drástica disminución del 45.4 % en los ingresos de los hogares que habitan en áreas rurales. Esta situación se ve aún más complicada por varios factores, como el aumento en el costo de los insumos agrícolas, las dificultades logísticas relacionadas con el transporte de productos y la feroz competencia que enfrentan contra los productos importados. Estos elementos crean un entorno adverso para los agricultores locales, que se ven obligados a lidiar con una realidad económica que afecta su capacidad de producción y su bienestar general. La combinación de la reducción de ingresos, el encarecimiento de los insumos y la presión de la competencia internacional está generando un impacto negativo en la calidad de vida de las familias rurales (Vega, 2015).

Métodos

La metodología utilizada fue Científica, con una episteme interpretativa, esta episteme nos permitirá entender como los agricultores perciben y experimentan los cambios derivados del TLC, explorando sus vivencias, miedos, expectativas y como estos factores influyen directa e indirectamente en sus decisiones y adaptaciones.

El enfoque será cualitativo y la investigación es de tipo descriptiva porque se centra en observar, describir e identificar los factores determinantes del TLC que han generado consecuencias en el sector agropecuario colombiano, particularmente en el departamento del Magdalena. No se busca manipular variables ni establecer relaciones causales, sino proporcionar una imagen detallada de la situación actual basada en datos cualitativos. El objeto de estudio son los campesinos, agricultores y distribuidores de productos agrícolas que residen en el departamento del Magdalena, Colombia.

Para la presente investigación se harán 30 entrevistas y se recopilarán datos de 30 autores. Para tratar los datos Primero se redactará la información recopilada en las entrevistas, luego se analizarán, para buscar los temas objeto de la investigación que conduzcan a identificar cuáles son las consecuencias del TLC en la agricultura del departamento del Magdalena. Por último, se analizarán y compararán los datos recopilados a través de documentos.

Resultados

Consecuencias que ha tenido el TLC en el sector del banano: el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Estados Unidos y Colombia ha impactado significativamente el sector bananero del Magdalena, principalmente a través del aumento de la competencia. Algunos agricultores de los reportaron una caída en los precios de venta, debido a la necesidad de competir con productos agrícolas de otros países que ingresan al

mercado colombiano a precios más bajos. Esta presión ha reducido los márgenes de ganancia, afectando especialmente a los pequeños y medianos productores.

Consecuencias que ha tenido el TLC en el sector del frijol: el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Estados Unidos y Colombia ha tenido varios impactos en el sector agrícola, incluyendo el cultivo de frijol en el Magdalena. Uno de los efectos más significativos ha sido la competencia con las importaciones. El TLC ha permitido la entrada de productos agrícolas estadounidenses a Colombia con aranceles reducidos o eliminados, lo que ha incrementado la competencia para los productores locales de frijol. Estos agricultores ahora enfrentan precios más bajos debido a las importaciones, lo que ha afectado su capacidad para competir en el mercado.

Además, la competencia con productos importados ha llevado a una reducción en las áreas de cultivo de frijol en el Magdalena. Los agricultores locales han tenido que adaptarse a las nuevas condiciones del mercado, lo que ha afectado su rentabilidad y sostenibilidad. Esta disminución en la producción de frijol ha tenido repercusiones en la economía local del Magdalena, ya que menos producción significa menos empleo y menores ingresos para las familias que dependen de este cultivo.

Consecuencias que ha tenido el TLC en el sector del maíz: Estados Unidos y Colombia han tenido un impacto significativo en el sector del maíz en el Magdalena. Uno de los efectos más notables ha sido el aumento de las importaciones de maíz desde Estados Unidos. Según Zapata, (2023) en 2022, Colombia importó 6.5 millones de toneladas de maíz, de las cuales el 45% provinieron de Estados Unidos. Esta alta dependencia de las importaciones ha afectado negativamente la competitividad de los productores locales de maíz, quienes han visto reducidas sus áreas de siembra y su rentabilidad.

Consecuencias de los factores determinantes del TLC en el agro colombiano.

El TLC entre Estados Unidos y Colombia ha generado diversas consecuencias negativas para el sector agrícola colombiano. Entre los factores determinantes se destacan la disminución de los precios de productos como el maíz y el frijol, debido a la competencia con productos importados más baratos. Los agricultores se ven obligados a reducir sus márgenes de ganancia y precios para competir, lo que ha afectado su rentabilidad y sostenibilidad. Además, la caída en la demanda, la falta de competitividad frente a grandes importadores y los altos costos de producción, impulsados por el aumento en los precios de insumos, agravan su situación económica.

La deficiente infraestructura vial, que incrementa los costos de transporte y malogra mercancías, también afecta las ventas y competitividad. Además, la falta de subsidios y educación adecuada dificulta el crecimiento de los agricultores, y el acceso limitado a créditos con intereses altos ha complicado aún más sus finanzas.

En este contexto, la competitividad de los agricultores locales se ve amenazada no solo por factores externos, como la competencia con productos importados, sino también

por la ausencia de políticas públicas que los apoyen de manera integral. Sin mejoras en la infraestructura, subsidios adecuados, y una mayor inversión en capacitación, el sector agrícola en estas regiones seguirá enfrentando dificultades para sostenerse en el mercado frente a la competencia internacional.

Discusión

El impacto del TLC en el sector agrícola colombiano ha sido considerable, afectando especialmente a los pequeños y medianos productores, como lo evidencia el caso del banano en el Magdalena. Este sector ha enfrentado una intensa competencia con productos internacionales a precios más bajos, lo que ha reducido los márgenes de ganancia de los agricultores locales. Rueda y Ocampo (2021) destacan que los pequeños productores son particularmente vulnerables en el contexto de los acuerdos de libre comercio debido a su limitada capacidad para competir con grandes empresas internacionales. Este resultado subraya la necesidad de implementar políticas públicas que protejan a estos sectores estratégicos, de lo contrario, podrían continuar enfrentando pérdidas significativas.

En el sector del frijol, la disminución de las áreas de cultivo y la caída de precios reflejan una tendencia similar. La apertura comercial ha permitido la entrada de productos extranjeros más baratos, incrementando la competencia y afectando directamente la rentabilidad de los agricultores locales, como lo señalaron García y Gómez (2020). Además, los efectos de esta disminución van más allá de los ingresos individuales, ya que impactan negativamente en la economía rural, con una reducción del empleo y una menor estabilidad para las familias que dependen de este cultivo. Esto pone en cuestión los beneficios del libre comercio, que en teoría deberían mejorar el acceso a productos más baratos, pero en la práctica no han sido equitativamente distribuidos en este sector.

La situación del maíz no es diferente. La alta dependencia de las importaciones de maíz desde Estados Unidos ha debilitado significativamente la competitividad de los productores locales. En 2022, según Zapata (2023), la mitad de las importaciones de maíz colombianas provenían de Estados Unidos. Esto ha reducido la rentabilidad y las áreas de siembra a nivel nacional. Pardo (2021) advierte que esta tendencia hacia la dependencia de las importaciones compromete la seguridad alimentaria del país, ya que una mayor dependencia de productos extranjeros podría poner en riesgo la autosuficiencia alimentaria en el largo plazo.

La falta de apoyo gubernamental ha agravado las dificultades que enfrentan los agricultores. Según Martínez y Rodríguez (2021), la apertura comercial sin medidas de protección ha perjudicado sectores vulnerables, como el maíz y el frijol, que han reducido su producción debido a los bajos precios y la competencia extranjera. Esta situación subraya la necesidad de subsidios, mejoras en infraestructura y programas

de capacitación que permitan a los agricultores competir de manera más equitativa en el mercado internacional, una recomendación también respaldada por Santos (2018).

Sin embargo, debemos tener en cuenta que este estudio tiene una limitación al ser regionalmente en el Magdalena, por lo cual es evidente que veremos unos resultados óptimos dentro de la región, Pérez (2020) sugiere que los efectos del TLC pueden variar significativamente según la región y el tipo de cultivo, por lo que es necesario un análisis más amplio que cubra otras áreas agrícolas de Colombia.

Futuras investigaciones deberían enfocarse en otros cultivos importantes, como el café y la caña de azúcar, para analizar si enfrentan desafíos similares. Trabajos que se enfoquen en la mejora de la infraestructura rural y en subsidios para que sirvan de plataforma esencial para incrementar la competitividad de los agricultores colombianos frente a la competencia internacional. Explorar estas soluciones será clave para determinar cómo sostener el crecimiento del sector agrícola a pesar de los desafíos planteados por el TLC.

Conclusión

El TLC han generado desafíos significativos para el sector agrícola colombiano, especialmente para los pequeños y medianos productores. Entre los factores determinantes se destacan la disminución de los precios de productos agrícolas, debido a la competencia con productos importados más baratos, lo que afecta su rentabilidad y sostenibilidad. Además, la caída en la demanda, la falta de competitividad frente a grandes importadores, los altos costos de producción y comercialización, impulsados por el aumento en los precios de insumos y la deficiente infraestructura vial, afecta las ventas y competitividad. Así mismo, la falta de subsidios y educación adecuada dificulta el crecimiento del sector.

El Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos ha tenido consecuencias negativas para el sector agrícola del Magdalena, especialmente para los pequeños y medianos productores, quienes enfrentan una competencia desleal de productos importados a precios más bajos. Esta situación ha reducido la rentabilidad de los agricultores, afectando no solo sus ingresos, sino también la estabilidad económica de las comunidades rurales.

La falta de subsidios, infraestructura deficiente, altos costos de producción y el acceso limitado a recursos financieros y capacitación son factores que agravan aún más la competitividad del agro local. Aunque el TLC ha abierto oportunidades de mercado, las condiciones desiguales entre los productores colombianos y los estadounidenses han generado un entorno difícil para los agricultores del Magdalena. Para mejorar esta situación, es fundamental la implementación de políticas públicas que proporcionen un apoyo integral a los productores locales, incluyendo subsidios, mejoras en infraes-

tructura y programas de formación técnica, con el fin de fortalecer la competitividad del sector agrícola en la región y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Referencias

- Calderon-Navarrete L. E. (2017). Impacto del tratado de libre comercio entre Colombia y Estados Unidos en la economía campesina boyacense, desde su entrada en vigor hasta hoy. *Vestigium Ire*, 11(1), 225-236.
- Castaño Giraldo, N. y Cardona Gómez, M. (2014). *Factores determinantes en la inestabilidad del sector agrícola colombiano*. Publicado en redalyc.org.
- García, F., y Gómez, L. (2020). Impacto del Tratado de Libre Comercio en la agricultura colombiana: un análisis desde la perspectiva de los productores locales. *Revista de Economía Agraria*, 35(1), 45-62.
- Martínez, R., y Rodríguez, M. (2021). Desafíos y oportunidades para el sector agrícola en Colombia en el contexto del TLC. *Estudios Rurales*, 28(2), 75-93.
- Núñez, J., Carvajal, J. C. y Bautista, L. A. (2013). El TLC con Estados Unidos y su impacto en el sector agropecuario colombiano: entre esperanzas e incertidumbres. *Revista Electrónica de la Facultad de Derecho UDES*, 1(1), 118-133. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Pardo, J. (2021). Dependencia alimentaria y libre comercio: riesgos y desafíos para la seguridad alimentaria en Colombia. *Revista de Políticas Agrarias*, 15(3), 12-30.
- Paternina, S. M. (09 de mayo de 2013). Impacto del TLC con Estados Unidos sobre los. Saber, Ciencia y Libertad, 8(1), 125-130. <https://core.ac.uk/download/pdf/229930569.pdf>
- Pérez, A. (2020). Variabilidad en el impacto del TLC en las regiones agrícolas de Colombia. *Análisis Regional y Agrario*, 19(2), 102-119.
- Rueda, A., y Ocampo, J. (2021). Competitividad agrícola y libre comercio: El caso del banano en Colombia. *Economía y Sociedad*, 33(2), 93-107.
- Santos, G. (2018). Competitividad agrícola en el contexto de los TLC: Perspectivas para Colombia. *Ciencia y Tecnología Agraria*, 24(3), 45-58.

Vega, K. (2015). Consecuencias del TLC en el campo colombiano. [Artículo web]. *El Colombiano*. <https://elcampesino.co/consecuencias-del-tlc-en-el-campo-colombiano/>

Zapata, A. (2023). Importaciones de maíz y su impacto en la producción local en Colombia. *Informe Anual de Comercio y Agricultura*, 56-72.



IMPACTO DE LA GLOBALIZACIÓN EN LA ECONOMÍA DE COLOMBIA

Impact of globalization on the economy of Colombia

Carolina Jiménez Amaya

Estudiante de Negocios Internacionales, Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-0133-9534>

Correo electrónico: crijimeneza@unimagdalena.edu.co

Odris Barrios Torregroza

Estudiante de Negocios Internacionales, Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-2468-6118>

Correo electrónico: ombarrios@unimagdalena.edu.co

Samuel José Agudelo García

Estudiante de Negocios Internacionales,
Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-3612-332X>

Correo electrónico: sagudelo@unimagdalena.edu.co



Resumen

El propósito de esta investigación es analizar cómo la globalización ha influido en el crecimiento económico de Colombia, centrándose en las exportaciones y la inversión extranjera directa (IED). Se utilizó una metodología mixta, combinando análisis cuantitativo y cualitativo para proporcionar una comprensión integral del fenómeno. El enfoque deductivo permitió partir de teorías generales para llegar a conclusiones específicas. La recopilación de datos se realizó a través de un análisis documental, empleando fuentes como informes económicos, artículos académicos y datos del Banco de la República y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

Los resultados muestran una tendencia ascendente tanto en las exportaciones como en la IED desde la apertura comercial de Colombia. Se realizó un análisis de regresión múltiple donde el Producto Interno Bruto (PIB) fue la variable dependiente y las exportaciones y la IED fueron las variables independientes. Los resultados indicaron que la IED tiene una relación positiva y significativa con el crecimiento económico, mientras que las exportaciones no mostraron una relación estadísticamente significativa a corto plazo. Además, se observó que la globalización ha tenido un impacto positivo en los indicadores laborales, como la tasa de desempleo y la tasa de ocupación, sugiriendo que ha generado más empleo y aumentado los salarios en ciertos sectores.

En cuanto a las pruebas de hipótesis, se encontró que las exportaciones sí tienen un impacto significativo en el crecimiento económico de Colombia, mientras que la IED, aunque importante, no mostró un impacto directo inmediato en el PIB. Esto refleja que la globalización ha beneficiado a Colombia, pero sus efectos no siempre son inmediatos o uniformes en todos los sectores. La globalización ha impulsado el crecimiento económico de Colombia, aunque es imprescindible diseñar políticas públicas que aseguren una distribución equitativa de sus beneficios y contrarresten efectos negativos como la desigualdad.

Palabras clave: globalización, Colombia, economía, comercio internacional, inversión extranjera directa, PIB, desempleo, salarios.

Abstract

The purpose of this research is to analyze how globalization has influenced Colombia's economic growth, focusing on exports and foreign direct investment (FDI). A mixed methodology was used, combining quantitative and qualitative analysis to provide a comprehensive understanding of the phenomenon. The deductive approach allowed starting from general theories to reach specific conclusions. Data collection was carried out through a documentary analysis, using sources such as economic reports, acade-

mic articles and data from the Bank of the Republic and the National Administrative Department of Statistics (DANE).

The results show an upward trend in both exports and FDI since Colombia's trade opening. A multiple regression analysis was performed where the Gross Domestic Product (GDP) was the dependent variable and exports and FDI were the independent variables. The results indicated that FDI has a positive and significant relationship with economic growth, while exports did not show a statistically significant relationship in the short term. Furthermore, it was observed that globalization has had a positive impact on labor indicators, such as the unemployment rate and the employment rate, suggesting that it has generated more employment and increased wages in certain sectors.

Regarding hypothesis testing, it was found that exports do have a significant impact on Colombia's economic growth, while FDI, although important, did not show an immediate direct impact on GDP. This reflects that globalization has benefited Colombia, but its effects are not always immediate or uniform across all sectors. Globalization has boosted Colombia's economic growth, although it is essential to design public policies that ensure an equitable distribution of its benefits and counteract negative effects such as inequality.

Keywords: Globalization, Colombia, Economy, International trade, Foreign direct investment, GDP, Unemployment, Salaries.

Introducción

Para hablar de globalización, es fundamental comenzar por definir el concepto. Se trata de un fenómeno que se volvió radical en la década de los 80, caracterizado según Steger (2003) por la creciente interconexión a nivel mundial en los ámbitos económico, cultural, político y tecnológico. La globalización implica la eliminación de barreras comerciales, la liberalización de los mercados financieros y la intensificación del comercio internacional, permitiendo la libre circulación de bienes, servicios, capital y personas en todo el mundo.

Asimismo, la globalización ha facilitado la difusión de la cultura, la tecnología y las ideas a través de las fronteras nacionales, donde según Stiglitz (2002) afirmaba que “las fronteras se vuelven permeables y permiten que los productos, las ideas y las prácticas culturales fluyan de un país a otro, enriqueciendo así a las sociedades involucradas” (p. 87) refiriéndose a que la globalización ha generado una mayor homogeneización cultural en algunas áreas y una mayor diversidad en otras. Esto hace que el libre comercio se convierta en la base de los intercambios económicos a nivel global, afectando las economías de cualquier país o ciudad, como es el caso particular del Magdalena.

Ante este contexto, Rodrik (2011) afirma que La globalización ha dado lugar a una variedad de respuestas políticas y económicas en diferentes partes del mundo. Estas respuestas abarcan un amplio espectro, que va desde la apertura de mercados internacionales hasta la implementación de políticas proteccionistas y la defensa activa de las industrias locales. Este fenómeno ilustra de manera clara la tensión existente entre la integración global de las economías y el deseo de los países de mantener su soberanía nacional.

Mientras algunos gobiernos optan por abrir sus fronteras al comercio y a la inversión extranjera, buscando beneficiarse de las oportunidades que brinda un mercado global más amplio, otros eligen adoptar un enfoque más cauteloso, imponiendo aranceles y restricciones a las importaciones para la protección de la industria nacional. Esta dinámica refleja un debate constante sobre cómo equilibrar los beneficios de la globalización, que pueden incluir el acceso a nuevos mercados y tecnologías, con la necesidad de salvaguardar los intereses económicos y culturales de cada país. Así, las decisiones políticas en este contexto no solo afectan la economía, sino que también tienen profundas implicaciones para la identidad y el bienestar de las naciones en un mundo interconectado.

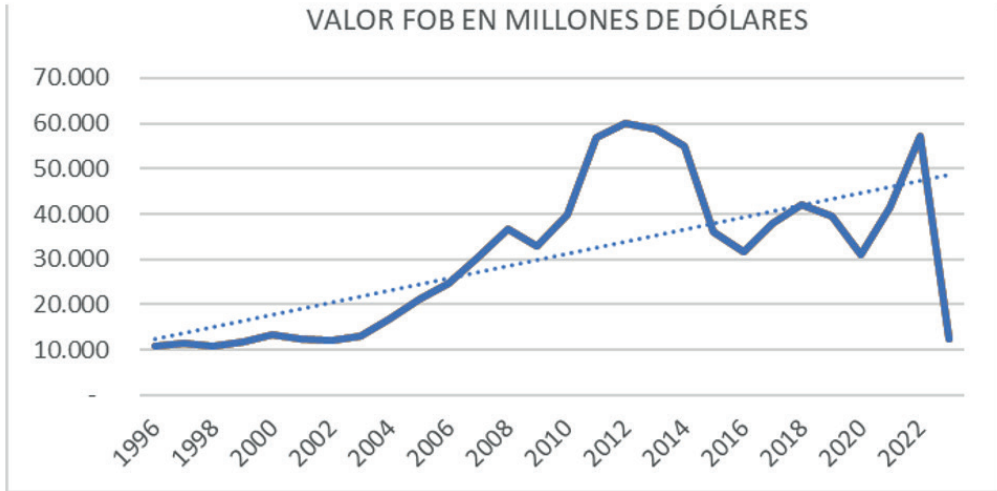
Metodología

El enfoque de la investigación es mixto, combinando el análisis cuantitativo y cualitativo, permitiendo así una comprensión más amplia del objeto de investigación. Se realizará una recopilación de datos numéricos para verificar hipótesis y datos no numéricos para interpretar contextos y matices relacionados con la globalización en Colombia. El método utilizado es el deductivo, el cual parte de premisas amplias y teorías generales para derivar conclusiones específicas. Los datos se recopilaron por medio de documentos preexistentes, como registros económicos, informes sectoriales y artículos académicos.

La población seleccionada para este estudio incluye instituciones gubernamentales, y organizaciones económicas relevantes, tales como: Banrep, el DANE, y gremios de comercio exterior. Esta selección permite obtener un panorama amplio y contextualizado en relación con lo económico y social.

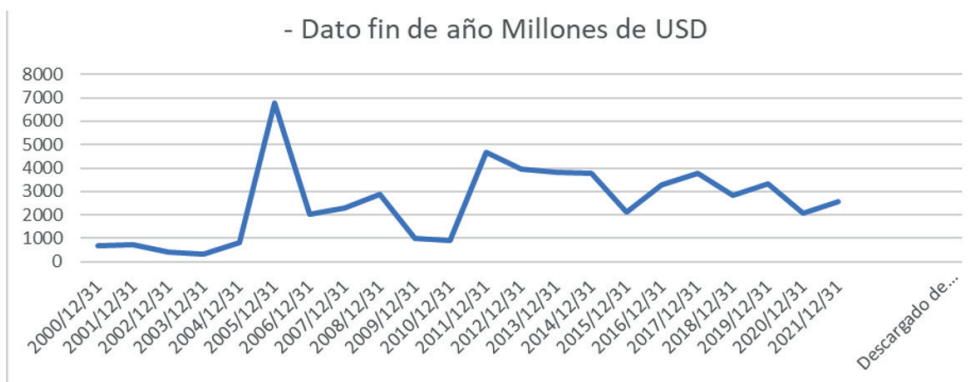
Resultados

A continuación, la figura 1 ilustra el nivel de exportaciones de Colombia desde la apertura comercial. Tal como se observa, la tendencia ha sido ascendente.

Figura 1. Exportaciones desde 1990 a 2023

Fuente: Elaboración propia basada en datos del DANE

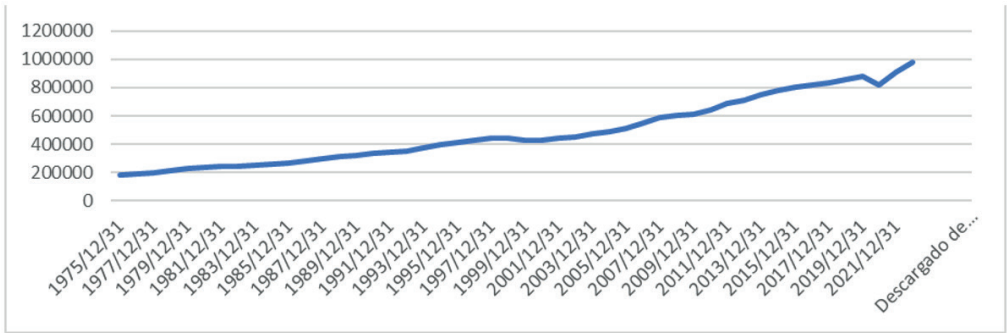
La figura 2 ilustra el flujo de la IED en Colombia desde el año 2000. se observa un notable incremento en la IED. Este incremento en la inversión no solo propicia un aumento en la producción, sino que también permite a Colombia llevar sus productos a mercados internacionales, generando así desarrollo económico, creación de empleo y un crecimiento sostenido.

Figura 2. Flujo de inversión extranjera directa en Colombia, trimestral.

Fuente: Elaboración propia basada en datos del BanRep

Al abordar el tema del crecimiento económico, es fundamental considerar el PIB. En el caso de Colombia, que se clasifica como una economía emergente, se puede observar en la siguiente gráfica que, en estos años, el país ha experimentado un crecimiento económico sostenido.

Figura 3. Producto interno bruto (PIB) real, anual, base: 2015 en miles de millones de pesos.



Fuente: elaboración propia basada en datos del BanRep

Se hizo una regresión múltiple usando como variable dependiente el PIB y como variables independientes la inversión extranjera directa (IED) (x_1) y las exportaciones (x_2), los resultados se observan en la tabla 1.

Tabla 1. Análisis de varianza entre el PIB, la IED y las Exportaciones

Resumen									
Estadísticas de la regresión									
Coefficiente d	0.698700594								
Coefficiente c	0.48818252								
R^2 ajustado	0.434306996								
Error típico	119242.9858								
Observaciones	22								
ANÁLISIS DE VARIANZA									
	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Medio de los cuadrados	F	Valor crítico de F				
Regresión	2	2.57683E+11	1.28842E+11	9.061304332	0.001724224				
Residuos	19	2.70159E+11	14218889656						
Total	21	5.27842E+11							
	Coefficientes	Error típico	Estadístico t	Probabilidad	Inferior 95%	Superior 95%	Inferior 95.0%	Superior 95.0%	
Intercepción	418039.2102	63616.42867	6.571246122	2.72722E-06	284888.4948	551189.9257	284888.4948	551189.9257	
Variable X 1	6.955406467	2.089208784	3.329206024	0.003525447	2.582642228	11.32817071	2.582642228	11.32817071	
Variable X 2	4.976830427	19.60426033	0.253864739	0.802326985	-36.055358	46.00901886	-36.055358	46.00901886	

Fuente: elaboración propia basada en datos del BanRep

En el resumen se puede decir que el modelo de regresión tiene una correlación moderada y explica aproximadamente el 48.82 % de la variabilidad de la variable dependiente, la variable “ x_1 ” muestra una relación significativa y positiva mientras que la variable “ x_2 ” no parece estadísticamente significativa; sin embargo, lo es, debido a que el impacto

de la IED se configura como un agente fundamental de la globalización. La llegada de multinacionales y empresas de diversas partes del mundo a Colombia introduce una influencia externa que repercute en múltiples aspectos, incluyendo la calidad de vida de la población, su identidad cultural y su perspectiva sobre el entorno global.

Pruebas de hipótesis

Prueba de Hipótesis 1

Hipótesis Nula (H0): No existe una relación significativa entre la globalización y el crecimiento económico en Colombia.

Hipótesis Alternativa (H1): Existe una relación significativa entre la globalización y el crecimiento económico en Colombia.

Para evaluar esta hipótesis, se llevó a cabo una regresión múltiple en la que se utilizó como variable dependiente el Producto Interno Bruto (PIB) y como variables independientes las exportaciones, las importaciones y la inversión extranjera directa. Estas variables son pertinentes para explicar el fenómeno de la globalización, considerando el periodo de análisis que abarca desde 1996 hasta 2020:

- a. El coeficiente de determinación R^2 tiene un valor de 0.8779, lo que indica que la variable dependiente puede ser explicada por las variables independientes incluidas en el modelo de regresión en un 87,79 %
- b. Los resultados sugieren que la variable X1 (Exportaciones) tiene un efecto significativo en el PIB. En contraste, no se encontró evidencia estadística que apoye la afirmación de que las variables X2 (Importaciones) y X3 (IED) poseen un efecto significativo en el PIB.
- c. En relación con las “Exportaciones”, el valor absoluto del estadístico t (2.5547) es mayor que el valor crítico (0.0635), lo que permite expresar que existe una relación significativa entre las exportaciones y el crecimiento económico en Colombia. Por ende, acepta que existe relación entre la globalización y el crecimiento económico.
- d. Respecto a la variable “Importaciones”, el valor absoluto del estadístico t (0.8373) supera el valor crítico (0.0635), lo que implica que hay suficiente evidencia para expresar que las importaciones afectan positivamente al crecimiento económico.
- e. Para la variable “Inversión Extranjera Directa” (IED), no se encontró evidencia suficiente para concluir que existe una relación significativa entre la IED y el crecimiento económico en Colombia.

Prueba de hipótesis 2

La tasa de desempleo en relación con la fuerza laboral activa puede interpretarse como un indicador de la relación entre la IEDa y la expansión económica. Una menor tasa de desempleo puede sugerir un aumento en la IED, lo cual podría estar vinculado a la relación de mercados globales. Por lo tanto, una disminución en la tasa de desempleo podría señalar un impacto positivo de la globalización en el mercado laboral.

Por otro lado, la variación porcentual anual del salario indica el cambio en los salarios a lo largo del tiempo. Un incremento en los salarios podría asociarse con la globalización, dado que esta puede facilitar la movilidad laboral, el acceso a nuevos mercados y la competencia a nivel global. Así, una variación positiva en los salarios puede reflejar una mayor influencia de la globalización en el mercado laboral. Un aumento en la tasa de ocupación podría indicar la creación de empleos en sectores relacionados con la apertura económica y la integración en los mercados internacionales.

Discusión

Los resultados presentados permitieron un análisis del impacto de la globalización en el crecimiento económico de Colombia, así como el papel crucial que desempeñan las exportaciones y la IED en este contexto. En primer lugar, la gráfica de exportaciones muestra una tendencia ascendente desde la apertura comercial, lo que indica que las políticas de apertura han favorecido el comercio exterior del país.

Este crecimiento ha sido determinante para fortalecer la industria colombiana y facilitar su inserción en el mercado global. La apertura económica ha sido un elemento esencial para la mejora de la competitividad de las empresas nacionales y diversificar los productos exportados.

El análisis del flujo de IED, especialmente a partir del 2005, refleja que los acuerdos comerciales y tratados firmados por Colombia han atraído capital extranjero. La relación positiva entre la inversión y el crecimiento de las exportaciones destaca la sinergia entre ambos factores, sugiriendo que la IED no solo incrementa la capacidad productiva del país, sino que también facilita la expansión de los mercados para los productos nacionales, generando así un círculo virtuoso de crecimiento económico. Haciendo que la IED se convierta en un motor clave para la modernización del sector industrial y agrícola colombiano.

El modelo de regresión múltiple confirmó la relación significativa entre el PIB y la IED, aunque la variable de exportaciones no fue estadísticamente significativa en el análisis inicial. No obstante, la inversión extranjera se configura como un elemento fundamental en el fenómeno de la globalización, ya que facilita la introducción de nuevas tecnologías, conocimientos y prácticas empresariales. Esta influencia externa ha tenido efectos

diversos en la economía y en la cultura laboral del país, creando nuevas oportunidades, pero también desafíos en términos de adaptabilidad a estándares internacionales.

La primera prueba de hipótesis revela que existe una relación significativa entre las exportaciones y el crecimiento económico de Colombia, lo cual confirma que la apertura comercial ha sido beneficiosa. Sin embargo, la IED no mostró un efecto estadísticamente significativo en el modelo de regresión, lo que podría sugerir que, si bien la inversión es esencial para aumentar la producción, no siempre se traduce directamente en crecimiento del PIB, al menos en el corto plazo. Esto podría explicarse por las diferencias en la estructura productiva o en los sectores hacia los cuales se dirige la inversión.

Finalmente, los indicadores laborales, como la tasa de desempleo, el cambio salarial y la tasa de ocupación, sugieren que la globalización ha tenido un impacto positivo en la generación de empleos y en el incremento de los salarios en ciertos sectores, aunque este efecto no ha sido uniforme en toda la economía. Esto refleja la necesidad de políticas más inclusivas que permitan una distribución equitativa de los beneficios derivados de la apertura económica.

Conclusión

La globalización ha jugado un papel clave en el crecimiento económico de Colombia, destacándose principalmente a través del incremento en las exportaciones y la atracción de la IED. Aunque las exportaciones tienen una relación directa y positiva con el PIB, la IED no mostró un impacto estadísticamente significativo en el modelo de regresión aplicado, lo que hace necesario considerar la naturaleza sectorial de las inversiones y su efecto a largo plazo.

El estudio de los indicadores laborales refuerza la idea de que la globalización ha facilitado la creación de empleo y la mejora en los salarios, aunque aún persisten desafíos para asegurar que todos los sectores económicos y grupos poblacionales se beneficien por igual. Para maximizar los beneficios de la globalización, se recomienda continuar fortaleciendo las exportaciones y atracción de inversión, así como desarrollar estrategias para diversificar la economía y mejorar la inclusión laboral, de modo que el crecimiento económico sea sostenible y equitativo en el futuro.

La investigación demuestra que la globalización ha tenido un efecto positivo en la economía colombiana, a raíz de las exportaciones y la inversión extranjera directa. Aunque las exportaciones no resultaron ser un factor clave en el crecimiento económico en el corto plazo, la IED ha jugado un papel fundamental en el desarrollo industrial y en la expansión del mercado global. Además, la globalización ha impactado positivamente el mercado laboral, aunque sus efectos no han sido uniformes en todos los sectores de la economía. Lo anterior sugiere la necesidad de políticas que fomenten la inclusión

Referencias bibliográficas

Steger, M. B. (2003). *Globalization: A very short introduction*. Oxford University Press.

Stiglitz, J. E. (2002). *Globalization and its discontents*. W. W. Norton & Company.



PRÁCTICAS EMPRESARIALES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN SANTA MARTA

Corporate Social Responsibility business practices in Santa Marta

Valentina Garavito Rojas

Estudiante de Negocios Internacionales Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-4957-3111>

Correo electrónico: vgaravito@unimagdalena.edu.co

Sara Leal Caicedo

Estudiante de Negocios Internacionales Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-4384-2790>

Correo electrónico: sleal@unimagdalena.edu.co



Alejandro Moisés Ponce Herrera

Estudiante de Negocios Internacionales
Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-5629-2035>

Correo electrónico: amponce@unimagdalena.edu.co

Resumen

El propósito de la investigación es analizar la implementación y percepción de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) tanto en su entorno interno como en su relación con la sociedad. Se busca comprender los desafíos que enfrentan las organizaciones al adoptar estas prácticas y su influencia en la organización y en los resultados empresariales.

La metodología empleada fue la teoría fundamentada, con un enfoque cualitativo y descriptivo, basada en entrevistas semiestructuradas a cinco empresas destacadas de Santa Marta, pertenecientes a sectores diversos como energía, servicios públicos y agroindustria. Las entrevistas abordaron temas como la integración de la RSE en las operaciones diarias, su impacto en la reputación empresarial, y las estrategias para medir su efectividad. La información obtenida fue analizada y organizada en categorías clave.

Los resultados mostraron que todas las empresas definieron la RSE como una decisión voluntaria y estratégica, con un enfoque en las dimensiones social, ambiental y económica. La implementación de la RSE ha mejorado la reputación de las empresas y fortalecido sus relaciones con los *stakeholders*. Sin embargo, enfrentaron desafíos en dos áreas principales: poca relación con la comunidad y la falta de liquidez para proyectos innovadores. Además, las empresas evaluaron el impacto de sus prácticas mediante indicadores como el Retorno Social de la Inversión y la norma ISO 26000. Se destacó que las pequeñas acciones, cuando son consistentes y bien planificadas, pueden generar un impacto positivo significativo.

Este estudio resalta la integración la RSE en la estrategia empresarial para lograr un desarrollo sostenible y fortalecer la competitividad a largo plazo.

Palabras clave: RSE, grandes empresas, dimensiones y stakeholders

Abstract

The purpose of this study is to analyze how companies implement and perceive Corporate Social Responsibility (CSR) practices both in their internal environment and in their relationship with society. The aim is to understand the challenges that organizations face when adopting these practices and their impact on organizational culture and business results.

The methodology used was grounded theory, with a qualitative and descriptive approach, based on semi-structured interviews with five prominent companies in Santa Marta, belonging to diverse sectors such as energy, public services and agribusiness. The interviews addressed topics such as the integration of CSR in daily operations, its impact

on business reputation, and strategies to measure its effectiveness. The information obtained was analyzed and organized into key categories.

The results showed that all companies defined CSR as a voluntary and strategic decision, with a focus on social, environmental and economic dimensions. The implementation of CSR has improved the reputation of companies and strengthened their relationships with stakeholders. However, they faced challenges in two main areas: lack of community involvement and insufficient financial resources for innovative projects. In addition, companies evaluated the impact of their practices using indicators such as Social Return on Investment (SROI) and ISO 26000. It was highlighted that small actions, when consistent and well planned, can generate a significant positive impact.

This study highlights the importance of integrating CSR into business strategy to achieve sustainable development and strengthen long-term competitiveness.

Keywords: CSR, large companies, dimensions and stakeholders

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un enfoque estratégico que las empresas adoptan de manera voluntaria con el fin de generar un impacto positivo y mitigar los efectos adversos que pueden causar sus actividades operativas. Por lo general sus iniciativas se enfocan primordialmente en dos dimensiones esenciales: la social y la ambiental, ya que estas son las áreas donde sus acciones corporativas tienen una influencia más significativa. A través de la RSE, las empresas pretenden actuar proactivamente, para reducir riesgos y fomentar la sostenibilidad en el largo plazo.

Con este orden de ideas las empresas suelen adoptar un enfoque gradual y escalable para implementar prácticas de RSE, y elegir aquellas que se adapten a sus necesidades y presupuestos. Los beneficios que conlleva la RSE son de naturaleza dual, tanto internos como externos. Respecto a los internos, se refiere a la disminución de presiones entre los trabajadores y la empresa, que genera beneficios externos (Vargas Azuero, 2013).

Esta investigación analizó la adopción y percepción del impacto de las prácticas de RSE por parte de las empresas, tanto en su entorno externo como en su estructura interna. A partir de las entrevistas realizadas, se amplió el concepto de RSE, lo que permitió evidenciar los desafíos que enfrentan las organizaciones al implementar dichas prácticas en diversos niveles y dimensiones.

Asimismo, se indagó en la influencia de la RSE sobre la cultura organizacional y en la manera en que las empresas incorporan estas prácticas en su funcionamiento diario, identificando los cambios estructurales y culturales que resultan de estas decisiones. Además, se profundiza en los métodos mediante las organizaciones miden y sustentan

la efectividad de sus prácticas, considerando directrices de referencia internacionales como la ISO 26000, así como otros indicadores alineados con sus objetivos estratégicos.

Para llevar a cabo la investigación, se realizaron entrevistas a diversas empresas con el fin de conocer cómo planifican e implementan sus prácticas de RSE, y cuáles consideran más efectivas. Estas preguntas estaban diseñadas para responder a los objetivos de la investigación y a profundizar en áreas clave como la responsabilidad social, ambiental, económica e innovación. Tras finalizar las entrevistas, se transcribieron y analizaron las respuestas, identificaron categorías relevantes, que luego fueron codificadas y relacionadas entre sí. Este proceso permitió expandir los conceptos claves y desarrollar conclusiones sobre la percepción y aplicación de la RSE por parte de las empresas.

Revisión de literatura

En el ámbito empresarial, se ha observado un aumento en la adopción de prácticas relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE); sin embargo, se puede evidenciar que muchas compañías aún carecen de comprensión profunda acerca de su significado y relevancia. Según Rochlin (2005), esto conduce a una considerable confusión y desinformación respecto a la verdadera amplitud de la RSE, dado que algunos la perciben como simples actos de buena voluntad. Destacando la falta de un consenso global sobre su definición y la ausencia de una entidad internacional dedicada a su clarificación. Por consiguiente, resulta difícil ofrecer una definición precisa de estas prácticas organizacionales, dado su carácter amplio y multifacético.

En el contexto empresarial del siglo XXI, la falta de comprensión sobre la responsabilidad social empresarial puede tener repercusiones significativas para las organizaciones. Entre estas se destacan los posibles daños a la confianza del cliente y la reputación en el mercado, así como enfrentar dificultades legales y financieras que podrían comprometer la sostenibilidad de la empresa. Además, la falta de conocimiento en este ámbito puede afectar negativamente a los empleados, disminuyendo su compromiso y motivación laboral (Salinas, 2014).

En algunos casos, las actividades operativas o comerciales de algunas organizaciones pueden causar problemas sociales significativos, como la implicación en conflictos civiles y de igual forma una considerable contaminación ambiental, lo que dificulta la adopción de estrategias y el desarrollo regular de sus operaciones. No obstante, esta situación no se resuelve con la rapidez deseada, ya que muchas empresas aún no se tiene una comprensión integral de lo que implica la Responsabilidad Social (Salinas, 2014).

La implementación de la RSE puede generar beneficios para las compañías; Sin embargo, su ejecución es compleja, variando según el tipo de empresa y sus actividades económicas. A menudo, las empresas enfrentan dificultades para contrarrestar los daños y carecen de garantías de éxito. Según Porter y Kramer (2011), aunque la RSE

puede crear valor compartido, algunas compañías la consideran meramente filantrópica en lugar de abordarla de manera estratégica, lo que conlleva a limitar su integración efectiva en sus modelos de negocio.

La transición de una empresa hacia la RSE debe ser rentable para garantizar su sostenibilidad a largo plazo (Friedman, 1970). Si una compañía comienza a implementar prácticas de RSE como parte de su rutina diaria, estableciendo relaciones con diversos actores, estas prácticas deben generar valor en términos de rendimiento corporativo a largo plazo. Así, se asegura que quienes toman decisiones deseen continuar en esa dirección, pese a los costos iniciales de implementación que conllevan estas prácticas a corto plazo.

Para que la RSE sea efectiva, es necesario contar con un plan de acción claro y definido que promueva la colaboración entre todas las áreas de la empresa hacia objetivos comunes. Sin embargo, no será posible si no se transforma la cultura organizacional y la mentalidad de los líderes empresariales, para así facilitar la adopción de la RSE. En este sentido, para tener éxito Medina (2006) sostiene que la RSE debe formar parte intrínseca de la organización, integrándose plenamente en su misión y visión para lograr un impacto significativo y sostenible

Por último, la evaluación del impacto de la RSE presenta múltiples desafíos, debido a la complejidad de factores que dificulta su cuantificación y la identificación de resultados concretos de su impacto. La medición del impacto adquiere una relevancia significativa, ya que permite a las empresas valorar la efectividad de sus prácticas y determinar si estas se están alcanzando los resultados propuestos. Asimismo, proporciona información valiosa para la optimización y mejora continua de las estrategias de RSE, contribuyendo así a su mayor eficacia.

Metodología

Esta investigación, basada en un enfoque cualitativo y descriptivo, se centró en cómo las empresas planifican y llevan a cabo sus prácticas de RSE. Mediante la teoría fundamentada, se buscó identificar las actividades y los factores claves que influyen en su implementación. La metodología permitió establecer conexiones entre diferentes aspectos de la RSE, ofreciendo una comprensión más amplia de cómo las empresas integran estas estrategias.

La información se recopiló de destacadas empresas en Santa Marta que habían presentado informes sobre sus prácticas de RSE. A través de entrevistas semiestructuradas, se abordaron aspectos como la incorporación de la RSE en las operaciones diarias, su contribución a la reputación y relaciones con los stakeholders, así como las estrategias utilizadas para divulgar sus acciones, y los métodos que utilizan para medir la efectividad de estas prácticas.

Se llevaron a cabo cinco entrevistas con empresas de diversos sectores, incluyendo a los grupos empresariales Daabon y Argos; así como ATESA (servicios públicos de aseo), ESSMAR, responsable (servicios públicos en Santa Marta); y TRANSELCA, del Grupo ISA, especializada en transporte de energía eléctrica en alta tensión. Este enfoque proporcionó una visión integral de las estrategias de planificación y ejecución de la RSE en diversas actividades económicas.

Resultados

Las entrevistas a las empresas revelaron que todas definen la RSE como una decisión voluntaria, no solo como una acción aislada, sino como un modelo de negocio. Coinciden en que la RSE representa un aporte positivo para la sociedad. Aunque cada empresa adoptó un enfoque específico, todas abarcaron las dimensiones esenciales de la RSE: social, ambiental y económica, además de mencionar áreas adicionales como la operativa e innovación.

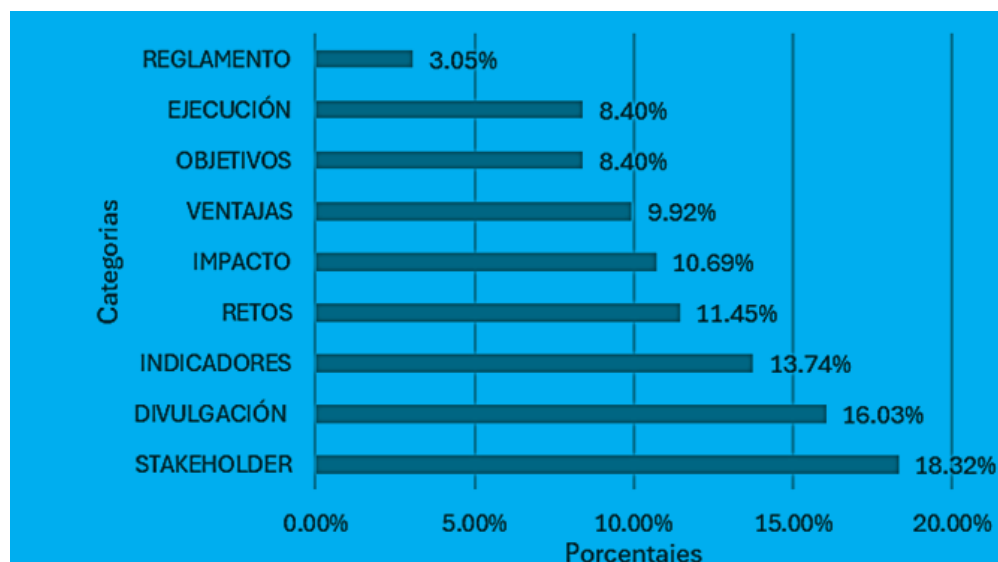
Las entidades que reconocen la relevancia de la RSE la incorporan en su misión y visión, centrándose en mejorar la calidad de vida de las comunidades y sus trabajadores. Este enfoque es especialmente relevante para las empresas de servicios, que establecen vínculos directos con las comunidades como parte de sus metas estratégicas. Para ello, implementan estrategias de divulgación, tales como informes de sostenibilidad y el uso de redes sociales, garantizando la participación de los stakeholders, tanto internos como externos, y fomentando el bienestar colectivo.

Las empresas enfrentan dos retos principales al implementar la RSE. El primer desafío es social, ya que muchas veces la comunidad no se involucra lo suficiente, lo que dificulta la ejecución adecuada de las iniciativas. El segundo es económico, ya que, aunque la RSE contribuye a mejorar la imagen de la empresa, los recursos financieros destinados no siempre son adecuados, lo que exige que las prácticas sean sostenibles financieramente. Este desafío se intensifica cuando las iniciativas requieren de innovación y tecnología, debido a los elevados costos que implican a corto plazo.

La implementación de prácticas RSE impactan positivamente a las empresas, mejorando su reputación y posicionamiento frente a la sociedad y a las autoridades en cuestiones de sostenibilidad. Además, fortalece sus procesos internos al adaptarse a las necesidades del entorno. En sectores comerciales, estas iniciativas incrementan la competitividad en mercados saturados, generando confianza, especialmente en aquellas empresas con un alto impacto ambiental. De igual forma, facilita la expansión a nuevas áreas y el ingreso a mercados desafiantes. Se determinó que las empresas evaluaban la efectividad de sus políticas y prácticas de RSE mediante indicadores clave como el Retorno Social de la Inversión (SROI), los ODS, y los estándares GRI. Asimismo, las empresas también señalaron la utilización de guías como los KPI y la norma ISO 26000 para gestionar estas iniciativas. Algunas desarrollan directrices internas y llevan a

cabo auditorías externas para validar sus informes. Además, se destacó la importancia del monitoreo constante del impacto social, ambiental y económico para ajustar las estrategias en función de los resultados obtenidos.

Figura 1. Factores de la RSE



Fuente: elaboración propia con base en los datos de las entrevistas.

Teoría de la RSE en el contexto empresarial en Santa Marta

La RSE se define como un conjunto de estrategias integrales y voluntarias que las organizaciones adoptan para fomentar el desarrollo sostenible y crear valor compartido; en la figura 1 se notan los principales factores de la responsabilidad social encontrados en Santa Marta. Esta perspectiva argumenta que, además de buscar la maximización de los beneficios económicos, las empresas deben tener en cuenta su efecto social y ambiental. Al incorporar prácticas responsables como modelo de negocio, las entidades no solo apoyan el bienestar de la comunidad y del entorno, sino que también mejoran su reputación y establecen vínculos más sólidos con sus grupos de interés.

El enfoque del valor compartido sugiere que las empresas y la sociedad pueden obtener beneficios mutuos. Mediante la colaboración y el compromiso con la comunidad, las organizaciones pueden descubrir oportunidades que, a largo plazo, se convierten en innovaciones y ventajas competitivas. Este modelo fomenta la noción de que el éxito empresarial está interconectado con la salud social y ambiental, generando un ciclo positivo donde las acciones responsables producen beneficios tanto para la empresa

como para los stakeholders. En consecuencia, la RSE se establece como una estrategia clave para un desarrollo sostenible y justo.

Figura 2. Matriz de las categorías de RSE



Fuente: Realizada por el autor con base en los datos de las entrevistas.

Discusión

La adopción de la RSE, lejos de ser una tarea compleja, ha demostrado ser más accesible de lo inicialmente previsto. Aunque inicialmente se creía que los altos costos financieros serían una de las principales barreras, un gran porcentaje de las empresas han implementado estas prácticas de sostenibles, tanto en la dimensión social como en la económica. De acuerdo con la información recopilada, se evidenció una disposición voluntaria por parte de las organizaciones para realizar acciones de RSE.

De igual forma, se ha descubierto que no es necesario desarrollar grandes iniciativas para generar un impacto significativo en las comunidades. De hecho, pequeñas acciones

bien planificadas, pueden lograr grandes cambios. Esto destaca que la clave radica en el compromiso y la consistencia de las empresas, más que en realizar grandes inversiones económicas. En consecuencia, la implementación efectiva de la RSE depende más de la alineación estratégica y la ejecución constante de los recursos financieros destinado a estas iniciativas.

La RSE ha evolucionado significativamente en el ámbito corporativo, que ha trascendido su concepción inicial de ser considerada una actividad marginal y carente de relevancia estratégica justificando la inexistencia de un departamento independiente. Sin embargo, en la práctica, se ha convertido en un pilar fundamental de muchas organizaciones hasta el punto de optar por integrar la RSE en su modelo de negocio, reconociendo que las iniciativas sociales y ambientales tienen la misma relevancia que sus actividades económicas y operativas principales. Este cambio contrasta con la percepción predominante en la literatura, donde la RSE a menudo es vista como una obligación o como una estrategia de “lavado de imagen” diseñada para mejorar la reputación pública o asegurar beneficios económicos. La adopción de la RSE refleja un cambio en la mentalidad empresarial, donde se reconoce su impacto positivo en la sostenibilidad y en la competitividad a largo plazo.

No obstante, las organizaciones que adoptaron voluntariamente estas prácticas han logrado integrarlas como un componente esencial de su funcionamiento. Estas estrategias se han transformado en acciones vitales para la empresa, orientadas a generar un impacto positivo en la sociedad y en las comunidades en las que operan. Al hacerlo, contribuyen con la creación de una mejor calidad de vida y crea entornos más seguros en sus áreas de influencia. Además, dichas actividades repercuten de forma considerable en la reputación e imagen corporativa ante los distintos stakeholders, generando un valor agregado común que beneficia a la empresa y a la sociedad.

En relación con los desafíos, las empresas de servicios públicos indicaron que su mayor obstáculo no es de índole económica, sino la falta de cultura ciudadana. Al trabajar directamente con la comunidad, enfrentan dificultades debido a la respuesta inadecuada de la población ante las iniciativas propuestas. Este hallazgo contrasta con la percepción inicial de que los obstáculos financieros serían los más significativos. El verdadero reto radica en educar y comprometer a la comunidad, de modo que las iniciativas de RSE puedan ser efectivas y sostenibles en el tiempo.

Por otra parte, la dimensión de innovación en la RSE, aunque relevante, ha sido escasamente explorada. Solo una de las cinco empresas entrevistadas mencionó este aspecto en sus prácticas, lo que sugiere que la innovación tiene una baja implementación. Esto podría deberse a la dificultad de comunicar y visibilizar sus beneficios ante las comunidades y *stakeholders*. Aunque algunas empresas están haciendo esfuerzos significativos en este campo, la falta de reconocimiento externo limita su impacto, lo que pone de relieve la necesidad de difundir más ampliamente esta dimensión de la RSE y de educar a los públicos sobre su importancia.

Conclusiones

La investigación ha destacado la creciente importancia que las organizaciones y la sociedad le atribuye a las iniciativas de RSE. A través de la implementación de estas prácticas, se ha observado una evolución que contrasta con lo que se ha planteado en la literatura de años anteriores. La RSE no es una obligación, sino una inversión voluntaria que genera valor social. Este conjunto de estrategias se integra en sus actividades diarias orientadas hacia una sostenibilidad a largo plazo, reconociendo que, además de ser un deber ético, la RSE es fundamental para el crecimiento y la reputación de la empresa.

También se observó que la RSE es una responsabilidad compartida que involucra a todos los stakeholders promoviendo alianzas entre organizaciones, grupos empresariales y entidades gubernamentales, fortaleciendo la expansión de estas prácticas a nivel nacional logrando con estos esfuerzos una mayor cohesión social, mejor calidad de vida y el desarrollo de programas para el beneficio común.

Aunque se han logrado avances en sostenibilidad, las empresas coinciden en que es crucial seguir innovando y buscando nuevas formas de impactar positivamente a la sociedad. En un contexto de cambios globales y desafíos emergentes, la adopción de nuevas tecnologías se vuelve esencial para ir más allá de las prácticas convencionales y hacer frente a las demandas de un entorno en constante evolución.

La investigación demuestra que la RSE se ha consolidado como una estrategia clave para las empresas, no solo como una acción voluntaria, sino como un modelo integral que mejora la competitividad, la reputación y las relaciones con *los stakeholders*. Las empresas que implementan la RSE de manera efectiva logran un impacto positivo en la sociedad y en su estructura interna, contribuyendo a la sostenibilidad y a la mejora de las comunidades donde operan. Sin embargo, los desafíos persistentes, como la falta de participación comunitaria y la insuficiencia de recursos para proyectos innovadores, evidencian la necesidad de un enfoque más inclusivo y una mayor colaboración con los diversos actores sociales y económicos. Además, la medición continua del impacto de la RSE es crucial para ajustar estrategias y garantizar su efectividad. La adopción de la RSE, al integrarse plenamente en la organización y en los objetivos estratégicos de las empresas, se presenta como una herramienta fundamental para alcanzar una sostenibilidad duradera y generar valor compartido.

Referencias bibliográficas

- Friedman, M. (1970, septiembre 13). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*. <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>
- Medina, L. M. (2006). La responsabilidad social de la empresa. En: L. M. Medina, (Ed.). *X Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas A.C. (ACACIA)*. Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Porter, M. E., y Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>
- Rochlin, S. (Ed.). (2005). *Llevar la responsabilidad corporativa al ADN de su empresa*. *Harvard Review*, 83(8), 31-38.
- Salinas Lapa, L. R. (2014). *La responsabilidad social empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú*. Universidad San Martín de Porres. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/1135>
- Vargas Azuero, N. A. (2013). *Diagnóstico de sostenibilidad para valorar la gestión de responsabilidad social (RSE) en las PYMES del distrito metropolitano de Quito sub-sector C1070-C1080: Elaboración de productos alimenticios*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10398>

¿CÓMO AFECTA EL LIDERAZGO EN LAS PYMES?

How does leadership affect SMEs?

Andy Villian

Estudiante de Negocios Internacionales, Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-9332-1091>

Correo electrónico: andyvillianm@unimagdalena.edu.co

Fabiola Finol

Estudiante de Negocios Internacionales, Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-0853-4619>

Correo electrónico: ffinol@unimagdalena.edu.co

Camilo Clemente

Estudiante de Negocios Internacionales, Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-8590-2512>

Correo electrónico: cclemente@unimagdalena.edu.co



Aluna Bolaño

Estudiante de Negocios Internacionales,
Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-9955-9282>

Correo electrónico: albolanof@unimagdalena.edu.co

El propósito de este estudio es explorar cómo el estilo de liderazgo impacta el rendimiento de las PYMES, con un enfoque en las prácticas de liderazgo transformacional y transaccional. La hipótesis sugiere que un liderazgo transformacional puede generar un entorno laboral más motivador, mientras que el estilo transaccional contribuye a la eficiencia operativa. La investigación se basa en un enfoque cualitativo y fenomenológico, utilizando entrevistas semiestructuradas con 30 líderes y empleados de PYMES, para comprender las percepciones subjetivas sobre el liderazgo.

La metodología adoptada incluye un paradigma deductivo y un enfoque interpretativo para examinar cómo las dinámicas de liderazgo afectan aspectos clave como desempeño empresarial, cultura organizacional, gestión del talento, innovación, ética y sostenibilidad. Los resultados indican que un liderazgo efectivo, con comunicación clara y metas definidas, mejora el desempeño y la eficiencia operativa. Un liderazgo transformacional que fomenta la consideración individualizada y la estimulación intelectual contribuye a una cultura organizacional positiva, en la que los empleados se sienten motivados y comprometidos. Además, los líderes éticos que promueven la participación en la toma de decisiones y fomentan la innovación ayudan a las empresas a adaptarse y prosperar en un entorno cambiante.

En cuanto a la gestión del talento, los líderes participativos y éticos logran una mayor satisfacción y menor rotación. La investigación resalta la importancia de desarrollar habilidades de liderazgo que integren principios éticos y participativos para asegurar la sostenibilidad de las PYMES. En conclusión, el estudio subraya que invertir en el desarrollo de habilidades de liderazgo es esencial para mejorar tanto el rendimiento de las empresas como el bienestar de sus empleados, contribuyendo a una cultura organizacional más saludable y productiva.

Palabras clave: liderazgo, PYMES, desempeño empresarial, cultura organizacional y gestión del talento.

Abstract

The purpose of this study is to explore how leadership style impacts the performance of small and medium-sized enterprises (SMEs), with a focus on transformational and transactional leadership practices. The hypothesis suggests that transformational leadership can generate a more motivating work environment, while transactional style contributes to operational efficiency. The research is based on a qualitative and phenomenological approach, using semi-structured interviews with 30 SME leaders and employees, to gain an in-depth understanding of subjective perceptions about leadership.

The methodology adopted includes a deductive paradigm and an interpretive approach to examine how leadership dynamics affect key aspects such as business performance, organizational culture, talent management, innovation, ethics and sustainability. The

results indicate that effective leadership, with clear communication and defined goals, improves performance and operational efficiency. Transformational leadership that fosters individualized consideration and intellectual stimulation contributes to a positive organizational culture, in which employees feel motivated and engaged. Furthermore, ethical leaders who promote active participation in decision-making and foster innovation help companies adapt and thrive in a changing environment.

In terms of talent management, participative and ethical leaders achieve higher satisfaction and lower turnover. The research highlights the importance of developing leadership skills that integrate ethical and participative principles to ensure the long-term sustainability of SMEs. In conclusion, the study underlines that investing in the development of leadership skills is essential to improve both the performance of companies and the well-being of their employees, contributing to a healthier and more productive organizational culture.

Keywords: Leadership, SMEs, Business performance, Organizational culture and Talent management

Introducción

Las PYMES representan una parte crucial de la economía; las cuales contribuyen al empleo y la innovación. Sin embargo, muchos enfrentan desafíos que amenazan su sostenibilidad y crecimiento. Uno de los mayores problemas son la falta de habilidades de liderazgo efectivas, lo que puede resultar en una gestión ineficaz, baja moral entre los empleados y una falta de dirección estratégica.

El liderazgo es un tema principal para el éxito organizacional. Según Noriega (2008) y Almirón et al. (2015), plantean que el concepto de liderazgo puede abordarse desde dos perspectivas: los atributos personales del líder y su función dentro de la organización. Sin embargo, el enfoque más estudiado es el segundo, ya que se considera que puede generar mayores beneficios pragmáticos para el negocio. La literatura sugiere que el liderazgo eficaz no solo se basa en habilidades innatas, sino también en comportamientos aprendidos y prácticas cultivadas a lo largo del tiempo (Bennis y Nanus, 1985).

Este estudio busca identificar las características del liderazgo que impactan positivamente en el rendimiento de las PYMES. Se plantea la hipótesis de que un estilo de liderazgo transformacional puede fomentar un ambiente laboral más motivador y productivo, mientras que un enfoque transaccional puede ser útil para mantener la estructura y eficiencia operativa. Para lograr esto, se plantean preguntas clave sobre la relación entre el estilo de liderazgo y el desempeño organizacional.

Revisión de la literatura

La literatura sobre liderazgo en PYMES ha sido extensa, con varios autores explorando sus diversas dimensiones. Lupano y Castro (2008) enfatizan que el liderazgo es un proceso influyente entre líderes y seguidores, donde se establece una conexión emocional que promueve el compromiso. Montañez (2015) señala que el liderazgo implica generar interés, responsabilidad y dedicación en los individuos para contribuir al cumplimiento de los objetivos empresariales.

El liderazgo transformacional lleva a inspirar cambios significativos en los seguidores y en la organización (Varela, 2010). Este estilo fomenta la innovación y la creatividad, mientras que el liderazgo transaccional se basa en intercambios claros entre líderes y seguidores, ofreciendo recompensas por el cumplimiento de objetivos (Pons y Ramos, 2012). Ambos estilos tienen sus ventajas; Sin embargo, su efectividad puede variar según el contexto organizacional.

Un aspecto crítico del liderazgo es su impacto en la salud mental y emocional de los empleados. Acosta et al., (2021) destacan cómo un mal liderazgo puede conducir a la desconfianza ya un ambiente laboral tóxico, afectando directamente la productividad. Por lo tanto, es esencial que los líderes sean conscientes de su influencia sobre sus equipos.

Además, se ha documentado que un buen liderazgo puede mejorar no solo el rendimiento empresarial sino también la salud mental y emocional de los empleados (Acosta et al., 2021). La falta de habilidades de liderazgo puede llevar a desconfianza, baja moral y un ambiente laboral tóxico, lo cual afecta directamente la productividad.

Métodos

El trabajo investigativo propone un enfoque interpretativo para analizar el impacto del liderazgo en las PYMES, utilizando un paradigma deductivo que se basa en teorías sólidas sobre la relación entre liderazgo y cultura organizacional. Se empleará un enfoque cualitativo, permitiendo una comprensión profunda de las experiencias de líderes y empleados. La investigación será fenomenológica, centrada en las percepciones subjetivas del liderazgo, y se enfocará en dueños y empleados de PYMES. Se explorarán dos modalidades de liderazgo: transformacional y transaccional, identificando categorías clave que afectan la eficiencia operativa. Se realizarán al menos 30 entrevistas semiestructuradas para obtener datos significativos, grabando y transcribiendo las respuestas para un análisis detallado.

Resultados

A lo largo de la investigación realizada, se ha podido establecer que el liderazgo en las PYMES juega un papel crucial en múltiples aspectos que afectan su desempeño empresarial, la cultura organizacional, la gestión del talento, la innovación, la ética y la sostenibilidad. Los hallazgos obtenidos a partir de las entrevistas con 30 jefes y empleados proporcionan una visión profunda de cómo las dinámicas de liderazgo influyen en estos elementos clave.

Desempeño empresarial: los resultados sugieren que un liderazgo efectivo, caracterizado por la claridad en la comunicación de roles y responsabilidades, promueve un alto desempeño en las PYMES. Los líderes que establecen objetivos claros y motivan a sus equipos a alcanzar altos estándares contribuyen significativamente a la eficiencia operativa y al logro de resultados empresariales positivos. La relación directa entre liderazgo y eficiencia operativa resalta la necesidad de líderes que no solo supervisen, sino que también inspiren.

Cultura organizacional: se observó que un enfoque de liderazgo transformacional, que prioriza la consideración individualizada y la estimulación intelectual, fomenta una cultura organizacional positiva. Las empresas que implementan prácticas de **liderazgo** que valoran la voz de los empleados y promueven un entorno de aprendizaje continuo tienden a tener una cultura más inclusiva y colaborativa. Esto se traduce en un ambiente de trabajo donde los empleados se sienten motivados y comprometidos.

Gestión del talento: la investigación evidencia que los líderes que adoptan un enfoque participativo y ético en la gestión del talento son más efectivos para atraer y retener a los empleados. La consideración individualizada y el reconocimiento de los logros contribuyen a la satisfacción laboral y al desarrollo de una fuerza laboral más competente y comprometida. Las PYMES que promueven el crecimiento profesional y personal de sus empleados tienden a experimentar una menor rotación y un mayor nivel de dedicación.

Innovación: un liderazgo que fomenta la comunicación abierta y la flexibilidad crea un espacio propicio para la innovación. Las PYMES que incentivan a sus empleados a compartir ideas y a participar en la toma de decisiones son más propensas a desarrollar soluciones creativas y a adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio. Esto destaca la importancia de un liderazgo que no solo administre, sino que también impulse la innovación como un componente fundamental del crecimiento empresarial.

Ética y sostenibilidad: la investigación indica que un liderazgo ético es esencial para la sostenibilidad a largo plazo de las PYMES. Los líderes que promueven prácticas empresariales responsables y sostenibles no solo construyen una reputación positiva para sus empresas, sino que también contribuyen al bienestar de la comunidad y del

medio ambiente. Esto resalta la necesidad de desarrollar habilidades de liderazgo que integren la ética en la toma de decisiones y en la cultura organizacional.

Importancia del desarrollo de habilidades de liderazgo

En conclusión, los resultados de esta investigación subrayan la importancia de desarrollar habilidades de liderazgo en las PYMES. Promover un enfoque participativo y ético en el liderazgo no solo beneficia a la organización en términos de desempeño y cultura, sino que también contribuye a un entorno laboral más saludable y a una sociedad más responsable. A medida que las PYMES se enfrentan a desafíos en un mundo empresarial dinámico, invertir en el desarrollo de líderes capacitados que adopten un enfoque ético y participativo será fundamental para asegurar su éxito y sostenibilidad a largo plazo.

Discusión

La investigación sobre liderazgo en las PYMES ha revelado hallazgos significativos que se alinean y contrastan con estudios previos en diferentes contextos. En primer lugar, la relación entre liderazgo y eficiencia operativa se ha destacado como un factor crucial. En nuestra investigación, se observó que la claridad de roles y responsabilidades, así como el cumplimiento de normas, son esenciales para la motivación y el compromiso de los empleados. Este hallazgo coincide con estudios anteriores que también enfatizan la importancia de un liderazgo claro y estructurado en la mejora del rendimiento organizacional. Por ejemplo, investigaciones en contextos similares han demostrado que la falta de claridad en las expectativas puede llevar a la confusión y a una disminución en la productividad.

Un aspecto notable de nuestra investigación fue la alta mención de la estimulación intelectual y la consideración individualizada como características del liderazgo transformacional. Este hallazgo se alinea con estudios previos que sugieren que los líderes que fomentan un ambiente de aprendizaje y que consideran las necesidades individuales de sus colaboradores tienden a generar un mayor compromiso y satisfacción laboral. En contraste, algunas investigaciones han señalado que un enfoque excesivamente autoritario puede resultar en una disminución de la moral y la creatividad en el lugar de trabajo, lo que también se reflejó en nuestros resultados.

Además, el empoderamiento de los empleados fue identificado como un elemento clave en nuestra investigación, con un 20% de los entrevistados destacando su importancia. Este resultado es consistente con la literatura existente que sugiere que el empoderamiento no solo mejora la satisfacción laboral, sino que también promueve

un sentido de pertenencia y responsabilidad entre los colaboradores. Sin embargo, es importante señalar que, aunque el empoderamiento es valorado, su implementación efectiva puede variar significativamente entre diferentes culturas organizacionales y contextos geográficos. Por ejemplo, en algunas regiones, la jerarquía y el control pueden ser más prevalentes, lo que dificulta la adopción de prácticas de empoderamiento.

En cuanto a la comunicación interna, nuestros hallazgos sugieren que la falta de una cultura organizacional participativa puede obstaculizar el desempeño y la sostenibilidad de las PYMES. Este resultado es coherente con investigaciones anteriores que han encontrado que una comunicación deficiente puede llevar a malentendidos y conflictos, afectando negativamente la moral del equipo. Sin embargo, a diferencia de algunos estudios que sugieren que la comunicación unidireccional puede ser suficiente en ciertas circunstancias, nuestros resultados indican que la comunicación bidireccional y el *feedback* son esenciales para el desarrollo de un ambiente de trabajo saludable y productivo.

Por otro lado, la formación en habilidades de liderazgo y comunicación fue identificada como una necesidad crítica en nuestra investigación. Este hallazgo resuena con estudios previos que han demostrado que la capacitación en liderazgo puede mejorar significativamente las **competencias de los líderes, lo que a su vez impacta** positivamente en la cultura organizacional y el rendimiento de la empresa. Sin embargo, la falta de acceso a programas de capacitación sigue siendo un desafío en muchas PYMES, lo que puede limitar su crecimiento y sostenibilidad.

Finalmente, la promoción de una cultura de aprendizaje continuo fue un tema recurrente en nuestras entrevistas, donde se destacó la importancia de aprender de los errores y convertir las fallas en oportunidades de mejora. Este enfoque es respaldado por la literatura que sugiere que las organizaciones que fomentan una mentalidad de crecimiento tienden a ser más innovadoras y resilientes. Sin embargo, la implementación de esta cultura puede ser un desafío, especialmente en entornos donde el miedo al fracaso prevalece.

En conclusión, aunque nuestros hallazgos son consistentes con la literatura existente, también destacan la necesidad de adaptar las prácticas de liderazgo a las realidades específicas de las PYMES en Santa Marta. La implementación de estrategias que fortalezcan la comunicación, el empoderamiento y la formación en liderazgo puede ser clave para mejorar la eficiencia operativa y la cultura organizacional en este contexto.

Conclusiones

La investigación sugiere que, si bien las PYMES han hecho avances significativos en la comunicación interna y externa a través del liderazgo transformacional, todavía hay áreas de mejora. La implementación de las estrategias propuestas puede fortalecer la

comunicación y, en consecuencia, mejorar la eficiencia operativa y la cultura organizacional de estas empresas.

La investigación subraya la relevancia del liderazgo en el desempeño de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), destacando cómo distintos estilos de liderazgo, como el transformacional y el transaccional, influyen en áreas clave como la cultura organizacional, la gestión del talento, la innovación y la sostenibilidad. Los hallazgos sugieren que un liderazgo claro, ético y participativo promueve una mayor motivación, satisfacción laboral y un entorno de trabajo más saludable, lo que, a su vez, mejora la eficiencia operativa y fomenta el crecimiento empresarial.

Específicamente, el liderazgo transformacional se destaca por su capacidad de inspirar a los empleados, fomentando una cultura de aprendizaje y colaboración que favorece la innovación y la retención del talento. Por otro lado, un enfoque transaccional puede ser beneficioso para mantener la estructura y eficiencia dentro de la organización. La investigación también resalta la importancia de desarrollar habilidades de liderazgo en las PYMES, a través de capacitación y formación, para asegurar que los líderes sean capaces de adaptarse a los desafíos del entorno dinámico y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de sus empresas. Por lo tanto, invertir en el fortalecimiento de las competencias de liderazgo en las PYMES es esencial para mejorar su competitividad y éxito en el mercado.

Referencias bibliográficas

- Acosta, S., Osorio, S., y Giraldo, R. (2021). Propuesta de intervención de los estilos de liderazgo de los cargos administrativos de las tiendas Adidas puerta del norte y de san diego en los municipios Bello y Medellín. Monografía. Opción de grado. Diplomado Psicología Organizacional. CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS-UNIMINUTO. <https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/33b2b81a-5433-4943-a3aa-0f9817562ada/content>
- Almirón, V., Tikhomirova, A., Trejo, A. y García, J. (2015). Liderazgo transaccional vs Liderazgo transformacional. *REIDOCREA*, 4(4), 24-27. <https://www.ugr.es/~reidocrea/ReiDoCrea-Vol.4-Art.4-Almiron.pdf>
- Bennis, W y Nanus, B. (1985). Lideres. Las cuatro claves del liderazgo eficaz. Traducción en español: Enrique Hoyos. Editorial Norma SA. <https://sab0fe1fcff4124e9.jimcontent.com/download/version/1345527235/module/5706160919/name/WARREN%20Bennis%20-%20Lideres.%20Las%20cuatro%20claves%20del%20liderazgo%20eficaz.pdf>

- Lupano, M., y Castro, A. (2008). Estudios sobre el liderazgo: Teorías y evaluación. *Psico-debate 6: Psicología, Cultura y Sociedad*, 8, 107-122. <http://www.palermo.edu/cienciassociales/publicaciones/pdf/Psico6/6Psico%2008.pdf>
- Montañez, G. (2015). Hacia el perfil del Liderazgo Responsable Empresarial. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 4 (7), 136-148. <https://www.ricea.org.mx/index.php/ricea/article/view/44/129>
- Noriega, M. (2008). La importancia del liderazgo en las organizaciones. *Temas de Ciencia y Tecnología*, 12(36), 25-29.
- Pons, F., y Ramos, J. (2012). Influencia de los estilos de liderazgo y las prácticas de gestión de RRHH sobre el clima organizacional de innovación. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 28(2), 81-98. <https://dx.doi.org/10.5093/tr2012a7>
- Varela, H. (2010) Liderazgo transaccional vs Liderazgo Transformacional. Blog: Pensamiento Imaginativo. <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/785903/Tabla-comparativa-LiderazgoTransaccional-vs-Liderazgo-Transforzgo-Transformacional.html>

TRANSFORMACIÓN DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES DEBIDO A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

Transformation of international business due to information technology



Laura Pabón Fabian

Estudiante de Negocios Internacionales
Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-1181-7803>

Correo electrónico: lvpabon@unimagdalena.edu.co

Resumen

El propósito de este estudio es analizar cómo las tecnologías de la información (TI) han transformado los modelos de negocio internacionales, facilitando la gestión de la cadena de suministro, la expansión de mercados y la comunicación entre equipos globales. La investigación se enfoca en identificar los beneficios y desafíos asociados con la automatización, digitalización y plataformas colaborativas, con el fin de proporcionar un marco comprensivo para entender el impacto de las TI en los negocios internacionales.

Para llevar a cabo este análisis, se empleó un enfoque fenomenológico cualitativo. Se realizaron entrevistas semiestructuradas con 50 líderes empresariales de sectores como el comercio electrónico, manufactura y servicios en Santa Marta. El análisis de las entrevistas se realizó mediante técnicas de codificación temática, con el objetivo de identificar patrones y tendencias en la implementación de TI.

Los resultados muestran que las empresas han optimizado sus cadenas de suministro mediante el uso de TI, mejorando la logística, la comunicación y la toma de decisiones estratégicas. Empresas como UPS y Drummond han logrado reducir costos y tiempos operativos, mientras que otras, como Terpel y Hotel Solutions, han mejorado su capacidad de respuesta mediante el análisis de datos en tiempo real. Sin embargo, la implementación de TI presenta desafíos, como la capacitación del personal y la integración de sistemas, que las empresas deben superar para maximizar los beneficios. Además, la creciente dependencia de plataformas digitales ha incrementado la necesidad de medidas de ciberseguridad robustas, especialmente en empresas como Ford y Grupo Aval.

Aunque la implementación de TI en los negocios internacionales presenta retos, las ventajas en términos de eficiencia operativa, toma de decisiones y colaboración global superan estos obstáculos, permitiendo a las empresas competir de manera más efectiva en el mercado global.

Palabras clave: tecnologías de la información (TI), globalización, cadena de suministro, automatización y ciberseguridad

Abstract

The purpose of this study is to analyze how information technology (IT) has transformed international business models, facilitating supply chain management, market expansion, and communication between global teams. The research focuses on identifying the benefits and challenges associated with automation, digitalization, and collaborative platforms, to provide a comprehensive framework for understanding the impact of IT on international business.

To carry out this analysis, a qualitative phenomenological approach was used. Semi-structured interviews were conducted with 50 business leaders from sectors such as e-commerce, manufacturing, and services in Santa Marta. The analysis of the interviews was carried out using thematic coding techniques, with the aim of identifying patterns and trends in IT implementation.

The results show that companies have optimized their supply chains using IT, improving logistics, communication, and strategic decision-making. Companies such as UPS and Drummond have managed to reduce costs and operating times, while others, such as Terpel and Hotel Solutions, have improved their responsiveness through real-time data analysis. However, IT implementation presents challenges, such as staff training and systems integration, which companies must overcome to maximize benefits. In addition, the growing reliance on digital platforms has increased the need for robust cybersecurity measures, especially in companies such as Ford and Grupo Aval.

Although IT implementation in international business presents challenges, the advantages in terms of operational efficiency, decision-making and global collaboration outweigh these obstacles, allowing companies to compete more effectively in the global marketplace.

Keywords: Information Technology (IT), Globalization, Supply Chain, Automation and Cybersecurity

Introducción

La globalización ha revolucionado el entorno empresarial, creando tanto oportunidades como desafíos para las organizaciones que buscan expandir sus operaciones a nivel internacional. Estas tecnologías, que abarcan desde la automatización de procesos hasta el análisis de datos, han redefinido la forma en que las empresas operan, comunicándose de manera más eficiente y accediendo a nuevos mercados (Vásquez, 2025). La globalización, facilitada por las TI, ha permitido que las empresas superen las barreras geográficas y logren una mayor competitividad. Los sistemas y la inteligencia artificial son utilizados para automatizar procesos productivos, inventarios y pedidos (Vásquez, 2025).

En este estudio se aborda la investigación de cómo las TI han transformado los modelos de negocio internacionales, facilitando la gestión de la cadena de suministro, la expansión de mercados y la comunicación entre equipos globales. A pesar de los avances, las empresas aún enfrentan barreras logísticas, culturales y tecnológicas que deben superar para maximizar los beneficios de las TI (Galicia y Ríos, 2023). El propósito de este estudio es analizar estos desafíos y presentar un marco comprensivo para entender el impacto de las TI en el ámbito global.

Se propone analizar los desafíos y beneficios de la automatización, la digitalización y las plataformas colaborativas en el ámbito internacional. Se centra que los hallazgos contribuyan a una mejor comprensión de cómo las empresas pueden aprovechar las TI para mejorar su rendimiento en un mercado global en constante evolución (Barreto et al., 2017; Galicia y Ríos 2023 y Vásquez 2025). Al finalizar, se espera proporcionar una visión clara de las tendencias emergentes y los beneficios concretos que las TI aportan a los negocios globales facilitando la gestión de la cadena de suministro y la comunicación entre equipos globales, a pesar de las barreras logísticas, culturales y tecnológicas que deben superarse.

Revisión de literatura

Las tecnologías de la información han sido ampliamente estudiadas en relación con su impacto en los negocios internacionales. Según Porter (1985), las TI son cruciales para que las empresas desarrollen estrategias competitivas, mejorando la eficiencia operativa y facilitando la innovación. Brynjolfsson y McAfee (2014) sostienen que la digitalización y automatización de procesos han transformado radicalmente la manera en que las organizaciones operan, permitiendo una mejor gestión de la cadena de suministro y una mayor capacidad de respuesta ante cambios en la demanda del mercado.

Davenport y Harris (2007) enfatizan la importancia del análisis de datos en la toma de decisiones estratégicas. Las empresas que utilizan herramientas de análisis predictivo pueden anticiparse a las tendencias del mercado y ajustar sus estrategias en consecuencia. Esto se alinea con Chopra y Meindl (2012), quienes destacan que la integración de tecnologías de comunicación mejora la colaboración entre equipos geográficamente dispersos, esencial para el éxito en un entorno global.

Sin embargo, la implementación de TI presenta desafíos. Lambert et al. (1998) identifican barreras como la capacitación del personal y la integración de sistemas, que pueden obstaculizar la adopción efectiva de estas tecnologías. A pesar de estos obstáculos, Gunasekaran y Ngai (2004) argumentan que las empresas que superan estas dificultades experimentan un crecimiento sostenido en su competitividad.

Investigaciones recientes, indican que la implementación de TI no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también facilita la colaboración entre equipos globales. Este aspecto es vital en el contexto de la globalización, donde las empresas deben adaptarse rápidamente a los cambios en el entorno internacional. La adopción de TI requiere una inversión significativa en infraestructura tecnológica y capacitación del personal. Sin embargo, las empresas que invierten en tecnologías avanzadas obtienen ventajas competitivas significativas en el mercado global (Medeiros et al., 2015).

Método

Este estudio adopta un enfoque fenomenológico cualitativo para investigar el impacto de las TI en los negocios internacionales. Se realizaron entrevistas semiestructuradas con 50 líderes empresariales de diversas industrias, permitiendo explorar cómo las empresas están adoptando las TI en sus operaciones globales. La investigación se centra en empresas internacionales que operan en Santa Marta, abarcando sectores como el comercio electrónico, manufactura y servicios.

El análisis se llevó a cabo mediante técnicas de codificación temática, utilizando *software* de análisis cualitativo para identificar patrones clave y tendencias emergentes

en la implementación de TI. Este enfoque permite obtener una comprensión profunda de las experiencias de los líderes empresariales y su perspectiva sobre el impacto de las TI en sus operaciones.

Resultado

Las empresas internacionales han logrado optimizar sus cadenas de suministro mediante la implementación de tecnologías de la información (TI). Estas han facilitado la mejora en la logística, la comunicación, la gestión de inventarios, y la toma de decisiones estratégicas, incrementando la eficiencia operativa y permitiendo una mayor capacidad de adaptación en entornos globalizados.

Categorización y caracterización

Si bien la optimización de logística de tales empresas como UPS y Drummond han destacado el uso de TI para mejorar la visibilidad y el control en la cadena de suministro, reduciendo tiempos y costos operativos. Lo cual estas herramientas son colaborativas y las videoconferencias han facilitado la coordinación entre equipos globales esto ha ayudado a tomar decisiones estratégicas, para las Tecnologías de análisis de datos permitiendo a empresas como Terpel y Hotel Solutions puedan ajustar sus operaciones en tiempo real de manera eficiente permitiendo una operación más ágil y eficiente, respondiendo a cambios en el mercado internacional.

La implementación de sistemas automatizados ha permitido la integración de sistemas y mejorando la precisión en el seguimiento de inventarios y pedidos, en empresas como Hyundai y Terpel mejorando significativamente la eficiencia de la cadena de suministro. Estos desafíos de Implementación permiten la integración de sistemas y la capacitación del personal la cual son desafíos comunes mencionados por empresas como Yamaha y Drummond.

Las tecnologías de análisis de datos permiten a las empresas anticipar la demanda y ajustar sus estrategias. Este enfoque basado en datos ayuda a las empresas a tomar decisiones más precisas y a optimizar la personalización de productos y servicios en diferentes mercados internacionales, por lo que expansión internacional ha incrementado la necesidad de medidas de seguridad cibernética robustas, dado que las operaciones dependen cada vez más de plataformas digitales. Las empresas han implementado tecnologías como la encriptación de datos y sistemas de detección de intrusos para proteger sus operaciones y cumplir con las regulaciones internacionales de protección de datos.

Tabla 1. Principales hallazgos de las entrevistas realizadas

Categoría	Impacto de las TI	Empresas ejemplares
Eficiencia operativa	Reducción de costos y reducir el tiempo, optimizando procesos.	Yamaha, Terpel, Drummond
Comunicación y Colaboración	Mejor coordinación entre equipos globales	Grupo Nutresa, Hyundai
Automatización	Mejora en la gestión de inventarios y pedidos	Apple, Hotel Solutions
Análisis de datos	Decisiones estratégicas mejor informadas por análisis predictivo	Yamaha, Apple
Seguridad cibernética	Protección de datos y cumplimiento de normativas	Grupo Aval, Ford

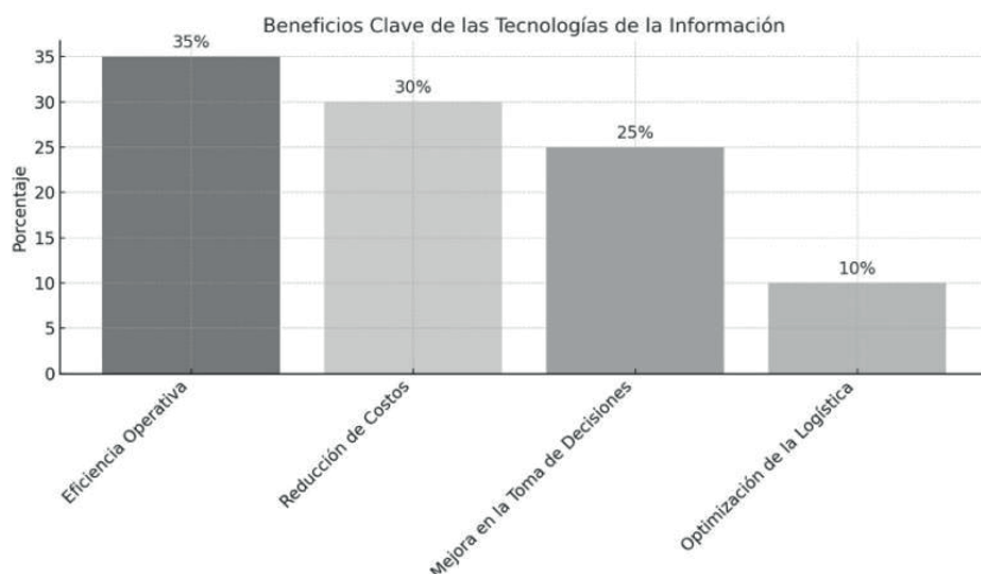
Fuente: Entrevistas realizadas en la investigación

Análisis de datos para decisiones estratégicas

El análisis de las entrevistas muestra en la tabla 1 que la adopción de tecnologías de la información ha sido crucial para que las empresas compitan en un mercado globalizado, mejorando sus operaciones logísticas y cadenas de suministro. Estas tecnologías, como la automatización y el análisis de datos, han incrementado la eficiencia operativa y la capacidad de anticiparse a cambios en la demanda. Ejemplos como Terpel y UPS destacan el valor del rastreo en tiempo real y el ajuste de inventarios, mientras que empresas como Drummond señalan mejoras en sostenibilidad y ciberseguridad, superando los desafíos asociados.

Las tecnologías de la información impulsan la optimización de la cadena de suministro en empresas internacionales, mejorando su eficiencia y competitividad. Del análisis se destacan tres puntos clave: las TI aumentan la visibilidad y control, reduciendo tiempos de entrega y costos; el análisis de datos permite anticipar demandas y ajustar estrategias en tiempo real; y, pese a los desafíos en la implementación, como la capacitación e integración de sistemas, los beneficios en eficiencia y capacidad de respuesta superan las dificultades.

Figura 1: Impacto de las tecnologías de la información en la cadena de suministro beneficios clave de las tecnologías de la información



Fuente: Entrevistas realizadas en la investigación

Discusión

En base a los resultados obtenidos en la presente investigación (Figura 1), se ha observado que las Tecnologías de la Información (TI) juegan un rol fundamental en la optimización de la cadena de suministro y la mejora de la eficiencia operativa de empresas a nivel internacional. Esto está en consonancia con investigaciones anteriores que han examinado el impacto de las TI en las operaciones empresariales. Según Hofmann y Rüschi (2017), la digitalización y automatización han mejorado significativamente la capacidad de las empresas para gestionar sus procesos de manera eficiente, lo cual ha sido corroborado por los resultados de la presente investigación.

Empresas como Drummond y Yamaha han logrado implementar sistemas automatizados que mejoran el control y seguimiento de inventarios, resultando en una reducción de costos y una mayor capacidad de respuesta ante cambios en la demanda del mercado. Estas observaciones respaldan las conclusiones de Brynjolfsson y McAfee (2014), quienes afirman que las empresas que adoptan tecnologías emergentes experimentan mejoras significativas en la eficiencia operativa. Asimismo, investigaciones de Strauss y Corbin (1998) destacan que la automatización y las TI no solo agilizan procesos, sino que también optimizan la gestión de recursos.

Por otra parte, Los resultados indican que la mejora en la comunicación y colaboración entre equipos globales ha sido fundamental para el éxito de empresas como Hyundai y el Grupo Nutresa. Estas organizaciones han implementado plataformas colaborativas y videoconferencias para coordinar equipos geográficamente dispersos, lo que ha facilitado una toma de decisiones más efectiva y una gestión más eficiente de sus operaciones internacionales. Este hallazgo coincide con investigaciones anteriores, como las de Chopra y Meindl (2012), que subrayan cómo la integración de tecnologías de comunicación permite a las empresas optimizar la colaboración al reducir barreras logísticas y temporales.

Otro punto de interés que surgió en esta investigación es la relevancia del análisis de datos en la toma de decisiones estratégicas. Empresas como Terpel y Apple han utilizado herramientas de análisis predictivo para anticiparse a la demanda del mercado, ajustando sus estrategias en tiempo real y mejorando su capacidad de respuesta ante cambios en el entorno global. Esto está en consonancia con el trabajo de Davenport y Harris (2007), quienes argumentan que el análisis de grandes volúmenes de datos permite a las empresas tomar decisiones mejor fundamentadas, logrando una ventaja competitiva en mercados dinámicos.

En el ámbito de la ciberseguridad, los resultados muestran que empresas como Grupo Aval y Ford han priorizado la implementación de medidas robustas para la protección de datos, utilizando tecnologías como la encriptación y sistemas de detección de intrusos. Estas prácticas son fundamentales para asegurar la integridad de las operaciones, particularmente en empresas que dependen de plataformas digitales para la gestión de su cadena de suministro. Esto refuerza las conclusiones de Gunasekaran y Ngai (2004), quienes enfatizan que la seguridad cibernética es un componente crucial en la integración de sistemas empresariales a nivel global.

No obstante, la implementación de tecnologías no está exenta de desafíos. Las empresas enfrentan dificultades como la integración de sistemas y la capacitación del personal, aspectos críticos para maximizar los beneficios que ofrecen las TI. Estas dificultades fueron mencionadas tanto en investigaciones previas como en los resultados actuales.

Lambert et al. (1998) ya indicaban que, aunque los beneficios de la adopción de TI son significativos, las barreras relacionadas con la implementación pueden retrasar la obtención de los resultados esperados.

A pesar de estos desafíos, la evidencia sugiere que los beneficios superan con creces las dificultades. Las empresas que han invertido en capacitación y en la integración de tecnologías han logrado mejoras sustanciales en la eficiencia operativa, lo que les ha permitido mantenerse competitivas en un mercado globalizado. La investigación de Evans y Wurster (2000) ya había previsto este fenómeno, señalando que las organizaciones que superan las barreras iniciales de adopción tecnológica experimentan un crecimiento sostenido en su competitividad.

La implementación de las Tecnologías de la Información (TI) ha permitido a las empresas mejorar su eficiencia operativa, facilitar la colaboración entre equipos globales y tomar decisiones más informadas mediante el análisis de datos. Aunque existen desafíos en la integración de estas tecnologías, los resultados son consistentes con investigaciones previas, subrayando su relevancia en la optimización de la cadena de suministro a nivel global. Las empresas que invierten en TI y capacitan a su personal se encuentran en una mejor posición para enfrentar los retos del mercado internacional y aprovechar oportunidades de crecimiento.

Conclusión

La investigación destaca la importancia de las Tecnologías de la Información (TI) en la optimización de la cadena de suministro y la mejora de la eficiencia operativa en empresas internacionales. Los hallazgos corroboran estudios previos que demuestran cómo la digitalización y la automatización permiten a las organizaciones adaptarse rápidamente a las fluctuaciones del mercado.

Además, se resalta la necesidad de una comunicación efectiva y colaboración entre equipos globales, lo que es crucial para el éxito empresarial. A pesar de los desafíos en la implementación, como la capacitación del personal, los beneficios de adoptar TI son evidentes y esenciales para mantener la competitividad en un entorno empresarial cada vez más digitalizado.

La investigación revela que las TI son fundamentales para la optimización de la cadena de suministro en empresas internacionales. Coincide con estudios previos que destacan cómo la digitalización y automatización mejoran la eficiencia operativa, permitiendo a las empresas adaptarse rápidamente a cambios en la demanda. Finalmente, la implementación de medidas de ciberseguridad se destaca como una tendencia creciente que coincide con estudios previos sobre la necesidad de proteger datos en un entorno empresarial digitalizado.

La investigación ha demostrado que las TI juegan un papel crucial en la optimización de las operaciones de las empresas a nivel internacional, especialmente en lo que respecta a la gestión de la cadena de suministro, la mejora de la eficiencia operativa y la colaboración entre equipos globales. La implementación de tecnologías como la automatización, el análisis de datos y las plataformas colaborativas ha permitido a las empresas mejorar la visibilidad y control de sus procesos, reducir costos, y adaptarse rápidamente a los cambios del mercado global. No obstante, las empresas enfrentan desafíos significativos, como la integración de sistemas y la capacitación del personal, que deben superarse para aprovechar plenamente los beneficios de las TI. A pesar de estos obstáculos, los resultados sugieren que las empresas que invierten en infraestructura tecnológica y en la formación de su personal logran ventajas competitivas y una mejor capacidad de respuesta ante los retos globales. Las TI no solo son un motor clave

para la competitividad internacional, sino también un factor esencial para enfrentar los desafíos del entorno globalizado, especialmente en un mercado que exige eficiencia, seguridad y adaptabilidad.

Referencias bibliográficas

- Barreto, L., Amaral, A. y Pereira, T. (2017). Industry 4.0 implications in logistics: an overview. *Procedia Manufacturing*, 13, 1245-1252. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2017.09.045>.
- Brynjolfsson, E., y McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W.W. Norton & Company.
- Chopra, S., y Meindl, P. (2012). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*. Pearson.
- Davenport, T. H., y Harris, J. G. (2007). *Competing on Analytics: The New Science of Winning*. Harvard Business Review Press.
- Evans, P. B., y Wurster, T. S. (2000). *Blown to Bits: How the New Economics of Information Transforms Strategy*. Harvard Business Review.
- Galicia, J., y Ríos R. (2023). Barreras organizacionales para la implementación de la logística 4.0 en una empresa mexicana. *Entretextos*, 15(39), 1–22. <https://doi.org/10.59057/ibero-leon.20075316.202339679>
- Gunasekaran, A., y Ngai, E. (2004). Information systems in supply chain integration and management. *European Journal of Operational Research*.
- Hofmann, E., y Rüsç, M. (2017). *Industry 4.0 and the current status as well as future prospects on logistics*. Computers in Industry.
- Lambert, D. M., Cooper, M. C., y Pagh, J. D. (1998). Supply chain management: Implementation issues and research opportunities. *The International Journal of Logistics Management*, 9(2), 1-19. <https://drdouglasslambert.com/wp-content/uploads/2020/05/Supply-Chain-Mgmt-Implementation-Issues-and-Research-Opp.pdf>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Medeiros, M., Meunier, I., y Cockles, M. (2015). Processos de Difusão Política e Legitimidade no Mercosul: Mimetismo Institucional e Mecanismos de Internalização de Normas Comunitárias. *Contexto Internacional*, 37(2), 537–570. <https://www.scielo.br/j/cint/a/kY6xV6Z9n-bzgKPGtCfrLw/?format=pdf&lang=pt>

Strauss, A., y Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. SAGE Publications.

Vásquez, K., (2025). Automatización de procesos administrativos y adopción de nuevas tecnologías: su influencia en la eficiencia organizacional y la retención de clientes en Empresas Modernas. *RECIMUNDO*, 9(Especial), 47–56. [https://doi.org/10.26820/recimundo/9.\(esp\).mayo.2025.47-56](https://doi.org/10.26820/recimundo/9.(esp).mayo.2025.47-56)



MARKETING DIGITAL EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO AL POR MENOR, EN CONTEXTO DEL COVID-19, EN SANTA MARTA, COLOMBIA

Digital marketing in retail establishments, in the context of Covid-19, in Santa Marta, Colombia

Juan Álvarez Bula

Estudiante de Negocios Internacionales, Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-2518-8423>

Correo electrónico: jdalvarezb@unimagdalena.edu.co



Andrea Escobar Thomas

Estudiante de Negocios Internacionales, Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-8057-4808>

Correo electrónico: acescobar@unimagdalena.edu.co

Rafael Aaron

Estudiante de Negocios Internacionales, Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-4929-4289>

Correo electrónico: raaron@unimagdalena.edu.co

Juan Correa

Estudiante de Negocios Internacionales, Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-9806-1912>

Correo electrónico: juancorreasm@unimagdalena.edu.co

Resumen

El propósito de esta investigación es analizar cómo los establecimientos comerciales en Santa Marta han adoptado estrategias digitales y evaluar los resultados de dicha transformación tras la pandemia de COVID-19. Se busca identificar los desafíos y oportunidades para los negocios, así como la efectividad de la digitalización frente a las nuevas dinámicas del mercado.

La metodología adoptada es un enfoque mixto que combina análisis cuantitativo y cualitativo. Se realizaron encuestas estructuradas a comerciantes para medir el nivel de digitalización, el impacto en las ventas y las barreras enfrentadas. El análisis incluyó tanto estadísticas descriptivas como codificación temática de respuestas abiertas, permitiendo comprender los aspectos numéricos y las experiencias individuales.

Los resultados muestran que, a pesar de la estabilidad general de los comercios, la pandemia afectó negativamente a muchos, especialmente en sectores no esenciales. Un 65 % de los encuestados reportó disminución en las ventas, mientras que algunos adoptaron servicios como entregas a domicilio. Aunque un 70 % utilizó redes sociales, solo el 30 % implementó comercio electrónico, lo que indica una digitalización parcial. Las principales barreras fueron la falta de recursos y conocimientos tecnológicos. A pesar de estos retos, el 50 % de los negocios mostró interés en invertir en estrategias digitales en el futuro. Las principales barreras fueron la falta de recursos y conocimientos tecnológicos, pero la digitalización parcial permitió mantener operaciones y mejorar la visibilidad durante el confinamiento.

La pandemia aceleró la adopción de herramientas digitales en los comercios al por menor en Santa Marta, pero persisten desafíos significativos para una digitalización completa. Se necesita mayor capacitación y recursos para que los negocios puedan aprovechar plenamente las ventajas del comercio electrónico y las nuevas tecnologías.

Palabras clave: digitalización, comercio electrónico, pandemia y redes sociales

Abstract

The purpose of this research is to analyze how commercial establishments in Santa Marta have adopted digital strategies and evaluate the results of this transformation after the COVID-19 pandemic. The aim is to identify the challenges and opportunities for businesses, as well as the effectiveness of digitalization in the face of new market dynamics.

The methodology adopted is a mixed approach that combines quantitative and qualitative analysis. Structured surveys were conducted with merchants to measure the level

of digitalization, the impact on sales, and the barriers faced. The analysis included both descriptive statistics and thematic coding of open responses, allowing us to understand the numerical aspects and individual experiences.

The results show that, despite the general stability of businesses, the pandemic negatively affected many, especially in non-essential sectors. 65 % of respondents reported a decrease in sales, while some adopted services such as home deliveries. Although 70 % used social networks, only 30% implemented e-commerce, indicating partial digitalization. The main barriers were the lack of resources and technological knowledge. Despite these challenges, 50 % of businesses showed interest in investing in digital strategies in the future. The main barriers were the lack of resources and technological knowledge, but partial digitalization allowed to maintain operations and improve visibility during confinement.

The pandemic accelerated the adoption of digital tools in retail stores in Santa Marta, but significant challenges remain for full digitalization. More training and resources are needed so that businesses can fully take advantage of the benefits of e-commerce and new technologies.

Keywords: Digitalization, E-commerce, Pandemic and Social networks

Introducción

La pandemia de COVID-19 alteró profundamente la dinámica del comercio a nivel global, afectando de manera particular los negocios al por menor en Santa Marta. Antes de la pandemia, los establecimientos operaban en un entorno relativamente estable con un modelo de ventas mayormente presencial. Sin embargo, las medidas de distanciamiento social y las restricciones impuestas obligaron a estos comercios a transformar su manera de operar, disminuyendo el flujo de clientes en sus tiendas físicas y generando caídas significativas en las ventas, especialmente en sectores de productos no esenciales.

La digitalización emergió como una herramienta crucial para la supervivencia de los negocios, permitiendo mantener operaciones mediante estrategias de marketing digital. Sin embargo, este cambio trajo consigo desafíos como la necesidad de conocimiento técnico y recursos para implementar plataformas en línea. A pesar de la rápida adopción de redes sociales, la transición hacia soluciones más sofisticadas, como el comercio electrónico, ha sido más lenta. Esto resalta la existencia de un problema: aunque los comercios conocen la importancia de la digitalización, muchos enfrentan dificultades para implementar estas herramientas de manera efectiva.

El objetivo de esta investigación es analizar cómo los establecimientos comerciales en Santa Marta han adoptado estas estrategias digitales y cuáles han sido los resultados de

dicha transformación. Se busca identificar las oportunidades y desafíos que enfrentan los negocios durante este proceso y evaluar qué tan efectiva ha sido la digitalización como respuesta a las nuevas dinámicas del mercado postpandemia.

Para lograrlo, la investigación se basa en un enfoque mixto que combina datos cuantitativos y cualitativos. Se aplicaron encuestas estructuradas a diferentes comercios para medir su nivel de digitalización, los cambios en las ventas y las barreras percibidas en la implementación de estas estrategias. El análisis de los resultados permitirá comprender cómo estos negocios se han adaptado a un entorno cada vez más digitalizado y formular recomendaciones que impulsen su crecimiento y sostenibilidad en el futuro.

Revisión de literatura

La normalidad social en la que se vivía antes de presenciar el esparcimiento del virus SARS-CoV-2 a lo largo y ancho del planeta solía dar un ambiente de seguridad y garantía en que las actividades se desarrollarían como comúnmente dictaba la tradición. Una vez fueron necesarias las medidas de distanciamiento social para reducir la velocidad de la propagación del virus en el país; los comercios necesitaron de herramientas para solventar los costos de su actividad comercial, puesto que dicho distanciamiento obligaba a reducir el tráfico en sus tiendas físicas. Esta revisión de literatura pretende dar luces de la adopción de las estrategias digitales y su impacto en el panorama comercial de la ciudad.

En dicho periodo, el comercio electrónico adquirió una relevancia sin precedentes en Colombia durante la pandemia del COVID-19, permitiendo la continuidad operativa de las empresas en medio de restricciones físicas (Rodríguez-Peña, 2020). Antes de la pandemia, el e-commerce ya mostraba una tendencia de crecimiento, pero la crisis sanitaria aceleró su adopción masiva en empresas grandes y pequeñas. Las plataformas en línea vieron un aumento significativo en la demanda, obligando a las empresas a adaptarse rápidamente para satisfacer las expectativas de los consumidores en términos de tiempos de entrega y opciones de pago seguro (Rodríguez-Peña, 2020). Sin embargo, este cambio también evidenció brechas digitales, resaltando la necesidad de políticas públicas que impulsen la inclusión digital y apoyen la transición hacia modelos más tecnológicos.

Además, el comercio electrónico se convirtió en una herramienta vital para las pequeñas y medianas empresas (PYMES), muchas de las cuales dependían de modelos físicos de venta antes de la pandemia (Rodríguez-Peña, 2020). A pesar de los retos, estas empresas lograron sobrevivir mediante la digitalización, aunque se enfrentaron a desafíos relacionados con la logística, la ciberseguridad y la mejora de la experiencia del usuario.

En cuanto al comportamiento del consumidor, el confinamiento alteró profundamente los patrones de consumo, con los consumidores priorizando la compra en línea para

evitar la exposición al virus (Barrientos et al., 2021). La demanda de productos esenciales como alimentos y medicinas aumentó significativamente, mientras que sectores relacionados con la tecnología, el bienestar personal y el entretenimiento también ganaron relevancia. Esta situación generó un incremento en las compras impulsivas debido al mayor tiempo que los consumidores pasaban en línea expuestos a estrategias digitales agresivas (Barrientos et al., 2021).

Asimismo, los consumidores empezaron a preferir entregas sin contacto y métodos de pago digitales, acelerando la adopción de nuevas tecnologías tanto en comercios físicos como virtuales (Sheth, 2020). En muchos casos, el comportamiento digital adquirido durante la pandemia podría mantenerse a largo plazo si los servicios digitales continúan ofreciendo valor significativo en la vida de los consumidores.

Por otro lado, en un sector conexo al comercio: El turismo, en el Caribe colombiano fue una de las industrias más afectadas por la pandemia debido a su dependencia de la movilidad y la interacción física (Contreras et al., 2021). Las pequeñas empresas del sector se vieron obligadas a reinventarse mediante estrategias digitales como reservas en línea y promoción en redes sociales para mantenerse operativas (Contreras et al., 2021). El uso de experiencias virtuales, como tours inmersivos con realidad aumentada, permitió que algunos emprendimientos generaran ingresos adicionales y mantuvieran la atención de los turistas, incluso durante el confinamiento.

La digitalización en el sector turístico, aunque forzada, se consolidó como una oportunidad de innovación que probablemente seguirá siendo relevante más allá de la pandemia. Las empresas ahora entienden que las herramientas digitales no son solo una respuesta temporal, sino un componente esencial para competir en el mercado turístico postpandemia (Contreras et al., 2021).

La pandemia aceleró la adopción de herramientas digitales, pero también incrementó la complejidad de las estrategias de marketing. La proliferación de dispositivos y canales de comunicación fragmentó el mercado, obligando a las empresas a redefinir sus métricas y operaciones para mantenerse competitivas (Kannan y Li, 2017). La integración de estrategias entre canales se convirtió en un diferenciador clave entre el éxito y el fracaso empresarial. Además, la rapidez en la adopción tecnológica, sin suficiente análisis de retorno de inversión (ROI), añade riesgos adicionales a las empresas (Kannan y Li, 2017).

Sheth (2020) señala que las empresas también deben aprender a improvisar y ser más resilientes para enfrentar crisis globales como la del COVID-19. La transición hacia plataformas en la nube y la convergencia de tiendas físicas con comercio en línea fueron fundamentales para que grandes minoristas pudieran responder a las fluctuaciones de la demanda. Por otro lado, la integración de la cadena de suministro y la logística con las plataformas digitales es crucial para garantizar la continuidad operativa en un entorno de consumo cada vez más dinámico (Sheth, 2020).

El confinamiento también incrementó el uso de redes sociales como medio principal de interacción y contacto social (Pantano et al., 2020). Las plataformas digitales no solo sirvieron para mantener a las personas conectadas, sino también como un canal para las estrategias de responsabilidad social corporativa (RSC). Las empresas aprovecharon esta oportunidad para reforzar su compromiso con la comunidad y mejorar su imagen pública en un mercado donde las expectativas de los consumidores cambiaron drásticamente (Pantano et al., 2020).

Sin embargo, el uso intensivo de redes sociales también trajo desafíos como la proliferación de noticias falsas y el aumento del troleo, lo que refleja la necesidad de un enfoque responsable en la gestión digital (Pantano et al., 2020).

En conclusión, la pandemia del COVID-19 ha impulsado cambios profundos en el comercio, el consumo y la gestión empresarial en Colombia. La digitalización se consolidó como un componente clave tanto en el comercio minorista como en el sector turístico, permitiendo a las empresas adaptarse a las nuevas realidades del mercado. Sin embargo, estos cambios también exigen una gestión más eficiente y la implementación de políticas que apoyen la inclusión digital. A largo plazo, las herramientas digitales y las estrategias innovadoras adoptadas durante la pandemia seguirán moldeando la forma en que las empresas interactúan con sus clientes y operan en el mercado postpandemia.

Método

Esta investigación adopta un método analítico-sintético, ya que permite descomponer los factores que afectan los comercios al por menor en Santa Marta (trayectoria, digitalización e impacto de la pandemia) y luego integrarlos para entender cómo estos elementos interactúan entre sí. Desde una episteme pragmática, se busca interpretar la realidad concreta de estos negocios para ofrecer recomendaciones aplicables y viables en su contexto. El enfoque es mixto, combinando lo cuantitativo (análisis estadístico de encuestas estructuradas) con lo cualitativo (análisis de las respuestas abiertas o entrevistas complementarias).

Esta es una investigación descriptiva-explicativa, ya que describe las dinámicas actuales del sector minorista y explica cómo la adopción digital ha influido en su adaptación y resiliencia durante la pandemia. La población objeto de estudio son los establecimientos al por menor en Santa Marta, y la muestra está constituida por los negocios encuestados mediante el instrumento aplicado. Las variables de estudio incluyen el impacto de la pandemia y el nivel de digitalización alcanzado por los comercios.

Los datos se recopilan mediante una encuesta estructurada que contiene preguntas tanto cerradas como abiertas. El análisis cuantitativo se basará en estadísticas descriptivas, mientras que el cualitativo aplicará codificación temática para identificar patrones en las respuestas abiertas. La combinación de ambos enfoques permitirá

validar la hipótesis y generar conclusiones sólidas que integren los aspectos numéricos y las experiencias particulares de los comerciantes.

Resultados

Se evidencia que la mayoría de los establecimientos tienen entre 5 y 10 años de trayectoria, lo que sugiere cierta estabilidad en el mercado. Sin embargo, muchos comerciantes reportaron fluctuaciones en las ventas en los últimos años. Si bien un 40 % de los negocios indicó un crecimiento moderado, otro porcentaje importante mostró estancamiento o disminuciones. Esto sugiere que los cambios recientes en el entorno, como los derivados de la pandemia, han representado desafíos significativos para algunos negocios en su evolución.

Un 65 % de los encuestados confirmó que la pandemia afectó negativamente sus ventas, especialmente en sectores como vestuario y productos no esenciales. Para hacer frente a la crisis, algunos negocios optaron por reducir personal, acortar horarios o suspender operaciones temporalmente. Sin embargo, un número significativo implementó nuevas estrategias, como el servicio a domicilio, lo que les permitió continuar operando en un contexto adverso. Esto demuestra que la capacidad de adaptación fue clave para la supervivencia de muchos establecimientos durante la pandemia.

En relación con la digitalización, se identificó que un 70 % de los negocios utiliza redes sociales como Facebook e Instagram para promocionar sus productos, lo que refleja un interés en las herramientas digitales para mejorar la visibilidad. No obstante, solo un 30 % de los encuestados ha desarrollado plataformas de comercio electrónico o sistemas de venta en línea, lo que indica que la adopción de tecnologías más avanzadas sigue siendo limitada. Los comerciantes mencionaron que las principales barreras para digitalizarse incluyen la falta de recursos y conocimientos tecnológicos.

Los beneficios identificados con el uso de estrategias digitales incluyen incrementos en la visibilidad del negocio y captación de nuevos clientes. Sin embargo, los principales desafíos señalados por los encuestados fueron el alto costo de la implementación y la falta de conocimientos técnicos para desarrollar estrategias digitales más completas. A pesar de estas dificultades, el 50 % de los negocios manifestó interés en seguir invirtiendo en su presencia en redes sociales y explorar nuevas opciones como sistemas de pago digital para fortalecer sus operaciones en el futuro.

El análisis confirma que la pandemia de COVID-19 impulsó la adopción de estrategias digitales en los comercios al por menor de Santa Marta. Si bien muchos negocios lograron adaptarse mediante el uso de redes sociales y servicios a domicilio, otros aún enfrentan desafíos para implementar soluciones más sofisticadas. La digitalización parcial revela tanto oportunidades como obstáculos, ya que los comerciantes reconocen

la necesidad de seguir evolucionando para mantenerse competitivos en un mercado cada vez más digitalizado.

Este estudio concluye que la pandemia no solo impactó las ventas, sino que también aceleró la transformación digital en algunos sectores. Sin embargo, queda claro que aún se requiere mayor capacitación y recursos para que los establecimientos puedan aprovechar al máximo las ventajas del comercio electrónico y las nuevas tecnologías.

Discusión

Los resultados de esta investigación coinciden con estudios realizados en Colombia sobre el impacto de la pandemia en la digitalización del comercio. Un análisis realizado sobre el comportamiento del e-commerce en los supermercados Éxito en Bogotá destaca que la pandemia impulsó una migración acelerada hacia las plataformas digitales. Esto permitió a las empresas mantener operaciones a pesar de las restricciones físicas, lo que resalta la importancia del comercio electrónico como un canal clave para la supervivencia en situaciones de crisis (CESA, 2023). Sin embargo, este estudio también identificó desafíos logísticos y la necesidad de mejorar los sistemas de pago electrónico para garantizar una experiencia de compra eficiente y sostenible en el tiempo.

Otro estudio relevante aborda cómo las pymes colombianas han tenido que adaptarse rápidamente a la transformación digital para seguir siendo competitivas. La investigación realizada por la Universidad EAN concluye que, aunque muchas empresas han logrado integrar algunas tecnologías digitales, persisten barreras como la falta de recursos y conocimientos especializados. Esto refleja la necesidad de programas de formación y financiamiento para facilitar la adopción tecnológica en las empresas más pequeñas, un obstáculo que también se evidenció entre los minoristas de Santa Marta (Universidad EAN, 2023).

Finalmente, un informe reciente destaca que, si bien las ventas en línea en Colombia crecieron un 41 % durante la pandemia, los sectores más pequeños todavía enfrentan dificultades para integrar soluciones digitales avanzadas de forma completa. Este crecimiento estuvo liderado por cambios en los hábitos de consumo, con un aumento significativo en la demanda de productos esenciales a través de plataformas digitales (Crónica Tech, 2023). Esto refuerza la necesidad de continuar promoviendo políticas públicas y colaboraciones entre los sectores público y privado para asegurar que los beneficios de la digitalización sean accesibles para todas las empresas, independientemente de su tamaño.

Conclusiones

La investigación confirma que la pandemia aceleró la digitalización de los comercios minoristas en Santa Marta, destacando que la mayoría utilizó redes sociales para promocionarse y servicios a domicilio para seguir operando. Sin embargo, solo un 30 % implementó plataformas de e-commerce, revelando barreras como la falta de recursos y conocimientos técnicos. A pesar de estas dificultades, los comerciantes reconocen los beneficios de las estrategias digitales y muestran interés en continuar invirtiendo en ellas. Se concluye que la transformación digital es fundamental para la competitividad futura, pero requiere más capacitación y apoyo para ser plenamente aprovechada en este mercado.

La pandemia de COVID-19 desempeñó un papel crucial en la aceleración de la digitalización en los comercios al por menor en Santa Marta, obligando a muchos negocios a adaptarse rápidamente a nuevas realidades del mercado. Las restricciones impuestas, como el distanciamiento social, redujeron significativamente el flujo de clientes en los establecimientos físicos, lo que impulsó a los comerciantes a explorar herramientas digitales como las redes sociales y los servicios de entrega a domicilio para mantener la operatividad. Sin embargo, la transición hacia plataformas de comercio electrónico más sofisticadas ha sido más lenta, lo que revela que, aunque existe una conciencia sobre la importancia de la digitalización, la implementación efectiva de estas herramientas sigue siendo un desafío para muchos negocios.

Los resultados de la investigación destacan que el uso de redes sociales, como Facebook e Instagram, ha permitido a los comercios mejorar su visibilidad y captar nuevos clientes, lo cual ha tenido un impacto positivo en sus operaciones. Sin embargo, la adopción de sistemas de venta en línea y comercio electrónico sigue siendo limitada, debido principalmente a barreras como la falta de recursos financieros, la carencia de conocimientos técnicos y la falta de apoyo en la implementación de estas tecnologías.

Es evidente que, a pesar de los esfuerzos por adaptarse a la digitalización, los comercios en Santa Marta aún enfrentan dificultades para integrar soluciones tecnológicas avanzadas. Para superar estos obstáculos, se requieren estrategias de capacitación y apoyo financiero que faciliten el acceso de los pequeños y medianos negocios a las herramientas digitales necesarias para su crecimiento. Además, se deben fomentar políticas públicas que promuevan la inclusión digital y brinden un respaldo continuo a los emprendedores. Si bien la digitalización ha permitido la supervivencia de muchos negocios durante la pandemia, el estudio concluye que es fundamental seguir avanzando en la adopción de tecnologías para garantizar la competitividad de los comercios en el

largo plazo, adaptándose a un mercado que, cada vez más, depende de las soluciones digitales para la interacción con los consumidores.

Referencias

- Barrientos, F., Rodríguez, J. A., y Méndez Lazarte, C. (2021). *Efectos del confinamiento debido al COVID-19 en el comportamiento del consumidor*.
- Contreras, O. E., Pedraza Avella, A., y Martínez Pérez, M., (2021). *Impacto del COVID-19 en el emprendimiento del sector turístico en el Caribe colombiano*.
- Crónica Tech. (2023). *Datos del e-commerce y el sector retail en Colombia a 2023*. Crónica Tech. <https://cronica.tech>
- Kannan, P. K., y Li, H. A. (2017). Digital marketing: A framework review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22-45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Pantano, E., Pizzi, G., Scarpi, D., y Dennis, C. (2020). Competing during a pandemic? Retailers' ups and downs during the COVID-19 outbreak. *Journal of Business Research*, 116, 209-213.
- Rodríguez-Peña, N. (2020). *El e-commerce en Colombia y su relevancia en la crisis del Covid-19*.
- Sheth, J. (2020). Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? *Journal of Business Research*, 117, 280-283.
- Universidad EAN. (2023). Transformación digital en las PYMES de Colombia: Retos y oportunidades. Repositorio EAN. <https://repository.universidadean.edu.co>
- CESA. (2023). *El impacto del COVID-19 en el e-commerce de los supermercados Éxito en Bogotá*. Repositorio CESA. <https://repository.cesa.edu.co>

FACTORES DETERMINANTES DEL EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA

Determining factors of entrepreneurship in students of the University of Magdalena



Auris Tatiana Contreras Peña

Estudiante de Negocios Internacionales,
Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-0879-0495>

Correo electrónico: auriscontrerastp@unimagdalena.edu.co

Resumen

Este artículo tiene como propósito caracterizar los factores determinantes del emprendimiento en los estudiantes universitarios del Magdalena, con el fin de ofrecer una visión detallada de sus motivaciones y proyecciones a futuro. Se enfoca en identificar los elementos clave que impulsan a los estudiantes a emprender, analizando estudios previos y características del emprendimiento universitario.

La metodología empleada es exploratoria y descriptiva, centrada en una muestra de 26 estudiantes emprendedores de la Universidad del Magdalena, quienes participaron en entrevistas en profundidad. El análisis cualitativo permitió identificar patrones y tendencias en cuanto a las motivaciones para emprender y su visión a largo plazo. Los elementos de la variable Determinantes del emprendimiento son: 1) Sociodemográficas o características del perfil emprendedor, donde recopilamos los siguientes datos (género, edad, educación, ingreso). 2) Atributos individuales y 3) valoración social.

Los resultados muestran que el perfil emprendedor en la universidad está mayormente compuesto por jóvenes entre 20 y 25 años, con una alta participación femenina (73.1 %). Los estudiantes provienen en su mayoría de estratos socioeconómicos bajos y la mayoría tiene educación secundaria. El sector más frecuente de emprendimiento incluye ropa, accesorios, cosméticos y gastronomía. En cuanto a las habilidades, los emprendedores destacan la importancia del conocimiento del producto, la capacidad de persuasión, el servicio al cliente, la pasión y el aprendizaje continuo. Además, la pertenencia a grupos o redes de emprendedores fue un factor motivador clave.

Los factores determinantes del emprendimiento incluyen la generación de ingresos (84.6 %), el gusto por emprender (7.7 %) y la falta de oportunidades laborales (3.8 %). La mayoría de los estudiantes visualizan el emprendimiento como un proyecto a largo plazo, con el deseo de expandir y consolidar sus negocios. Esto demuestra la importancia del emprendimiento universitario como una vía viable para desarrollar una carrera empresarial emocionante y exitosa.

Palabras clave: emprendimiento universitario, estudiantes emprendedores, factores emprendimiento.

Abstract

This article aims to characterize the determining factors of entrepreneurship in university students from Magdalena, to offer a detailed view of their motivations and future projections. It focuses on identifying the key elements that drive students to undertake, analyzing previous studies and characteristics of university entrepreneurship.

The methodology used is exploratory and descriptive, focused on a sample of 26 entrepreneurial students from the University of Magdalena, who participated in in-depth interviews. The qualitative analysis allowed us to identify patterns and trends in terms of motivations to undertake and their long-term vision. The elements of the variable Determinants of entrepreneurship are: 1) Sociodemographic or characteristics of the entrepreneurial profile, where we collected the following data (gender, age, education, income). 2) Individual attributes and 3) social assessment.

The results show that the entrepreneurial profile at the university is mostly made up of young people between 20 and 25 years old, with a high female participation (73.1 %). Students mostly come from lower socioeconomic backgrounds and most have secondary education. The most frequent sector of entrepreneurship includes clothing, accessories, cosmetics and gastronomy. Regarding skills, entrepreneurs highlight the importance of product knowledge, persuasiveness, customer service, passion and continuous learning. In addition, belonging to entrepreneurial groups or networks was a key motivating factor.

The determining factors of entrepreneurship include income generation (84.6%), the desire to undertake (7.7 %) and the lack of job opportunities (3.8%). Most students view entrepreneurship as a long-term project, with the desire to expand and consolidate their businesses. This demonstrates the importance of university entrepreneurship as a viable path to develop an exciting and successful business career.

Keywords: university entrepreneurship, student entrepreneurs, entrepreneurship factors.

Introducción

El emprendimiento universitario se ha convertido en una tendencia creciente en todo el mundo, con cada vez más estudiantes y jóvenes profesionales buscando la oportunidad de desarrollar habilidades empresariales y convertirse en emprendedores exitosos. A través del emprendimiento universitario, los estudiantes tienen acceso a un ambiente rico en recursos de la universidad y otras entidades que puede ser una excelente plataforma para el desarrollo de empresas innovadoras y sólidas. Esta práctica no sólo promueve la creatividad y la innovación, sino que también se ha comprobado que mejora el desarrollo económico de un país y disminuye las tasas de desempleo.

Este artículo científico tiene como objetivo caracterizar los determinantes del emprendimiento en los estudiantes universitarios del Magdalena para proporcionar una visión más clara de motivos para emprender y conocer su proyección a futuro con su negocio. Adicionalmente se examinarán estudios previos y se identificarán los elementos claves para dar solución al objetivo para proporcionar una comprensión más completa y detallada del emprendimiento universitario. La definición de emprendimiento planteada en los primeros reportes del GEM (Global Entrepreneurship Monitor), en el contexto de la comprensión del rol del emprendimiento en el crecimiento económico, es la siguiente: “Cualquier intento de nuevo negocio o creación de empresas, tales como trabajo por la cuenta propia, una nueva organización de la empresa, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, un equipo de personas o un negocio establecido” (Reynolds et al., 1999, p. 3)

Según datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2017), el estudio de mayor importancia del emprendimiento realizado en 65 países reporta que América Latina tiene una tasa de actividad empresarial (TEA: mide la proporción de personas activamente involucradas en la puesta en marcha de iniciativas de autoempleo y emprendimientos) de 18,8%; mientras que en los países con mayor desarrollo económico la tasa es de 9,1 %. De acuerdo con esas cifras, se puede observar, en contraposición con los países desarrollados, un mayor interés en la creación de empresas en los países latinoamericanos. Teniendo en cuenta que los países crecen mediante el desarrollo de un sector estratégico productivo (Industria), las instituciones emergen para apoyar dicha industrialización, incentivando una búsqueda de mayor eficiencia mediante la generación de economías de escala y favoreciendo tanto a las empresas ya estableci-

das, como al entorno o económico para incentivar la creación de empresas por parte de los individuos (GEM, 2008).

En un análisis crítico sobre el interés propio y el emprendimiento realizado por Rodríguez (2013), señala que la crisis es un factor que sirve para crear una cultura emprendedora; sin embargo, Parra (2014) profundiza un poco más en este tema, y señala algunos motivos que pueden ser claves para impulsar el emprendimiento en tiempos de crisis económica, tales como el emprendimiento por necesidad u oportunidad (este último no se limita únicamente a periodos de crisis), aunque este razonamiento no se puede generalizar para todos los tipos de emprendedores, ni tampoco cerrarse a que el emprendimiento se crea únicamente en épocas de crisis, pues a veces los motivos para emprender pueden ser aún más simples y estar a la vista, como señalan Arias y Pérez (2015), que “una de las causas principales por las cuales las personas han decidido poner en práctica el emprendimiento son los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos” (p.179).

De acuerdo con Cuervo (2005), el fenómeno del emprendimiento puede ser analizado desde diferentes puntos de vista como son el económico, psicológico, sociológico, antropológico y organizacional. Dado lo holístico del fenómeno, es importante incorporar diferentes variables para su explicación. Las variables se pueden agrupar como:

- Sociodemográficas o características del perfil emprendedor, (género, edad, educación, ingreso)
- Atributos individuales
- Valoración social. (Mancilla y Amorós, 2012).

Es por lo anterior entonces, que se busca resolver la interrogante de: cuáles son las principales determinantes para emprender, pero enfocado a aquellas personas que cumplan el rol de estudiante universitario; es decir, que durante sus estudios hayan emprendido por diversos motivos, los que se pretenden analizar a través de la investigación. Por lo tanto, la problemática de la investigación surge tras la necesidad de conocer los factores que impulsan a un estudiante a realizar una actividad de emprendimiento.

Revisión de literatura

Sociodemográficas o características del perfil emprendedor (género, edad, educación, ingreso). 2) Atributos individuales y 3) valoración social. (Mancilla y Amorós, 2012) que señala que “una de las causas principales por las cuales las personas han decidido poner en práctica el emprendimiento son los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos” (p.179).

Arias y Pérez (2015) y Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2017) El emprendimiento universitario se caracteriza por la creciente tendencia de los estudiantes y jóvenes profesionales a iniciar sus propios negocios durante sus estudios universitarios. A través de investigaciones previas, se ha identificado un conjunto de factores determinantes que influyen en la decisión de los estudiantes de emprender. Estos factores pueden dividirse en tres categorías principales: sociodemográficas o características del perfil emprendedor, atributos individuales y valoración social.

Sociodemográficas o características del perfil emprendedor: estas características incluyen datos como género, edad, nivel educativo e ingresos. A menudo, los estudiantes emprendedores presentan una amplia diversidad en estas dimensiones. Por ejemplo, algunos pueden ser jóvenes emprendedores, mientras que otros pueden ser adultos que regresan a la universidad. La relación entre estas características y el emprendimiento puede proporcionar información valiosa sobre el perfil típico del estudiante emprendedor de la Universidad del Magdalena.

Atributos individuales: estos atributos se refieren a las habilidades y cualidades personales que los estudiantes emprendedores poseen. Entre las habilidades clave se encuentran el conocimiento profundo del producto o servicio que ofrecen, la capacidad de persuasión, el enfoque en el servicio al cliente, la pasión por el negocio y la disposición para aprender y mejorar constantemente. Estos atributos individuales son cruciales para el éxito de cualquier empresa y pueden variar según el tipo de emprendimiento y la motivación personal del estudiante.

Valoración social: la valoración social se refiere a cómo la percepción y el apoyo de la sociedad pueden influir en la decisión de un estudiante de emprender. Por ejemplo, el miedo al fracaso es un factor común que puede obstaculizar o motivar a un estudiante a emprender. Además, pertenecer a grupos, asociaciones o redes de emprendedores puede brindar un fuerte apoyo emocional y oportunidades para compartir conocimientos y recursos. Estos aspectos sociales pueden afectar la disposición de un estudiante a embarcarse en la aventura del emprendimiento.

Metodología

Este estudio se basó en una metodología de investigación exploratoria y descriptiva. La población objetivo consistió en estudiantes emprendedores de la Universidad del Magdalena. La muestra se obtuvo a través de un grupo focal que incluyó a 26 estudiantes universitarios emprendedores. Se utilizó una entrevista en profundidad como instrumento de recolección de datos, que siguió un guion para garantizar la consistencia en las respuestas.

Los datos recopilados se analizaron para describir y comprender en detalle los factores determinantes del emprendimiento en los estudiantes universitarios de la Universidad

del Magdalena. A través del análisis cualitativo, se identificaron patrones, tendencias y conclusiones relacionadas con las motivaciones para emprender y la proyección de los emprendedores en el mundo empresarial.

Episteme interpretativa: porque tiene un enfoque que se centra en la comprensión e interpretación de los fenómenos sociales y culturales. Puede ser comprendida de manera más completa a través de la interpretación de las experiencias, valores y significados de las personas que participan en ella.

Paradigma: de manera inductiva ya que por medio de este se va a observar el objeto de interés para obtener información respecto a la investigación; se prosigue a establecer patrones en cual se va a comparar los datos obtenidos del instrumento a utilizar para buscar relaciones y por último crear una teoría tras establecer los patrones por ende construir una conclusión generalizadora que una todos los fenómenos similares a tratar.

Población: estudiantes emprendedores de la Universidad del Magdalena

Tipo de investigación: exploratoria y descriptiva ya que busca definir con claridad las razones por las cuales los estudiantes de la universidad mencionada emprenden.

La variable es: determinantes del emprendimiento. Sus elementos son: 1) Sociodemográficas o características del perfil emprendedor, (género, edad, educación, ingreso). 2) Atributos individuales y 3) valoración social. (Mancilla y Amorós, 2015).

La muestra: grupo focal de 26 estudiantes universitarios emprendedores.

El instrumento: entrevista en profundidad, el cual trabajé con un guion.

La forma de tratar los datos: una vez recopilado todo, se deberá analizar y describir toda la información, verbal y no verbal, para comprender todo lo que se hace, dice, e incluso, piensa, basándose en las observaciones y también en la percepción del investigador.

Etapas

- Selección del tema
- Propuesta: planteamiento del problema: Objetivos, revisión de literatura, justificación, delimitación.
- Metodología
- Recolección de información
- Organización de información
- Análisis de la información
- Planteamiento de un artículo científico

Resultados

- Caracterización del perfil emprendedor

Edad: Los datos revelaron

que el 50 % de los estudiantes emprendedores se encuentra en el rango de 20 a 25 años, lo que sugiere que la mayoría de los emprendedores en la Universidad del Magdalena son jóvenes con una fuerte inclinación hacia el emprendimiento. Sin embargo, es importante destacar que también hubo un 38.5 % de estudiantes emprendedores que estaban en el rango de 16 a 19 años, lo que muestra que la iniciativa emprendedora no está limitada a una franja de edad específica.

Género: la mayoría de los emprendedores entrevistados, un 73.1 %, eran mujeres, lo que refleja la creciente participación de las mujeres en el mundo empresarial. Esto sugiere que las mujeres en la Universidad del Magdalena están asumiendo roles activos en la creación y gestión de sus propios negocios.

Estrato socioeconómico: el 76.9 % de los emprendedores entrevistados pertenecía a los estratos socioeconómicos 1 y 2, caracterizados por bajos ingresos. Esto indica que el emprendimiento se ha convertido en una opción atractiva para aquellos que buscan mejorar su situación económica y alcanzar independencia financiera.

Educación: en cuanto al nivel educativo, el 76.9 % de los estudiantes emprendedores habían completado la educación secundaria, mientras que el 23.1 % tenía estudios universitarios. Esto destaca que la mayoría de los emprendedores universitarios provienen de orígenes académicos variados, lo que subraya la importancia de las habilidades y la pasión como motores del emprendimiento.

Sector de emprendimiento: los emprendimientos se enfocaban en una variedad de sectores, incluyendo ropa, accesorios, cosméticos, gastronomía, joyería artesanal, repostería, variedades y manualidades. La ropa y los accesorios eran los sectores más frecuentes, seguidos de cerca por los cosméticos y la gastronomía. Esta diversidad de sectores refleja la amplia gama de intereses y habilidades presentes en la comunidad de emprendedores de la Universidad del Magdalena.

- Ropa y accesorios con seis (6) emprendimientos.
- Los cosméticos y la gastronomía con cuatro (4) emprendimientos.
- La joyería artesanal, repostería y variedades con tres (3) emprendimientos.
- Manualidades con un (1) solo emprendimiento.

Estudios y carreras relacionadas

Dentro de la población de estudiantes emprendedores, la Facultad de Empresariales tuvo una presencia significativa. Las carreras más representadas en el emprendimiento incluyeron Contaduría Pública, Administración de Empresas, Negocios Internacionales, Economía y Administración Hotelera. Esto sugiere que los estudiantes en campos académicos relacionados con los negocios están más dispuestos a emprender, ya que su formación académica puede proporcionarles las habilidades y el conocimiento necesarios para iniciar y administrar con éxito un negocio.

La facultad empresarial cuenta con mayores números de estudiantes emprendedores con las siguientes carreras: Contaduría pública (4), Administración de empresas (3), Negocios Internacionales (2), Economía (2), Administración hotelera (1)

Atributos individuales: se identificaron cinco habilidades clave que los estudiantes emprendedores consideraron fundamentales para el desarrollo exitoso de sus emprendimientos.

Habilidades clave para el desarrollo exitoso de su emprendimiento

Conocimiento del producto o servicio: tener un profundo conocimiento del producto o servicio que ofrecen es esencial para tomar decisiones informadas y satisfacer las necesidades de los clientes.

Capacidad de persuasión o convencimiento: los emprendedores deben ser capaces de persuadir a empleados, socios, clientes e inversores sobre su visión y objetivos, lo que les permite construir relaciones sólidas y atraer apoyo.

Buen servicio al cliente: es extremadamente importante brindar un excelente servicio al cliente que genere confianza y lealtad con sus clientes.

Aprendizaje continuo: la disposición para mejorar constantemente las habilidades y el conocimiento es esencial para adaptarse a los cambios y desafíos en el mundo empresarial en constante evolución.

Pasión: la pasión y el entusiasmo personal por el negocio son motores fundamentales que impulsan a los emprendedores a superar los desafíos y mantener su compromiso. Es tener un fuerte sentido de motivación personal y entusiasmo por el negocio es fundamental para el éxito

Si bien todas las habilidades son importantes a su manera, estas cinco habilidades son fundamentales para el éxito de un negocio y fueron las más mencionadas por los estudiantes.

Valoración social: el miedo al fracaso se identificó como un sentimiento común entre los estudiantes emprendedores, con un 76.9% de los entrevistados admitiendo haber sentido temor al iniciar sus emprendimientos. Este miedo puede actuar como un impulsor o un obstáculo, dependiendo de cómo se gestione. Algunos estudiantes consideraron que el miedo al fracaso los motivó a ser más cuidadosos y a tomar decisiones más ponderadas.

Por otro lado, el 100% de los estudiantes emprendedores estaban de acuerdo en que pertenecer a un grupo, asociación o red de emprendedores los motivó a emprender o a continuar sus emprendimientos. Estas redes brindan un valioso apoyo en términos de intercambio de conocimientos, recursos y experiencias. También ofrecen oportunidades de participar en ferias empresariales y proporcionan apoyo emocional para superar los desafíos que conlleva el emprendimiento.

Pertenecer a algún grupo, asociación o red ha motivado a los emprendedores a continuar su emprendimiento debido a:

En primer lugar, estar en un grupo o red de emprendedores permite compartir conocimientos, experiencias y recursos con otras personas que están en la misma situación. Esto puede ayudar a la persona a aprender de los errores y éxitos de otros emprendedores y así tener una mejor perspectiva sobre cómo manejar diferentes situaciones y desafíos.

En segundo lugar, los grupos o redes de emprendedores a menudo ofrecen oportunidades de participar de ferias empresariales donde se puedan dar a conocer lo cual es valioso para hacer crecer el negocio.

Además, los grupos y redes de emprendedores pueden proporcionar una red de apoyo emocional que puede ser muy importante en momentos en los que la persona se siente abrumada o frustrada por las demandas del emprendimiento. El apoyo de otras personas que enfrentan los mismos desafíos puede ayudar a mantener la motivación y el compromiso con el proyecto.

En resumen, pertenecer a un grupo, asociación o red de emprendedores puede brindar una amplia variedad de beneficios, desde el acceso a recursos y oportunidades hasta el apoyo emocional y el aprendizaje. Estos beneficios pueden motivar a una persona a emprender o a continuar emprendiendo, incluso cuando se presentan dificultades.

Los factores que determinan el emprendimiento en los estudiantes universitarios:

Generar ingresos: con el 84,6%: La razón principal para emprender entre los estudiantes entrevistados fue la generación de ingresos.

Los emprendedores buscan establecer fuentes de ingresos adicionales para mejorar su situación económica, cubrir necesidades básicas, financiar sus estudios y alcanzar la independencia financiera.

Por gusto de emprender: con el 7,7%, algunos estudiantes emprenden por pura pasión y amor por la creación y el desarrollo de negocios. Para ellos, el emprendimiento es un camino para dar vida a sus ideas y contribuir al mundo de manera significativa.

Falta de oportunidades laborales: con el 3,8%, la falta de oportunidades laborales es una razón que motiva a algunos estudiantes a emprender. Pueden encontrarse desempleados o insatisfechos con las oportunidades laborales disponibles y deciden tomar el control de su destino a través del emprendimiento.

Deseo de proveer solución a una necesidad no monetaria: con el 3,8%, otros estudiantes emprenden con el objetivo de abordar necesidades no monetarias, como resolver problemas sociales o ambientales, o crear **productos o servicios** que tengan un impacto positivo en la sociedad. Su enfoque va más allá del beneficio financiero.

Descripción de cada uno de los factores que determinan el emprendimiento en los estudiantes universitarios

Generar ingresos

Cuando se dice que una persona emprende para generar recursos, significa que esa persona inicia un proyecto empresarial o negocio con la intención de obtener ganancias económicas. En otras palabras, esta persona busca crear una fuente de ingresos adicional que pueda complementar o reemplazar otras fuentes de ingresos existentes. En resumen, emprender para generar recursos implica una estrategia para lograr la independencia económica y financiera.

Por gusto de emprender

La gente también puede emprender por gusto, lo que significa que disfrutan el proceso de crear, desarrollar y administrar su propio negocio. Pueden tener pasión por un producto o servicio en particular, o simplemente disfrutar de la creatividad y la innovación que vienen con el emprendimiento. Para estas personas, el éxito financiero puede ser menos importante que la satisfacción personal que obtienen al construir y desarrollar algo por su cuenta. Además, el emprendimiento también puede brindarles la oportunidad de tener un impacto positivo en su comunidad o en el mundo en general a través de su negocio.

Falta de oportunidades laborales

La gente a menudo emprende por falta de oportunidades laborales debido a que pueden estar desempleadas o tener dificultades para encontrar un trabajo estable que les brinde satisfacción económica y personal. En lugar de depender de un trabajo tradicional, deciden crear su propio negocio para generar ingresos y tener más control sobre su

carrera y su futuro financiero. El emprendimiento también les brinda la oportunidad de aprovechar sus habilidades y conocimientos, y de desarrollarse en áreas que les interesan, en lugar de sentirse limitados por las oportunidades laborales existentes. A pesar de los desafíos y el riesgo asociados con el emprendimiento, algunos individuos pueden considerarlo una forma más viable de lograr estabilidad y éxito en su carrera.

Por deseo de proveer solución a una necesidad no monetaria

La gente también puede emprender por el deseo de proveer soluciones a una necesidad no monetaria, como por ejemplo resolver un problema social o ambiental, o crear un producto o servicio que tenga un impacto positivo en la sociedad. Estas personas pueden estar motivadas por un propósito más allá del beneficio financiero, y buscan crear un negocio que les permita hacer una diferencia positiva en el mundo. Pueden encontrar una necesidad no satisfecha en su comunidad o en una causa en la que creen apasionadamente, y deciden emprender para encontrar una solución.

Proyección del emprendimiento: Conocer sus aspiraciones futuras como emprendedor, si desea serlo de forma temporal o como carrera. El 96% de los estudiantes emprendedores expresaron su deseo de dedicarse a sus negocios a largo plazo, viendo el emprendimiento como su proyecto de vida. Aspiran a establecer tiendas o puntos físicos, posicionar sus marcas y mantenerse con sus ingresos. Algunos se visualizan expandiendo su presencia en el mercado con múltiples ubicaciones físicas. Por otro lado, el 3.8% de los entrevistados considera el emprendimiento como una actividad temporal.

Discusión

En comparación con investigaciones anteriores, se observan similitudes y diferencias en los resultados. En concordancia con el estudio de Hernández (2018), la mayoría de los estudiantes emprendedores en la Universidad del Magdalena son jóvenes con edades comprendidas entre los 20 y 25 años. Sin embargo, se destacan diferencias en los sectores de emprendimiento, ya que los estudiantes de la Universidad del Magdalena tienden a enfocarse en la creación de bienes o productos, mientras que el estudio de Hernández se centró en emprendimientos de servicios.

Además, los resultados coinciden con el estudio de Soria-Barreto et al. (2021) en lo que respecta a la educación, ya que la mayoría de los estudiantes emprendedores tienen educación secundaria o universitaria. También se confirma que la mayoría de los emprendedores pertenecen a estratos socioeconómicos bajos, y muchos de ellos emprenden con el objetivo de generar ingresos y mejorar su estabilidad financiera.

Conclusiones

El emprendimiento universitario es una tendencia en crecimiento en todo el mundo, y los estudiantes de la Universidad del Magdalena no son una excepción. Los resultados de esta investigación revelan que una proporción significativa de estudiantes emprenden con el objetivo de generar ingresos y mejorar su situación financiera. Esto puede estar relacionado con el alto número de estudiantes de estratos socioeconómicos bajos.

Los atributos individuales, como el conocimiento del producto o servicio, la capacidad de persuasión, la atención al cliente, la pasión y la disposición para el aprendizaje continuo, son factores cruciales para el éxito de los emprendedores. Estos atributos desempeñan un papel fundamental en la creación y gestión exitosa de un negocio.

La valoración social también influye en la decisión de emprender. El miedo al fracaso es una emoción común entre los emprendedores, pero pertenecer a grupos, asociaciones o redes de emprendedores puede proporcionar apoyo emocional, oportunidades de aprendizaje y un sentido de comunidad.

Por otra parte, la mayoría de los estudiantes emprendedores de la Universidad del Magdalena tienen la intención de dedicarse a sus negocios a largo plazo, viendo el emprendimiento como su proyecto de vida. Por otra parte, según los resultados dados en la investigación concluyó que hay mayor número de emprendimientos en carreras afines a los negocios dado que en los estudios académicos tienden a formarse en temas como plan de negocio, contabilidad, marketing, entre otros a diferencia de otras carreras que están orientados a otras temáticas. Además, los sectores de los emprendimientos tienden a ser de bienes o productos de fácil acceso, compra y comercialización y no requiere de un presupuesto o alta inversión como demanda otros tipos de sectores como la tecnología. Y esto se debe a que la mayoría de los emprendedores son de nivel socioeconómico 1 y 2, es decir, con nivel de ingresos bajos y los cuales deciden emprender para generar ingresos que les permita tener estabilidad económica.

El emprendimiento universitario es una actitud y aptitud que se ha vuelto cada vez más importante y atractiva para muchos estudiantes y profesionales jóvenes en todo el mundo. La universidad es un lugar donde se puede fomentar la creatividad, la innovación y el espíritu emprendedor, y por lo tanto es un ambiente ideal para el desarrollo de empresas nuevas y prometedoras. A través del emprendimiento universitario, los estudiantes pueden obtener experiencia empresarial práctica, acceder a una amplia gama de recursos y formar parte de una red de emprendedores que pueden brindar apoyo y conocimientos útiles. Los beneficios del emprendimiento universitario son evidentes en el creciente número de empresas exitosas fundadas por estudiantes universitarios y egresados, lo que demuestra que el emprendimiento universitario es una excelente oportunidad para aquellos que desean iniciar una carrera empresarial emocionante y exitosa.

Este estudio sobre los determinantes del emprendimiento en estudiantes universitarios de la Universidad del Magdalena revela que la principal motivación para emprender es la necesidad de generar ingresos, seguida por el deseo de desarrollar un proyecto propio por gusto y la falta de oportunidades laborales. Los jóvenes emprendedores en su mayoría son mujeres, con edades entre los 20 y 25 años, y provienen de estratos socioeconómicos bajos. Además, las habilidades clave que los estudiantes consideran fundamentales para el éxito de sus emprendimientos incluyen el conocimiento del producto, la capacidad de persuasión, el buen servicio al cliente, la pasión por el negocio y la disposición para aprender constantemente. Asimismo, el apoyo social, especialmente a través de grupos y redes de emprendedores, juega un papel crucial en la motivación y continuidad del emprendimiento, proporcionando recursos, oportunidades y apoyo emocional.

La proyección de estos estudiantes es, en su mayoría, a largo plazo, considerando sus negocios como proyectos de vida. Este enfoque destaca la importancia de cultivar una cultura emprendedora dentro de las universidades, apoyada por la formación académica, el acceso a recursos y la creación de redes de apoyo que fomenten el crecimiento de nuevos negocios. Los resultados del estudio contribuyen a una mejor comprensión del perfil del estudiante emprendedor en el contexto universitario, lo que puede servir como base para el diseño de políticas y programas que impulsen el emprendimiento como motor de desarrollo económico y social en la región.

Referencias bibliográficas

- Arias, M., y Perez, R. (2015). Emprendimiento: cómo comenzar una empresa con éxito. *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 14(1), 175-183. <https://core.ac.uk/download/pdf/230765757.pdf>
- Cuervo, A. (2005). Individual and environmental determinants of entrepreneurship. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 293-311. <https://doi.org/10.1007/s11365-005-2591-7>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2008). Executive report. BAbson. Universidad del desarrollo. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2008-global-report>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2017). Global report 2016. <https://www.gem-consortium.org/report/gem-2016-2017-global-report>
- Hernández (2018), Identificación de factores determinantes del emprendimiento en los estudiantes y egresados de la UPB Bucaramanga en el periodo de enero 2013-2017. Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga. https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/6210/digital_37726.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mancilla, C., Amorós, J.E. (2012). La influencia de factores socio-culturales en el emprendimiento, evidencia en Chile 2007-2010. *Journal Multidisciplinary Business Review*, 5(1), pp. 14-25. https://www.researchgate.net/publication/263765008_LA_INFLUENCIA_DE_FACTORES_SOCIO-CULTURALES_EN_EL_EMPRENDIMIENTO_EVIDENCIA_EN_CHILE_2007_-2010_INFLUENCE_OF_SOCIO-CULTURAL_FACTORS_ON_ENTREPRENEURSHIP_EVIDENCE_FROM_CHILE_2007_-2010

Parra M. (2014). Emprender en tiempos de crisis. *Observatorio Económico*, (80), 2-3. <https://doi.org/10.11565/oe.vi80.130>

Reynolds, P., Hayand, M. y Camp, S. M. (1999). Global Entrepreneurship Monitor, 1999 Executive Report, Paul D. Reynolds, Michael Hay, and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.

Rodríguez, V. G. (2013). Apología del emprendedor: Análisis crítico del discurso sobre el interés propio. *OXIMORA Revista Internacional de Ética y Política*, (3), 56-74. <https://revistes.ub.edu/index.php/oximora/article/view/8151>

Soria-Barreto, K., Rueda Galvis, J. F., y Ruiz Escorcía, R. (2021). Factores determinantes del emprendimiento en Chile y Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26 (Número Especial 5), 459-477. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/36455/39123>



INFLUENCIA DEL SALARIO MÍNIMO EN EL COSTE DE VIDA DE LAS FAMILIAS DE SANTA MARTA

Influence of the minimum wage on the cost of living of families in Santa Marta

Melissa Pérez Padilla

Estudiante de Negocios Internacionales, Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-9561-8198>

Correo electrónico: melissaperezip@unimagdalena.edu.co



Gabriel Vergel López

Estudiante de Negocios Internacionales, Universidad del Magdalena

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-2541-468X>

Correo electrónico: gabrielvergelal@unimagdalena.edu.co

Resumen

Este estudio tiene como propósito analizar cómo el salario mínimo impacta el costo de vida de las familias en Santa Marta, especialmente en el barrio Santa Cecilia, considerando las condiciones locales de informalidad laboral y factores macroeconómicos. Se utiliza una metodología cuantitativa con un enfoque correlacional, apoyada en el método científico, donde se recogen datos a través de encuestas a una muestra representativa del barrio. Las variables clave son el salario mínimo y el costo de vida de las familias.

Los resultados revelan que el salario mínimo no cubre las necesidades básicas de las familias. Un 65 % de los hogares encuestados reportan dificultades para cubrir alimentación y vivienda con el salario mínimo, y un 70 % indica que la inflación ha superado el aumento salarial, reduciendo el poder adquisitivo. Además, la alta informalidad laboral (más del 40 % de los encuestados trabaja en el sector informal) agrava la situación, ya que estas familias carecen de acceso a prestaciones sociales. También se identificó que el nivel educativo influye en la capacidad de las familias para superar el umbral de pobreza, ya que aquellas con mayor educación tienen mejores oportunidades laborales.

Aunque el salario mínimo es fundamental para los hogares de Santa Marta, no garantiza la satisfacción de las necesidades básicas debido a la inflación y la informalidad laboral. Se sugieren políticas públicas que mejoren el acceso a servicios esenciales y fomenten el empleo formal.

Palabras clave: salario mínimo, coste de vida, gastos, capacidad adquisitiva, inflación, tasas.

Abstract

This study aims to analyze how the minimum wage impacts the cost of living of families in Santa Marta, especially in the Santa Cecilia neighborhood, considering the local conditions of labor informality and macroeconomic factors. A quantitative methodology with a correlational approach is used, supported by the scientific method, where data is collected through surveys of a representative sample of the neighborhood. The key variables are the minimum wage and the cost of living of families.

The results reveal that the minimum wage does not cover the basic needs of families. 65 % of the households surveyed report difficulties in covering food and housing with the minimum wage, and 70 % indicate that inflation has exceeded the salary increase, reducing purchasing power. In addition, the high labor informality (more than 40 % of respondents work in the informal sector) aggravates the situation, since these families lack access to social benefits. It was also identified that the educational level influences the ability of families to overcome the poverty threshold, since those with more education have better job opportunities.

Although the minimum wage is essential for households in Santa Marta, it does not guarantee satisfaction of basic needs due to inflation and informal employment. Public policies are suggested to improve access to essential services and promote formal employment.

Keywords: Minimum wage, Cost of living, Expenses, Purchasing power, Inflation, Rates.

Introducción

El salario mínimo establece el nivel de ingreso básico de los trabajadores y desempeña un papel crucial en el costo de vida de las familias. Este concepto cubre los gastos básicos que necesita una familia, alimentación, vivienda, educación, salud y transporte. Un estudio de Andersen et al., (2020) analiza que el salario mínimo afecta el nivel de vida de las familias colombianas. En este sentido, Beker (2011) afirma que los salarios reales, en la vida cotidiana, pueden verse reducidos al darse un aumento en los precios de los productos; de la misma manera, Hernández y Chumaceiro (2018) expresan que el salario real se disminuye en la medida que aumenta el precio de los productos de la canasta familiar derivando ello en mayor pobreza; debido a que el salario mínimo se ve mermado por cubrir estas necesidades elementales (Casas, 2017), impactando negativamente el estilo de vida del trabajador y sus familias; y este puede variar dependiendo de las características específicas de cada región.

Revisión de literatura

El salario es fundamental para la calidad de vida, ya que cubre las necesidades básicas y se relaciona con la economía. Un salario por encima del mínimo puede aumentar el consumo y el ahorro. Sin embargo, para quienes ganan el salario mínimo, este ingreso suele ser insuficiente, especialmente en contextos de alto costo de vida, generando un impacto regresivo en familias con economías precarias. La Organización Internacional del Trabajo lo define como un monto que no debe alterarse y está protegido por la ley para cubrir necesidades básicas.

En Colombia, el salario mínimo se estableció en 1945 y refleja un nivel relativamente alto comparado con otros países, aunque sigue siendo insuficiente para muchos. Las ciudades principales, como Bogotá, Medellín y Cali, enfrentan un costo de vida elevado, lo que ha llevado a propuestas de salarios diferenciales basados en productividad y nivel educativo. Además, la OCDE sitúa a Colombia con el salario mínimo más bajo de sus países miembros, lo cual fomenta la informalidad y reduce las oportunidades para los trabajadores menos cualificados.

A nivel macroeconómico, el salario mínimo no siempre cumple con sus objetivos de reducir la pobreza o mejorar la distribución del ingreso. Estudios muestran que su aumento puede reducir la empleabilidad de los trabajadores menos cualificados, ya que los empleadores tienden a preferir trabajadores con mayores habilidades. Además, el incremento del salario mínimo puede elevar los costos laborales y reducir la contratación formal.

El impacto negativo del salario mínimo es más notorio en países como Colombia, donde existe una gran brecha entre el ingreso y el costo de la canasta familiar, lo cual afecta de manera significativa la vida cotidiana. Esto se agrava en familias que dependen del salario mínimo, donde varios miembros deben contribuir para cubrir las necesidades básicas. La insuficiencia de estos ingresos ha llevado a algunos estudios a plantear que, aunque el salario mínimo ayuda a ciertos trabajadores, no es una herramienta idónea para disminuir la pobreza ni asegura una distribución justa de los recursos.

El costo de vida elevado afecta la salud, la vivienda y la alimentación, exacerbado por factores como el cambio climático que interrumpe el suministro de alimentos y aumenta los precios. Aunque los aumentos salariales ayudan a algunos, suelen ser insuficientes frente al aumento de los costos. Por ejemplo, los alquileres en ciudades como San Francisco han aumentado drásticamente desde los años 80, superando los ingresos de los trabajadores.

En definitiva, el salario mínimo tiene un papel crucial, pero sus incrementos no logran igualar el ritmo del costo de vida, lo que perpetúa la desigualdad y dificulta a las familias de bajos ingresos acceder a una vida digna. Las políticas públicas deberían enfocarse en mejorar el acceso a la educación, la seguridad social y combatir la informalidad laboral para abordar eficazmente la pobreza.

Metodología

La metodología seleccionada para esta investigación es el método científico con un enfoque cuantitativo. Este enfoque se fundamenta en la epistemología positivista, que busca obtener conocimiento objetivo a través de la formulación de hipótesis y su verificación mediante datos numéricos. El tipo de investigación es correlacional, ya que se busca analizar la relación entre el salario mínimo y el coste de vida de las familias de Santa Marta.

La población objetivo abarca todas las familias afectadas por el salario mínimo en la ciudad, pero la muestra se centrará específicamente en el barrio Santa Cecilia. Esta muestra será representativa, considerando factores como ingresos familiares, composición del hogar y nivel educativo.

El instrumento de recolección de datos será una encuesta aplicada a una muestra del barrio, cuyos resultados serán procesados mediante herramientas estadísticas, como tablas y gráficos en Excel, para analizar las correlaciones y obtener conclusiones significativas. Las variables de estudio incluyen el salario mínimo y el coste de vida de las familias.

Resultado

La investigación sobre la influencia del salario mínimo en el coste de vida de las familias en Santa Marta se enfoca en obtener resultados que respondan a la hipótesis planteada: “El salario mínimo no cubre las necesidades básicas de las familias en Santa Marta, particularmente en el barrio Santa Cecilia, debido a las condiciones locales de informalidad laboral.”

El primer objetivo específico es identificar la relación entre el salario mínimo y los gastos familiares básicos (alimentación, vivienda, educación y salud). Los resultados muestran que, aunque el salario mínimo es una fuente importante de ingresos para las familias encuestadas, en muchos casos resulta insuficiente para cubrir todos los gastos esenciales. Un análisis de las encuestas revela que el 65% de los hogares reportan dificultades para cubrir los costos de vivienda y alimentación solo con el salario mínimo, lo que los obliga a recurrir a otros ingresos informales o familiares para compensar este déficit.

El segundo objetivo es determinar cómo el contexto de informalidad laboral en Santa Marta afecta la capacidad de las familias de depender del salario mínimo como única fuente de ingresos. Los resultados confirman que el alto nivel de informalidad en el barrio Santa Cecilia —más del 40 % de los encuestados trabaja en el sector informal— limita la efectividad del salario mínimo como herramienta para mejorar las condiciones de vida. Las familias que dependen de empleos informales no cuentan con acceso a prestaciones sociales como salud o pensión, lo que incrementa su vulnerabilidad económica.

El tercer objetivo específico es evaluar cómo los factores macroeconómicos, como la inflación, impactan la relación entre el salario mínimo y el coste de vida. Los resultados obtenidos de la revisión de la literatura y las encuestas reflejan que los aumentos en el salario mínimo no siempre son suficientes para compensar la inflación. En los últimos tres años, la inflación en Santa Marta ha superado los incrementos salariales, erosionando el poder adquisitivo de las familias. El 70 % de los encuestados indicó que el aumento en los precios de productos básicos ha sido más rápido que el incremento de sus ingresos.

Además, se encontró una correlación negativa entre el nivel educativo y la capacidad de las familias para superar el umbral de pobreza con el salario mínimo. Las familias con mayor nivel educativo tienen más posibilidades de acceder a empleos mejor remunerados o complementar sus ingresos, mientras que las de menor escolaridad dependen mayormente del salario mínimo y enfrentan mayores dificultades económicas.

Finalmente, la investigación concluye que, aunque el salario mínimo representa una base fundamental para los ingresos familiares, no garantiza la satisfacción plena de las necesidades básicas debido a las condiciones económicas de Santa Marta. Estos resultados sugieren la necesidad de políticas públicas que consideren el contexto local

de informalidad, mejoren el acceso a servicios esenciales y promuevan el desarrollo de empleos formales que ofrezcan una mayor seguridad económica.

Discusión

Ruiz (2005) argumenta que la determinación del salario mínimo debe considerar tanto factores económicos (como la productividad laboral y la inflación) como factores sociales (la satisfacción de las necesidades básicas). Destaca que, en regiones con condiciones económicas desfavorables, el salario mínimo puede no ser suficiente para mejorar significativamente la calidad de vida.

Comparación con nuestra investigación: nuestro estudio sobre Santa Marta también revela que, a pesar de los incrementos en el salario mínimo, las familias no logran satisfacer sus necesidades básicas debido a la alta inflación y el costo de vida. Además, menciona que la informalidad laboral limita la efectividad del salario mínimo para mejorar el bienestar de las familias, lo que coincide con la perspectiva de Ruiz sobre la importancia de considerar las particularidades regionales al establecer el salario mínimo.

Corona y Buendía (2018) exploran la relación entre el salario mínimo, la desigualdad y la pobreza, argumentando que el salario mínimo tiene una capacidad limitada para reducir la desigualdad en contextos de alta informalidad y distribución desigual de los ingresos. Señalan que el salario mínimo puede ayudar a aumentar los ingresos de los trabajadores más pobres, pero sin atacar las causas estructurales de la desigualdad, como la falta de acceso a educación y servicios de calidad.

Comparación con nuestra investigación: En nuestro estudio se menciona que la desigualdad en Santa Marta sigue siendo un problema importante, a pesar de los aumentos en el salario mínimo. Al igual que en el análisis de Corona y Buendía, se observa que las mejoras en los ingresos no son suficientes para cerrar las brechas socioeconómicas en la ciudad, especialmente debido a la alta tasa de informalidad y la precariedad del empleo. Además, destaca que las familias con menores ingresos siguen teniendo dificultades para acceder a servicios básicos, lo que refuerza la idea de que el salario mínimo no puede por sí solo abordar la desigualdad estructural.

Campos et al., (2017) encuentran que los aumentos en el salario mínimo en México pueden tener efectos positivos en los ingresos de los trabajadores, pero también pueden provocar efectos adversos en la creación de empleo, especialmente para trabajadores menos calificados. Señalan que los efectos del salario mínimo varían dependiendo del contexto económico y del nivel de informalidad en la economía.

Comparación con nuestra investigación: de manera similar, en Santa Marta, nuestra investigación señala que, aunque los aumentos del salario mínimo han beneficiado a algunos trabajadores, el empleo formal sigue siendo limitado y muchos trabajadores

siguen en la informalidad, lo cual reduce la efectividad del salario mínimo para mejorar los ingresos y la calidad de vida de forma generalizada. Además, observas que la inflación contrarresta los efectos positivos del aumento del salario mínimo en el poder adquisitivo de las familias, un hallazgo consistente con los estudios que indican que el salario mínimo puede no ser suficiente para compensar el aumento del costo de vida.

Conclusión

Los resultados obtenidos evidencian que un aumento en el salario mínimo no es suficiente para cubrir completamente los gastos básicos de las familias, especialmente en regiones con altos costos de vida. Además, factores como la informalidad laboral y el acceso limitado a servicios esenciales agravan la situación de las familias de bajos ingresos. Sin embargo, algunos resultados difieren en cuanto al impacto de la educación en la capacidad de superar la pobreza, lo que sugiere la necesidad de más investigaciones locales.

El estudio demuestra que, a pesar de que el salario mínimo es una fuente clave de ingresos para las familias en Santa Marta, especialmente en el barrio Santa Cecilia, no es suficiente para cubrir las necesidades básicas de estas. La inflación, el alto nivel de informalidad laboral y las disparidades educativas limitan la efectividad del salario mínimo como herramienta para mejorar la calidad de vida. Las familias enfrentan dificultades significativas para satisfacer sus necesidades de alimentación, vivienda, salud y educación, lo que genera una dependencia de fuentes informales de ingreso. Los resultados sugieren que, para lograr un impacto real en la mejora del bienestar de los hogares, se deben implementar políticas públicas que aborden las particularidades locales, fomenten la formalización del empleo y mejoren el acceso a servicios esenciales como la educación y la seguridad social.

Referencias bibliográficas

- Andersen, L., Anker, R. y Anker, M. (2020). Informe sobre el salario vital Costa caribeña de Colombia. Contexto: Sector bananero. Serie 1, informe 20. The Global Living Wage Coalition. Fairtrade International, Rainforest Alliance, Social Accountability International, en asociación con ISEAL Alliance. https://www.globallivingwage.org/wp-content/uploads/2020/06/LW-Report_Colombia_2019_es.pdf
- Beker, V. (2011). La teoría macroeconómica y la crisis. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas-Chaco-Argentina*, 7(1), 21–37. <http://dx.doi.org/10.30972/rfce.071157>

- Campos Vázquez, R. M., Esquivel, G., y Santillán Hernández, A. S. (2017). El impacto del salario mínimo en los ingresos y el empleo en México. *Revista de la CEPAL*, 122, 205122, 205-. https://unimagdalena.primo.exlibrisgroup.com/permalink/57U-MA_INST/1005cv1/cdi_gale_infotrasmisc_A511672320
- Casas, J. (2017). Implicaciones de los acuerdos del Fondo Monetario Internacional sobre la pobreza en Colombia. *Económicas CUC*, 38(1), 9–36. <http://dx.doi.org/10.17981/econcuc.38.1.01>
- Corona Alcantar, J. M., y Buendía Espinosa, A. (Coord.). (2018). *Desigualdad y pobreza* (Ed.). Bonilla Artigas Editores. <https://elibro-net.biblioteca.unimagdalena.edu.co/es/lc/unimagdalena/titulos/121335>
- Hernández, J. y Chumaceiro, A. (2018). Acercamiento histórico a la participación ciudadana en Venezuela modelo de relación Estado-Sociedad (1958-2012). *Revista de Ciencias Sociales-RCS*, 24(2), 56–67. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/24819>
- Ruiz, V. R. (2005). *Salario mínimo: consideraciones económicas y sociales para su determinación* (Ed.). Red Panorama Socioeconómico. <https://elibro-net.biblioteca.unimagdalena.edu.co/es/lc/unimagdalena/titulos/12264>



Sello Editorial

Universidad Nacional
Abierta y a Distancia

Sede Nacional José Celestino Mutis

Calle 14 Sur 14-23

PBX: 344 37 00 - 344 41 20

Bogotá, D.C., Colombia

www.unad.edu.co